

العوامل المؤثرة في تشكيل الثقافة البصرية

دراسة في المفهوم

إعداد: عيد سعد رحيل*

إشراف:

أ.د. محمود علم الدين**

أ.د. شريف درويش اللبان***

تعد الصحافة من تلك المنتجات الثقافية التي تستهدف مستهلكاً يبحث عن الرسالة النصية، والتي لا يمكن بأي شكل من الأشكال فصلها عن الإطار البصري الذي تصاغ فيه. ولذلك فهي رسالة تضم بجانب اللغة النصية المقروءة لغة أخرى بصرية تلعب دوراً كبيراً في عملية تلقي المنتج الصحفي. ولذلك فقد دأبت دراسات الإخراج الصحفي منذ فترة طويلة على تصنيف العناصر البنائية للصحيفة إلى نوعين، العناصر التيبوغرافية وهي العناصر التي تمثل اللغة النصية للصحيفة (المتن وكلام الصور بشكل أساسي)، والعناصر الجرافيكية والتي تمثل اللغة البصرية (الصور والرسوم والألوان والفواصل والبياض).

وتعرف اللغة البصرية بأنها أي وسيط يحمل بعدين إتصاليين أو أكثر بما في ذلك الصور (Images)، العلامات (Signs)، الخرائط (Maps)، الأشكال البيانية (Charts)، الرموز (Symbols)، والرسوم (Drawings). هذه الوسائط تحمل معاني محددة ودلالات مختلفة، وتخدم أهداف إتصالية متنوعة، وتحقق هدف الإتصال البصري بين البشر بعضهم البعض، وبين البشر والآلات أيضاً. وإذا كانت اللغة البصرية والفنون البصرية والتصميم لها من الأهمية ما يبرر استخدامها في أعلى حالاتها في التسويق والإعلان، فإن علوم أخرى قد بدأت وتوغلت في استخدام هذا النمط من اللغة وعلى رأسها علوم الإدارة¹.

ووفقاً لهذا المنطق فإن كل هدف مرئي يصبح وحدة في نظام الرؤية للمجتمع (Visual Grammer) والذي يحمل داخله العديد من المعاني المرئية، هذه المعاني تولد وفقاً لحالة وظروف المجتمع والمتعاملين (المتلقين) مع الاتصال البصري. ولذلك فحتى العلامات الموحدة عالمياً قد تحمل معاني مرئية مختلفة - بقدر بسيط أو كبير جداً- بين المجتمعات المختلفة، أو بمعنى آخر فإن لكل مجتمع نظامه المرئي. فالأفراد عبارة عن كائنات إجتماعية وتعد خبراتهم البصرية جزء هام من تكوينهم الإجتماعي وتنشئتهم الإجتماعية، وهم يعمدون إلى تنظيم ما يرونه في نظام له معنى يمثل فيما بعد أساساً للنظام المرئي للمجتمع².

*المدرس المساعد بقسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة

**الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

***الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

وتحتاج اللغة البصرية لنمط آخر من التلقى، ذلك الذى تلعب فيه حاسة الإبصار الدور المحورى، وهو ما يسمى بالتلقى البصرى (Visual Perception). ويشير أدب الصورة ألي أن 90% من المدخلات الحسية للأفراد هى مدخلات بصرية، وفهم طبيعة هذه المدخلات يبدأ بالعملية الإدراكية - التى تكون دائماً في حالة نشاط وبحث عن المعنى- وتنتهى بتكوين عدد من الصور بعد أن تتم معالجتها والتنسيق بينها وبين تلك الصور الموجودة فى رؤوسنا لتتكون لدينا فى النهاية ما يسمى بالخبرة البصرية³. ويتميز التلقى البصرى بأنه عادة ما يبدأ من الإدراك الكلى للمثير البصرى أو العمل المدرك ثم يتجه إلى الأجزاء ليعود بعدها إلى الكل الذى يكون كلاً جديداً ليس هو الذى بدأت به هذه العملية⁴.

ويرى الكثيرون أننا نعيش الآن عصر ثقافة الصورة، وهى مرحلة ثقافية بشرية تغيرت معها مقاييس الثقافة كلها إرسالاً واستقبالاً وفهماً وتأويلاً، فهى منظومة متكاملة من الرموز والأشكال والعلاقات والمضامين والتشكيلات والمعلومات المنظمة والتى تحمل خبرات ورصيد الشعوب الحضارى والتاريخى عبر الزمان والمكان⁵.

ورغم أن الإبصار هو حاسة وهبت للبشر، فإن الأعين يمكن أن لا ترى الأشياء بنفس الطريقة، فطرقنا للنظر للأشياء وتلقيها - ورؤيتنا للعالم أجمع- هو أمر تحكمه الضوابط الثقافية كلية، وتظل بيولوجية الإبصار غير قادرة على أن توضح لنا طريقة تلقيها وتفسيرنا للعالم بصرياً⁶. ولذلك فعادة ما يتحكم في عملية التلقى البصرى ما يسمى بالثقافة البصرية.

الثقافة البصرية... دراسة فى المفهوم.

الثقافة البصرية Visual Culture هو مفهوم يتكون من مصطلحين، الأول هو Visual، والمصطلح هنا يفترض أننا نهتم بشكل أساسى وجوهري بالمنتجات البصرية والتى عادة ما تتضمن أكواد أخرى غير البصرية، وتلمس أنظمة احساس غير الرؤية. أما المصطلح الثانى فهو Culture ويفترض أننا نهتم بما هو أبعد من المنتجات نفسها، ونقصد هنا الظروف المجتمعية التى تنشأ خلالها تلك المنتجات البصرية شاملة إنتاجها وتوزيعها واستخدامها⁷.

وقد دأب الباحثون على تعريف الثقافة البصرية بحثياً من خلال التفرقة بينها وبين الدراسات الثقافية، فالدراسات الثقافية Visual Studies والثقافة البصرية Visual Culture هما على التوالى مجال للدراسات وهدف للدراسات⁸. والثقافة البصرية أيضاً مجال بحثى يعمل على إيجاد نظرية مجتمعية للرؤية، ويركز على أسئلة مثل:

- ما الذى يتم صنعه ذا مواصفات مرئية؟
- من يرى ماذا؟

• كيف تتم الرؤية؟

ويرى **Paul Duncum** أن الثقافة البصرية هو مجال من الدراسات يتشكل ويتشعب بين العديد من التخصصات، وعلى رأسها علم الاجتماع، ويتم دراسته وفقاً للعديد من المداخل النظرية. هذا المجال يركز بالدراسة على مجالين شديدي القرب:

- الأول هو التركيز على طرق الرؤية *ways of seeing*, أو *Visuality*.
- والثاني هو تلك السلسلة الواسعة من المنتجات البصرية *Artifacts* التي تقف خلفها المؤسسات الفنية بشكل أساسي⁹.

ويختبر هذا المجال البحثي فعل الرؤية كنتاج للعلاقة بين الصور الخارجية (الأهداف) وبين الاعتقادات الداخلية¹⁰.

هذا الفعل شديد الارتباط بالمجتمع والدراسات الاجتماعية، فالموضوعات المتمثلة في دور المحاكاة البصرية، وممارسات الإنتاج والتوليد البصري، اكتساب الصبغة المجتمعية، وتاريخ الإدراك الحسي البصري وتراثه عبارة عن موضوعات انبثقت عن علم الاجتماع والدراسات الثقافية والنظرية النقدية في الفنون البصرية¹¹.

كما أن دراسة الثقافة البصرية تعنى أن يسأل الباحث كيف يمكن أن يتم ملاحظة الهدف من خلال فعل الرؤية، وطبيعة العلاقة بين الفاعل (الصانع/الرائي) والهدف (المنتجات البصرية)¹².

ويفترض هذا المجال البحثي أن الثقافة البصرية تتشكل وفقاً لوجهة نظر أن إنتاج الأعمال البصرية يتساوى مع عملية تلقيها، فكلاهما مقيد بالسياق الذي يتحدد تاريخياً ومجتمعياً وسياسياً، ولا يمكن دراستها بمعزل عن كل تلك العوامل. كما أن الإنتاج البصري عادة ما يرتبط بالعديد من الأكواد السيميائية والخصائص الحسية مثل اللغة، الصوت، الموسيقى، ولا تعتمد فقط على الرؤية¹³.

وقدمت الدراسات العديد من التعريفات للثقافة البصرية تدور حول محورين أساسيين، الأول يعرفها من خلال المنتجات البصرية، والثاني يتناولها كأسلوب حياة.

الثقافة البصرية كمنتج:

يركز هذا الإتجاه على تحديد الثقافة البصرية لمجتمع ما من خلال المنتجات البصرية التي يقدمها أفرادها، وهو الإتجاه الأكبر في ما ورد من تعريفات. فقد صار من المتعارف عليه في الحقل الأكاديمي أن يستخدم مصطلح الثقافة البصرية للدلالة على فنون التصوير والنحت والتصميم والهندسة المعمارية، فهو إشارة إلى نطاق حديث أوسع لكل ما كان يدخل ضمن تعريف الفنون التشكيلية أو الفنون الجميلة، ولو أننا أردنا أن نوسع أكثر هذا النطاق فيمكننا أن نقترح أن الثقافة البصرية تشير إلى جميع صنوف الثقافة التي يشمل مظهرها البصري سمة في وجودها أو الغرض منها¹⁴.

يعرف **Mirzeoeff** الثقافة البصرية بأنها الأحداث البصرية والتي يستطيع أن يرى فيها المستهلك المعلومات والمعاني والشعور بالسعادة عبر وسيط أو تكنولوجيا بصرية، هذه التكنولوجيا هي أي جهاز تم تصميمه سواء للنظر إليه أو لتدعيم الرؤية الطبيعية بدءاً من اللوحات الزيتية وانتهاءً بالتلفزيون والانترنت¹⁵.

بينما يعرفها **Barnard** بأنها أي شئ بصرى تم إنتاجه أو خلقه بواسطة البشر، ويحمل سمات وظيفية واتصالية وجمالية أيضاً. وبهذا التعريف فهو يشير إلى أهمية المجتمع – الذى يمكن ترجمته فى المؤسسات والأهداف والممارسات والقيم والمعتقدات- والتي تحدد كيف يتم إنتاج وإعادة إنتاج المجتمع بصرياً. وحدد قائمة بجوانب الثقافة البصرية منها: الموضة، المنسوجات، الفخار والسيراميك، السيارات، العمارة، تصميم الحدائق، الإعلان، الأفلام، الألعاب، الصفحات الرئيسية فى المواقع، تصميم الصحف والمجلات¹⁶.

ويرى **Robin** أن مصطلح الثقافة البصرية يضم كل الصور والمنتجات البصرية التى يتم إنتاجها بواسطة الفنانين أو الحرفيين، والتي تعكس مظاهر الحضارة التى يمكن أن تكون أو لا تكون واضحة فى منتجات ثقافية أخرى مثل الوثائق المكتوبة. ولذلك فدراسة الثقافة البصرية للمسيحية الأولى مثلاً تعنى كل ما بقى من الأشياء التى صنعها الأفراد فى تلك الفترة شاملة ملامح الحياة اليومية - مثل اللبسات المزخرفة والعملات المعدنية- بالإضافة إلى تلك المنتجات التى تصنفها فى علوم التصميم بالفنون الجميلة مثل النحت والرسم والفسيفساء. كما يضم التعريف مساحات البناء (العمارة) التى تعكس أنماط وقيم الحياة اليومية البصرية، والممارسات الدينية أيضاً¹⁷. ويمكن النظر إلى الثقافة البصرية من خلال الشواهد الموجودة فى المجتمع مثل الرسوم واللوحات والصور والأفلام والموضة والزينات¹⁸.

أما **Martin** فيرى أن دراسة الثقافة البصرية تعنى توجيه الأنظار إلى الأوضاع الثقافية والإقتصادية والتكنولوجية والسياسية فى مجتمع ما والتي يمكن أن يتم خلالها تقديم المنتجات البصرية وتوزيعها واستهلاكها أيضاً¹⁹.

وترى **سعدية محسن** أن مصطلح الثقافة البصرية يحوى بين جوانبه مدى واسعاً من الأشكال التى تمتد من الفنون الجميلة إلى الأفلام السينمائية الشعبية وبرامج التلفزيون والإعلانات، وكذلك البيانات البصرية الموجودة فى مجالات قد لا يميل البعض إلى التفكير فيها على أنها ثقافية، ونقصد هنا مجالات العلوم الطبيعية والفنون والطب²⁰.

وترصد **إيمان مهران** ملامح الثقافة البصرية – والتي تعمل على الحفاظ على هوية الشعوب- فى العمارة والتصوير الجدارى والفخار والنسيج وأشغال الخشب والمعادن والحلى والخزف وأدوات الزينة والنعال وأغطية الرأس والزجاج ومنتجات الأحجار والملابس وغيرها. هذه المظاهر رغم بساطتها فإنها ترتبط بأعلى الفنون

البصرية في المجتمع وعلى رأسها الفن التشكيلي، فالمنتج التشكيلي هو انعكاس للمجتمع ومن خلاله يمكن قراءة سلوكيات إجتماعية عديدة²¹.
واستخدم **Llewellyn** مصطلح الثقافة البصرية للإشارة إلى المطبوعات والصور والمنتجات البصرية المرتبطة بأنشطة إنسانية محددة وفترات تاريخية محددة²².

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن ملاحظة بعض النقاط:

- الثقافة البصرية كشواهد مرئية في المجتمع تبدأ من أبسط الأشياء التي نستخدمها في حياتنا اليومية (مثل السجاد والخزف والعملات المعدنية والملابس وواجهات المنازل والمحلات وطريقة ترتيب مكاتبنا ومنازلنا...) وتنتهي بأعلى درجات الفنون البصرية في المجتمع وعلى رأسها الفن التشكيلي والفنون الجميلة.
- كل من تلك الشواهد والمنتجات البصرية يحمل في طياته العديد من المعاني والدلالات والمشاعر والوظائف أيضاً التي تلعب دوراً في التأثير على المستهلك ودفعه للتعامل مع هذا المنتج البصري، سواء تم ذلك بدراسة ووعي تام، أو بشكل عفوي دون قصد أو تخطيط.
- الجمهور وعموم أفراد المجتمع هم الأكثر تحديداً للثقافة البصرية من أولئك المتخصصين في الفنون البصرية. فمن ناحية لا بد أن يحمل المنتج فائدة للمستهلك سواء كانت معلومات أو وظيفة أو متعة تنتج عن عملية الاستهلاك. ومن ناحية أخرى يظل المجتمع بمفرداته البصرية -التي يستخدمها الفرد- هي المصدر الأول والأهم للفنان المتخصص إذا ما أراد تقديم أعمال بصرية ناجحة في مجتمعه.
- دراسة الثقافة البصرية لمجتمع ما عملية ليست باليسيرة لأنها لا تقتصر على دراسة نواتج المؤسسات الفنية في المجتمع (سينما ودراما ولوحات وفن تشكيلي ونحت...) وإنما يجب أن تتوغل في تفاصيل الحياة اليومية للأفراد، فمن كلا المصدرين يمكن صياغة ملامح الثقافة البصرية لمجتمع ما.
- دراسة الثقافة البصرية كمنتج لا تعنى تلك الشواهد المرئية الجمالية التي يتم استهلاكها لسماتها البصرية فقط، وإنما تشمل أيضاً تلك المنتجات الوظيفية التي من شأنها أداء وظيفة أخرى غير متعلقة بالشكل (شكل عبوات المنتجات الغذائية- التصميم الخارجي للسيارة- أغلفة الكتب- الإخراج الصحفي...) فكل تلك المنتجات وغيرها تقدم وظيفة تم تغليفها بسمات بصرية تساهم في نجاحها، ولذلك فالثقافة البصرية لمجتمع ما تضم كل من المنتجات الجمالية والوظيفية.

الثقافة البصرية كأسلوب حياة (Ways of life):

تقدم تعريفات هذا الإتجاه الثقافة البصرية ليس بوصفها شواهد مادية موجودة في المجتمع وإنما باعتبارها طريقة في التفكير والحياة بين أفراد كل مجتمع بمفرده. ووفقاً لذلك الإتجاه فإن الثقافة البصرية تظهر في تفاصيل حياتنا اليومية، في الوقت الذي تتخذ فيه أيضاً أشكالاً مؤسسية. ويمكن القول أنها الطرق الموحدة مجتمعياً في التفكير والشعور والتعبير عن ما يظهر عليه العالم من حولنا. أو بعبارة أخرى فإن الثقافة البصرية هي إتجاه واحد "للشكل من أجل الحياة" أو إتجاه واحد "للتصميم من أجل الحياة" (Design for Living)، هذا الإتجاه يتم وضعه من قبل أى مجموعة من الأفراد، فكل ثقافة تعطى أفرادها القدرة على تكويد مظهر وشكل الأشياء والأفراد والعلاقات وما يترتب عليها من صور تتكون لدينا يومياً²³.

ووفقاً لتعريف الجمعية الدولية للثقافة البصرية فإنه يمكن القول أن الثقافة البصرية هي مجموعة من الكفايات البصرية التي يكتسبها الإنسان بواسطة الرؤية، وفي نفس الوقت من خلال دمج وتكامل بعض الخبرات الحسية الأخرى. وتطوير هذه الكفايات يعتبر من أساسيات التعلم الإنساني، وعندما يحدث هذا التطوير فإن الفرد المثقف بصرياً يمكنه تمييز وتفسير الأحداث والعناصر والرموز البصرية التي يقابلها يومياً في بيئته سواء كانت طبيعية أو من صنع البشر²⁴.

وقد خلصت سعديّة محسن إلى تعريف الثقافة البصرية بأنها وعاء لخبرة الإنسان على مر العصور في الجماليات، وتنقسم هذه الخبرة إلى عالمية وإقليمية. وبمقدار سعة الخبرة يكون العطاء الإنساني والثقافة البصرية. كما أنها التطور في الفنون والأفكار والخصائص الذهنية والممارسة العملية والسلوك الحياتي، وهي تعتمد على ما تقوم عليه الحياة الإجتماعية من عقيدة وقيم وفكر وسلوك²⁵.

وقد أوردت الباحثة العديد من تعريفات الثقافة البصرية تدور جميعها حول علاقتها بالمجتمع، وأنها محصلة لكل التفاعلات ومدخلاتها التي يحياها الإنسان، والتي تنتقل إليه عبر الأجيال من خلال قنوات مختلفة أهمها التعليم وأنظمة التربية وأيدولوجية المجتمعات. والإنسان هنا مكتسب دائم للتثقيف بحكم قدرته على إدراك المعلومات والخبرات خلال رحلته الحياتية. ولذلك فالثقافة البصرية تحدث من خلال التفاعلات الإجتماعية، والتي تنتهي بسمات إجتماعية فريدة تختص بالزمان والمكان، وفي النهاية تصبح فن لتنظيم السلوك الجمالي المكتسب²⁶.

أما نسرين عزت فتري أن الثقافة الفنية البصرية تشير إلى مجموع القدرات والمهارات التي يستطيع الإنسان أن ينميها من خلال ممارسته للخبرة البصرية

الشاملة والتي تتفاعل مع الحواس المختلفة، كما تعنى اتساع رقعة الإحساس الجمالي والقيم والقدرة على فهم المدركات البصرية المختلفة في البيئة المحيطة. وتعد الثقافة البصرية في يومنا هذا جزءاً من النسيج الثقافي العام للإنسان²⁷.

ويعرفها **Richard** بأنها تلك العلاقة بين المخزون البصري للفرد وبين البناء المجتمعي للحقائق الموجودة، أو بعبارة أخرى فإنها الهيكل البصري للمجتمعات²⁸. واستخدم **Mitchell** تعريف شديد القرب من المصطلح السابق لتعريف الثقافة البصرية بأنها البناء البصري للمجتمعات²⁹، ولذلك يصبح لكل مجتمع بناؤه البصري وثقافته البصرية التي لا بد وأن تختلف عن مجتمعات أخرى.

ومن التعريفات السابقة يرصد الباحث عدداً من الملاحظات:

- تشير التعريفات الى ما يمكن تسميته الخبرة البصرية أو الذاكرة البصرية للأفراد، والتي هي محصلة لتجارب الفرد مع مجتمعه بصرياً، والتي عادة ما تنتهي بعدد من العادات والتفضيلات البصرية. ووفقاً لذلك يتشكل اتجاه عام من التفضيلات والعادات- يمكن بالطبع أن يخرج البعض خارجها نتيجة تجارب بصرية مغايرة - تشكل فيما بعد الثقافة البصرية لذلك المجتمع.
- يلعب التراكم الرأسي عبر الزمن دوراً كبيراً في تحديد ملامح الثقافة البصرية، ولذلك فمن غير المتوقع أن تتغير ثقافة المجتمعات بشكل سريع أو عبر فترات قصيرة. أو بعبارة أخرى فإن الثقافة البصرية لمجتمع ما تمتد عبر أجيال متعددة.
- يمكن القول أن الثقافة البصرية هي خبرة مكتسبة يكونها الفرد جراء التعرض الدوري لتفاصيل وملامح الحياة البصرية في بيئته الداخلية والخارجية، والتي تحدد بشكل كبير عاداته البصرية فيما بعد. كما يمكن اكساب الفرد تلك الثقافة من خلال وسائل التعليم ونقل الخبرات المعتادة مثل المدارس والجامعات والمعارض الفنية وغيرها.

ويخلص الباحث إلى إمكانية تعريف الثقافة البصرية على النحو التالي:

" الثقافة البصرية هي ما استقر في الذاكرة البصرية لأفراد المجتمعات، وممارسة تأثيراً في تحديد المنتجات البصرية إنتاجاً واستهلاكاً"

- فهي هنا نتاج أفقي ورأسي للتفاعلات والعلاقات بين عناصر مجتمع ما، فمن ناحية هي محصلة التفاعلات التي حدثت بين الأفراد وبيئتهم البصرية الطبيعية والإنسانية، ومن ناحية أخرى هي نتاج لتفاعلات حدثت عبر فترات طويلة ومراحل زمنية متنوعة وانتهت بتصورات وسمات وتفضيلات وعادات بصرية ثابتة إلى حد كبير.

- وهى بصرية، أى أنها تتعامل مع كل ما هو بصرى بدءاً من أبسط الأشياء التى نراها وانتهاءً بأكثرها تعقيداً، فكل ما تقع عليه العين البشرية يعد مدخلات بصرية تتفاعل معها العين وتصبح جزءاً من نظام الفرد البصرى بقبوله أو رفضه أيضاً. فقد يخترن المخ بعض مما تراه العين ويصنفه تحت بند الممنوعات أو غير المرغوب فيه بصرياً.
- ولكى نطلق عليها ثقافة لابد وأن تكون سائدة ومشتركة -قبولاً أو رفضاً- لدى القطاع الأكبر لأفراد المجتمع. فالثقافة البصرية شأنها شأن الثقافة بشكل عام لا تقاس بالمتمايزين والمختلفين - حتى ولو رأى البعض أنهم الأفضل- وإنما من خلال القاعدة العريضة من الأفراد.
- ونتيجة للنقاط السابقة يصبح من الطبيعى والمنطقى أن يكون لكل مجتمع ثقافته البصرية المتفردة عن غيره من المجتمعات وفقاً لما استقر عليه أفرادها، وما اختزن فى ذاكرتهم البصرية. قد يظهر فى ذلك ثقافات متشابهة ومقاربة لدول ومجتمعات متجاورة أو بينها بعض السمات المشتركة، لكن من الصعب وجود ثقافات بصرية متطابقة.
- هذه الثقافة البصرية هى المسئولة عن تحديد ما يقدمه أفرادها من منتجات بصرية، وهو ما يتفق مع الدراسات التى تشير إلى أن أى فنان هو ابن بيئته تتكون معارفه وخبراته من خلال التعرض والتفاعل والتأثر مع مفردات تلك البيئة، ليقدم أعماله بعد ذلك إما متفكة ومعبرة عن ما هو موجود، أو متعارضة معه ومتمردة عليه.
- كما أن الثقافة البصرية أيضاً هى المسئولة عن استقبال وتلقى المنتجات البصرية، وهى التى تحدد مدى ودرجة قبول ما يقدمه أفراد المجتمع بصرياً، أو ما يدخل على النظام البصرى من منتجات أجنبية وغريبة تم إنتاجها فى مجتمعات أخرى. فنجاح المنتج البصرى إنما يتوقف على ملائمة لثقافة مستقبله البصرية بشكل أكبر من خصائصه وسماته، حتى وإن كان محملاً بقدر كبير من التميز والإبداع.

عوامل تشكيل الثقافة البصرية:

مما سبق يتأكد أن لكل مجتمع نظامه البصرى وثقافته البصرية، هذا النظام إنما تشكل وفق عدد من العوامل والأسباب هى المسئولة عن مدى تفرد وتميز وتماسك المجتمع بصرياً. وهنا يمكن الإشارة إلى تلك العوامل تحقق تصنيفاً للمجتمعات بصرياً: **فى المستوى الأول** يأتى التميز الشديد والاختلاف التام عن الثقافات الأخرى، **وفى المستوى الثانى** نجد أن هناك مجتمعات تتشابه فيها بعض تلك الظروف والعوامل فتنتهى بثقافات بصرية متشابهة أو بينها قدر -زاد أو قل- من

الاتفاق، مثلما هو الحال في المجتمعات العربية مثلاً، أو المجتمعات الإسلامية، أو الدول الحارة. أما المستوى الثالث فهو النطاق العالمي الذي تحمل منتجاته البصرية سمات مجتمع ما ويتم طرحها للاستهلاك في معظم المجتمعات الأخرى مثل الأفلام والملابس الأمريكية، وهنا تحدد الثقافة البصرية للمجتمع قبول تلك المنتجات أو رفضها.

ويرصد الباحث خلال الصفحات التالية عدداً من العوامل المسؤولة عن تشكيل ثقافات المجتمعات البصرية التي تضم:

1- الجغرافيا والبيئة الطبيعية:

ما أن يبدأ الطفل في عملية المسح البصري لما حوله تبدأ ثقافته البصرية في التشكل، وتبدأ العين في إرسال معاني ودلالات إلى الذاكرة البصرية لتخزينها. وترجع أهمية البيئة الطبيعية هنا إلى سببين: السبب الأول هو الأولوية الزمنية، فملاح البيئة الطبيعية والجغرافية من أوائل الأهداف التي يتم مسحها بصرياً وتكوين معاني جراء ذلك، حيث أن الطبيعة هي المرجع الأول لاستلهام الرموز البصرية، وما تزرخ به متاحف ومعارض العالم أجمع من أعمال فنية ما هي إلا ترجمات مختلفة للطبيعة³⁰. كما أن مدركات البيئة الطبيعية تمثل خبرة الإنسان، وهي الخبرة الثقافية والفنية التي يكتسبها من ملامح تلك البيئة³¹.

السبب الثاني هو أن الأمر لا يقتصر فقط على تشكيل المعارف والمعاني البصرية بل أيضاً يساهم في عملية التطوير البصري وما يستتبعه من تطوير في السمات الشخصية الأخرى، فالتربية منذ الولادة في بيئة خصبة بصرياً يؤدي إلى تطوير النظام البصري Visual System بشكل متسارع على عدة مستويات منها المستوى السلوكي³².

والنقاط التالية توضح بعض ملامح تأثير البيئة الطبيعية والجغرافية على تشكيل الثقافة البصرية للمجتمعات:

• التفضيلات اللونية للأفراد:

فوفقاً لما اعتادت العين رؤيته في البيئات الطبيعية يظهر نوع من التفضيل اللوني، فسكنى الصحارى دائمو التعرض للون الأصفر، في حين اعتادت أعين ساكني المناطق الساحلية اللون الأزرق، أما البيئات الزراعية فتجعل العين دائمة التعرض للون الأخضر. وقد أثبتت الدراسات الحديثة تأثير البيئة المحيطة واللون السائد فيها على استقبال الألوان في المنتجات البصرية³³، ويطلق على تلك الظاهرة الاستقراء اللوني **Chromatic Induction** والتي أثبتت إحدى الدراسات صحتها

عندما ظهر تأثير اللون المحيط على تفضيل الأطفال من سن 5-7 شهور على استقبال الألوان التي تعرضوا لها³⁴.

• منتجات التعامل مع البيئة:

فملاح المنتجات التي يقدمها الإنسان للتعامل مع بيئته بالطبع تختلف وفقاً لظروف تلك البيئة. فلو أخذنا الملابس مثلاً لذلك سنجد أن البيئات الحارة يحتاج فيها الفرد لملابس ذات ألوان فاتحة مثل الأبيض مع أغطية رأس تقي الحرارة، في حين أن البيئة الباردة في حاجة إلي ملابس ثقيلة داكنة الألوان مع أغطية رأس تقي البرودة ومياه الأمطار. والأمر نفسه مع الأحذية التي تتخذ أشكالاً طويلة ومغلقة كي تبعث الدفء في المجتمعات الباردة، في حين أنها لا يفضل أن تتخذ هذه الأشكال في المجتمعات الحارة، بل يمكن أن تكون مفتوحة وقصيرة. ومن المنتجات التي تتأثر ببيئتها الجغرافية أيضاً السيارات التي تصبح عالية وذات إطارات كبيرة في البيئات الجبلية، بينما يمكن أن تكون أقل انخفاضاً وذات إطارات صغيرة في المجتمعات والبيئات ذات الطرق المستوية.

• شكل المسكن:

تمارس البيئة تأثيراتها البصرية في شكل المباني والمسكن، فالمؤثرات المناخية في موقع ما مثل درجات الحرارة، الرطوبة، طبيعة الأرض، سرعة الرياح وإتجاهها ودرجة سطوع الشمس تعد من أهم الاعتبارات المحددة والمؤثرة والواجب دراستها قبل وضع المخططات التصميمية لأي مشروع معماري، لدورها الكبير في شكل المباني وتوزيعها واختيار المواد وحتى النباتات المناسبة³⁵، ولذلك يصبح من الطبيعي أن يختلف شكل المسكن من مناخ لآخر، والمثال هنا من أسطح المباني في المجتمعات الحارة والباردة، فالمجتمعات الحارة منذ وقت طويل تعتمد على القباب في أسطح منازلها لأداء بعض الوظائف على رأسها التهوية. في المقابل فإن المجتمعات الباردة المطيرة تستبدل القباب بالشكل الهرمي الذي يعمل على عدم تكون مياه الأمطار على أسطح المنازل.

2- الأحداث البصرية العامة:

هي تلك المناسبات والأحداث والمنتجات التي تملك وتحمل خصائص بصرية مميزة يتعرض لها كل أفراد مجتمع ما أو جماعة ما بشكل دائم ومتكرر بقصد أو دون قصد. ومن أمثلة ذلك علم الدولة (بالوانه وتصميمه)، والنزى القومى والرسمى للمسئولين (مثل الجلباب والعقال فى دول الخليج)، والنزى الشعبى لأفراد المجتمع،

ألوان قمصان اللاعبين في المنتخبات القومية، ملابس الحج والعمرة عند المسلمين، ملابس رجال الدين المسيحي.

ومثل تلك الأحداث تتميز بالآتي:

- أنها تحمل خصائص بصرية ثابتة لا تتغير إلا عبر فترات طويلة من الزمن، فأعلام الدول مثلاً لا تتغير إلا بالأحداث العظمى مثل الثورات والإنقلابات وتغير الأنظمة وطبيعة الدولة ذاتها (جمهورية أم ملكية) وقد يحدث أيضاً ألا يتغير شكل العلم حتى مع هذه النوعية من الأحداث.
- كما أنها متاحة للجميع للتعرض لها وليس حكراً على طبقة معينة أو فئة معينة من أفراد المجتمع، فعلم الدولة متاح للجميع في المدارس والهيئات الحكومية والمنشآت العسكرية وفي الشوارع وفي وسائل الإعلام وفي غيرها من الأماكن.. ولذلك فالجميع يمتلك فرصاً للتعرض لهذه الأحداث.
- التعرض لمثل تلك الأحداث البصرية لا يحدث مرة واحدة وإنما يحدث بشكل مستمر ومتواصل مالم يتغير شكله أو إتاحته للجميع.
- لا يمثل القصد شرطاً للتعرض لهذه النوعية من الأهداف البصرية، فالفرصة متاحة للتعرض حتى دون قصد، فأتثناء مشاهدة مباراة للمنتخب القومى يمكن للمشاهد أن يتأمل شكل قمصان اللاعبين، ويمكن أن يراها بشكل عابر أثناء المشاهدة، لكنه تعرض لها في كلتا الحالتين.

وتمارس هذه الأحداث البصرية تأثيرها في تشكيل ثقافة الأفراد البصرية بفعل التكرار، فالتعرض المتكرر للمثيرات تتولد عنه حالة من الألفة معها، ومن ثم يتم التغلب على حالة الخوف الأولى المرتبطة بها وينتج عن ذلك ما يسمونه بتعلم التعرض (Exposure Learning)، أو أثر التعود (Habituation Effect) بما يختزل حالة الحيرة المعرفية أو عدم التأكد، مما يؤدي في النهاية إلي زيادة التفضيل³⁶.

ولذلك فأهمية تلك الأحداث لا تتوقف فقط عند حالة التعود، بل تتعدى ذلك إلى خلق نوع من التفضيل البصرى، وفهم الرسالة البصرية التي تحمل بعض أو كل خصائص تلك الأحداث البصرية. هذا التأثير يحدث حتى في حالة المعيشة خارج حدود الوطن كنوع من إضفاء وتأكيد الهوية البصرية للفرد أو الجماعة حال التواجد في ثقافة أخرى.

وقد ظهر تأثير الأحداث البصرية العامة على المنتجات البصرية في تصميم اسم المتحف السويدي الأمريكى **Swedish American Museum** (أحد المتاحف

العرقية في أمريكا) والذي ظهر تأثير ألوان العلم وتصميمه على الشكل النهائي لاسم المتحف، وظهرت الرغبة في ترجمة الخصائص البصرية السويدية في إحدى منتجاتها المعروضة في مجتمع آخر. وتمت ترجمة ذلك في استخدام اللون الذهبي في حرف W في كلمة Swedish وتم تحويل الحرف إلي شكل التاج الملكي، بينما تحول حرف A في كلمة American إلى شكل نجمة العلم الأمريكي، وتم الدمج بين علمي السويد وأمريكا في حرف E في كلمة Museum³⁷. كما في الشكل رقم 1.



شكل رقم 1: تصميم اسم المتحف السويدي الأمريكي وقد ظهر التأثير بخصائص العلم السويدي البصرية
3- اللغة:

هل تلعب المعلومات اللغوية دوراً في عملية التلقى البصري؟ ظل هذا السؤال مثار جدل على مدار نصف قرن، فوفقاً لفرضية Benjamin Lee Whorf فإنه بتحليل عملية التلقى سنجد أن اللغة تؤثر في طريقة إدراكنا للعالم. هذه الفرضية لاقت العديد من الاعتراضات، حيث يرى أصحاب الرؤى الجديدة أنه إذا كان هناك نوعاً من التصنيف اللغوي يحدث داخل المخ فإنه يلعب دوراً في فلترة واختيار بعض - وليس كل- مدخلات التلقى البصري³⁸.

ووفقاً للفرضيتين السابقتين يظل تأثير اللغة قائماً - سواء كلياً أو جزئياً- في عملية تلقي المنتجات البصرية. وتظل مهارات وتكنيكات اللغة التي تقدم الثقافة منتجاتها البصرية وقدرات أفرادها على القراءة والتكويد قادرة على التأثير وخلق الإحساس بهذه الأشياء البصرية³⁹. كما وجدت الدراسات أن مناطق اللغة في المخ تشارك في عملية تلقي الألوان عندما يتعلق الأمر بمهام بصرية⁴⁰.

ويرى الباحث أن تأثير اللغة ودورها في تشكيل الثقافة البصرية للأفراد الناطقين بها يمكن أن يظهر في العديد من الجوانب منها:

أ- إتجاه القراءة:

تتنوع لغات العالم في تنظيمها وإتجاه قرائتها، فهناك ما يقرأ من اليسار إلى اليمين، أو من اليمين إلى اليسار، أو من أعلى إلى أسفل. ويمارس إتجاه القراءة - بثباته أو مرونته - تأثيراً ما في تشكيل ثقافة الفرد البصرية.

فكما أن التفاعل مع أنظمة الكتابة المختلفة يعد عاملاً أساسياً في عملية تحصيل ونقل المعلومات، فإن العديد من الوظائف الأخرى قد تتأثر بنظام الكتابة وإتجاهها مثل تنظيم الذاكرة، والانتباه البصري، وتوقع إتجاه العمليات الذهنية. وقد أثبتت دراسة على عدد من الناطقين باللغات الإنجليزية والصينية والتاوانية هذه الفرضية، وذلك من خلال ثلاث تجارب تختبر الأولى تأثير إتجاه القراءة على الذاكرة المعلوماتية في أجزاء مختلفة في المجال البصري، وتختبر الثانية الإختلافات في عملية الإنتباه البصري، أما الثالثة فتوضح الإختلاف في تنظيم الأحداث المتسلسلة. وأثبتت الدراسة أن إتجاه الكتابة هو شئ راسخ في العادات والروتين الذهني للمتحدثين باللغة فيما يخص كل العمليات السابقة. فالمكان الذي يبدأ منه إتجاه القراءة هو المكان الذي يبدأ عنده الأفراد، والمكان الذي يتذكرون فيه المعلومات بشكل أفضل، والمكان الذي يبدأ من عنده أى تسلسل للأحداث⁴¹.

وفقاً لذلك فإن تأثير إتجاه القراءة يظهر في اعتياد العين على البحث دوماً عن نقطة البدء والذهاب إليها، مما يضيف على تلك النقطة أهمية خاصة. وقد ساد في أدبيات الصحافة - والإخراج الصحفى تحديداً- أن أكثر الأماكن أهمية في الصفحة هي النقطة العليا اليمنى في الصحف العربية، والعليا اليسرى في الصحف اللاتينية. كما يتأكد هذا التأثير في خلق تفضيل لدى الناطقين بتلك اللغة في مسار الرؤية سواء من اليمين إلى اليسار أو العكس.

ويمتد الأمر إلى تفضيل الصور والرسوم أيضاً، فمن النتائج التي توصلت إليها الدراسات أن إتجاه القراءة والكتابة يؤثر في تفضيلات وملاحظة الإتجاه في الصورة. فمثلاً يفضل الذين يقرأون ويكتبون من اليمين إلى اليسار تلك الصور التي تلتقط لتؤكد الإتجاه من ناحية اليمين، والعكس أيضاً صحيح. وقد خضعت كوريا تدريجياً لتغيير إتجاه القراءة والكتابة من من اليسار لليمين إلى الكتابة من اليمين إلى اليسار، ومعه تغيرت التفضيلات الخاصة بالصور والرسوم مع الإتجاه الجديد⁴².

كما أن مرونة اللغات في تغيير إتجاه قرائتها يخلق المرونة ذاتها لدى المتعاملين بها، فحروف اللغة الإنجليزية مثلاً - ونقصد هنا الحروف وليس الكلمات- يمكن أن

تكتب وتقرأ من الأعلى إلى الأسفل بسهولة على عكس اللغة العربية التي يمثل فيها قراءة حروف منفصلة صعوبة كبيرة.

ب- التشبيك:

والمقصود به هنا طريقة كتابة حروف اللغة مفردة أم متصلة، والذي يرى الباحث أنه من المتوقع حدوث تأثير مماثل في ذهن الفرد وثقافته في التعامل مع المهام البصرية. فالحروف المنفصلة في اللغة الإنجليزية يمكن أن تخلق استعدادات بصرية لدى الفرد في استقبال أهداف بصرية منفصلة أو مجزأة دون الشعور بالتوتر أو القلق، وذلك على العكس من اللغات التي تكتب متصلة مثل اللغة العربية أو الفارسية.

ت- التكويد:

ونقصد به ما تقوم به اللغات المختلفة في تسمية وتصنيف المفردات والمنتجات البصرية، فمثلاً تتأثر عملية تلقي الألوان بمدى التنوع والاختلاف الذي تقدمه اللغات في "تكويد أو ترميز" المسافات اللونية وإعطائها مصطلحات معينة. تلك المصطلحات التي تتطور وتتغير عبر الزمن، وفقاً لما مرت به اللغة من مراحل تطويرية. وتشير الدراسات إلى أن هناك بعض اللغات تستخدم نفس المصطلح للإشارة إلى لونين أو أكثر، فالبعض ينعت الأخضر والأزرق بنفس الاسم، والحال نفسه مع الأحمر والبمبي، والأصفر والبرتقالي. وفي تجربة أجريت على بعض الأفرقة والإنجليز طلب من المبحوثين استبعاد لون لا ينتمي للمجموعة اللونية للونين آخرين **Pick the odd one out**، وكانت النتيجة أن الإنجليز استبعدوا هذا اللون، بينما لم يستبعد الأفرقة أي لون لأن جميعهم كانوا ينتمون لنفس المجموعة اللونية وفقاً للغتهم.

ث- دلالات أشكال الحروف:

قد يؤدي استخدام أشكال حروف معينة في مناسبات بعينها إلى خلق إحساس وتصور بصرى لدى الأفراد بدلالات معينة حال إعادة استخدام هذا الشكل. فاستخدام الخط الكوفي أو الثلث في اللغات العربية يشير إلى الأصالة والقدم والتاريخ، والحال نفسه في اللغة الإنجليزية كما في الخط المستخدم في كتابة لوجوهات صحف عريقة مثل نيويورك تايمز وهيرالد تريبيون وغيرها.

4- الدين:

يرى الكثيرون أن الدين هو أحد عوامل تشكيل الثقافة البصرية لدى أفراد المجتمع سواء في تقديم المنتجات البصرية أو استقبالها. وأول التأثيرات التي يمكن أن يمارسها الدين في ذلك هي تربية العين، حيث أن عين المنتج والمستقبل للأعمال البصرية تتأثر بشكل أو بآخر بما يحدده الدين في هذا المجال.

فالعين الإخلاقية والروحية التى شكلها الدين والتربية فى القرن الخامس عشر ليست إلا نتاج لعمليات الإدراك والتقييم والحكم والاستمتاع التى اكتسبت فى ممارسات الحياة اليومية، فى المدرسة وفى الكنيسة وفى السوق وعند سماع الدروس والخطب والمواعظ . ولذلك فلا بد أن نضع ذلك كله موضع التطبيق فى كل نواحي الوجود العادية وكذلك فى إنتاج الأعمال الفنية وإدراكها⁴³.

كما يظهر تأثير الدين فى الاستخدامات والقيم الممنوحة للرؤية والوسائط البصرية، وفى الثقافة الإسلامية – لدى البعض- وفى فترات من الثقافة المسيحية فإن الصور والمرئيات هى نوع من الإغواء والخداع غير جدير بالثقة وعادة ما يغطى الحقيقة ويخفيها⁴⁴.

كما يمكن أن يتجلى ذلك التأثير فى تفضيل ألوان بعينها لدى أفراد دين معين كما هو الحال فى اللون الأخضر فى الثقافة الإسلامية، واللون اللازوردى الذى يستخدم عادة للدلالة على الشخصية الرئيسية للمسيح أو لمريم المقدسة فى منظر من مناظر الكتاب المقدس⁴⁵.

تأثير الدين على الثقافة البصرية يمتد لكل مناحي الحياة، فى العمارة، فى الملبس، وغيرها من المنتجات البصرية التى نتعرض لها بشكل مستمر. فالعمارة الإسلامية مثلاً تتميز بالزخارف التى تعد أحد سمات الفن الإسلامى التى لازمته لفترة طويلة وأكسبته الشكل المميز الذى يمكن التعرف عليه بسهولة⁴⁶، وتستخدم الزخارف فى كل أنواع العمارة الإسلامية فى المساجد والبيوت والأضرحة...

وفى الملبس يدعو كل دين إلى شكل ملابس معين، وحتى فى السمات المشتركة بين الأديان فى عناصر الملبس نجد الاختلاف أيضاً حاضراً، فالحجاب موجود فى الإسلام والمسيحية واليهودية لكنه يتخذ أشكالاً مختلفة على أرض الواقع.

ولا يقتصر التأثير على عملية التلقى فقط وإنما تمتد إلى عملية الإنتاج، فالفنانون يتأثرون بالعقيدة الدينية التى يؤمنون بها، فعقيدة التوحيد مثلاً تفرض على الذهن نوعاً من الالتزام بوجود الوحدة والتماثل والتنسيق والنظام بين سائر موجودات هذا العالم، وينتج عن ذلك ظهور فن المصغرات والوحدات المتماثلة، كما فى الأرابيسك. كذلك فقد تأثر الفنان المسيحى بعقيدة التثليث وأبدع أعمالاً يرتبط بعضها بتلك العقيدة، ويصور بعضها الحياة المسيحية، مثل أعمال مايكل أنجلو وروفائيل (العشاء الربانى – صلب المسيح – الرحمة – الطفل المقدس – الأم المسيح)، وهذه أعمال لا نجد لها مثيلاً فى الفن الإسلامى⁴⁷.

5- التراث الشعبى البصرى (الفنون الشعبية):

يعد الموروث الشعبى والفنون الشعبية أحد أسباب تشكل الثقافة البصرية لأفراد المجتمع، فالفن الشعبى هو فن فطرى يخضع لتقاليد عبر الأجيال يقوم به أشخاص من

عامة الشعب يتمتعون بثقافة عادية. وفي الوقت نفسه يعد لغة تشكيلية يستخدمها الفنان للتعبير عن أحاسيسه وانفعالاته نحو ما يحرك مشاعره من أفكار ومعتقدات. ولكل فن شعبي مجموعة من الرموز الشعبية البصرية التي تنتج عنه، عبارة عن مجموعة من الخطوط والألوان والأشكال مرسومة بمواد سهلة وميسرة يقصد بها غاية جمالية، وعادة ما يستخدمها الفنان كي يزين بها إنتاجه الفني ليكسبه طابعاً خاصاً محملاً بقيم المجتمع الثقافية والفكرية⁴⁸.

ويلعب الفن الشعبي دوراً كبيراً في فهم الرسالة البصرية إذا ما توافقت معه، وبالتالي زيادة التأثير المستهدف. فمثلاً من غير المتوقع أن يفهم المتلقى الأوروبي رسالة بصرية تحمل رمز الكف المرسوم داخله عين والمتعارف عليه في المجتمعات العربية أنه رمز بصرى شعبي لمنع الحسد. ولعل ذلك ما يفسره ما يسمى بالموضوع في الرموز الشعبية الذي يعد انعكاساً للبيئة الطبيعية والعقيدة الدينية والأوضاع الاجتماعية والسياسية، فهو ليس عملاً صرفاً أو مادياً ولكنه يمثل وحدة عضوية تجمع بين الروحي والمادي⁴⁹.

ويتجاوز التأثير حدود الأعمال البصرية التشكيلية إلى الأعمال التجارية، فكما يمكن الاستفادة من القيم الفنية والجمالية للتعبيرات الروحية للفن الشعبي للوصول إلى حلول تشكيلية مبتكرة⁵⁰، فإن الناس يتذوقون الأشياء التي يقدرون على ممارستها⁵¹، ولذلك فالتصميمات البصرية التجارية التي تكون ضمن إطار الفن الشعبي تكون نسب البيع فيها عالية جداً كونها تمثل منطقة جذب كبيرة لدى المستهلكين⁵².

6- التلوث البصري:

تلعب المتغيرات السلبية التي تدخل على المنظومة البصرية لمجتمع ما تأثيراً كبيراً في تشكيل ثقافته البصرية، أو ما يمكن أن نطلق عليه التلوث البصري، خاصة إذا ما استمرت تلك المتغيرات الطارئة لفترة طويلة تجعل منها بعد ذلك جزءاً أصيلاً من المنظومة البصرية.

والتلوث البصري كما يراه البعض هو كل تشكيلات بصرية غير منظمة من شأنها أن تؤدي إلى الإغراق في الفوضى في المنتجات البصرية المتنوعة، في اللوحات، في واجهات المنازل المهترئة، في الجرافيتي، وغيرها، بما يؤثر على قدرة الفرد على الاستمتاع بمشهد أو منظر ما⁵³.

هذا التلوث يمكن أن يظهر في العديد من أوجه الحياة اليومية مثل واجهات المباني التي ازدانت بمختلف الطرز المعمارية والمباني ذات الارتفاعات غير المنظمة، والإشغالات العامة في الطرقات وفوق الأرصفة والشارع، ومقالب القمامة التي لا تنتهي ومخلفات عمليات الحفر والبناء، والأكشاك وأماكن البيع العشوائية المنتشرة في جميع الأحياء على الأرصفة أو وسط جزيرة الشارع أو أسفل الكباري، وتعديت أصحاب المحال التجارية أو المساكن على الأرصفة⁵⁴.

ونتيجة المعاشة لهذا التلوث البصري الذي يحدث في مجتمع ما تتربي العين وتختزن تفضيلات بصرية تنعكس على ما تتلقاه مستقبلاً من أعمال. ولذلك فمن غير

المتوقع أن يقيم المتلقى وزناً للأعمال الفنية التشكيلية والمسرحية والفنية، ومن الطبيعي أيضاً ألا يكتب النجاح لأعمال بها قدر عال من الجمال وفقاً للمعايير العالمية⁵⁵.

وتشير الدراسات إلى أن تأثير التلوث البصري يمتد إلى التأثير على الشعور بالراحة والسعادة بشكل عام وبالتالي قيمة وجمال الحياة في مجتمع ما، فهو يعمل على تقليل الإحساس بالجمال والتأثير على الصحة النفسية التي يمكن أن تتطور إلى النواحي العقلية والصحية للمتعايشين مع هذا الوضع البصري⁵⁶.

7- الظرف التاريخي:

يساعد الظرف التاريخي في تشكيل تصورات الأفراد البصرية من خلال ما يقوم به الفرد من استدعاء لرموز بصرية معينة تتناسب مع الأحداث التي يعيشها خلال فترة ما. ففي مرحلة ما بعد الاستعمار في دول الشرق الأوسط كان استدعاء الماضي طريقة فعالة لتقوية التماسك المجتمعي والقومي، حيث أن الخطاب التاريخي يضيف شرعية على الأيدولوجيات والهويات المختلفة دينياً وعرقياً. ومن العمليات الهامة في استدعاء الماضي هي انتقاء الذاكرة للرموز والأشكال التاريخية التي لا بد أن يكون لها معني ومغزي عاطفي وذات رنين وإبهار للجمهور⁵⁷. وقد ساهم الوضع السياسي في الشرق الأوسط أواخر الحكم العثماني في ظهور الثقافة البصرية السياسية في المنطقة، وكان من أبرز ملامحها استدعاء شخصية صلاح الدين الأيوبي بما يتناسب مع حالة الضعف التي بدأت تضرب الدولة وقتها⁵⁸.

ولعل ذلك هو ما يفسر انتشار صور جمال عبد الناصر والسادات خلال ثورتي 25 يناير و30 يونيو، فالظرف التاريخي وقتها استدعى الرموز المرتبطة لدى المصريين بأحاسيس الانتصار والكرامة.

8- الشخصيات والرموز:

بعض الشخصيات التي صنعت أحداثاً عظمي تتحول إلي رموز بصرية تحمل معاني واضحة، ومع انتشارها في مجتمع ما، ومع تكرار استخدامها مع أحداث ذات صلة بما قامت به الشخصية مسبقاً يمكن أن يساهم ذلك فيما بعد في تشكيل الثقافة البصرية للأفراد.

ونحن هنا نتحدث عن مستويين من الشخصيات البصرية، الأول هي تلك الشخصيات الحية التي أكتسبت شهرة في مجال ما سواء على الصعيد العالمي أو الصعيد المحلي، وأصبحت صورها تحمل معاني ودلالات ترتبط بما قدمته. على سبيل المثال ترتبط صور جيفارا وغاندي ومصطفى كامل وسعد زغلول وعمر المختار بأفكار الثورة والتمرد والكفاح والنضال، كما تعطي صور مايكل جاكسون وبوب مارلي دلالات على نوع معين من الموسيقي.

المستوى الثاني يتعلق بالشخصيات المبتكرة مثل سوبرمان، وتوم وجيري، باتمان، بكار، فهي شخصيات تحمل صفات وسمات معينة يمكن أن تمارس تأثيراً

على تفضيلات الأفراد ومدى فهمهم للرسائل البصرية الموجهة لهم إذا ما تضمنت أحد تلك الشخصيات، حيث تتحول الشخصيات في هذه الحالة إلى رموز ومعاني. ويعتمد تأثير تلك الشخصيات على تلقي الأفراد للرسائل البصرية على عدد من

النقاط:

- مدى انتشار الشخصية في مجتمع ما، فهناك مستوى عالمي من الشخصيات يتواجد بدرجة أو بأخرى في معظم المجتمعات، مثل سوبر مان وتوم جيري وجيفارا ونيلسون مانديلا وغاندي. في حين أن هناك المستوى المحلي من الشخصيات المعروفة فقط في مجتمعاتها مثل شخصية بكار في مصر.
- مدى فهم الأفراد للمعاني والسمات المميزة لتلك الشخصية، وهل تحمل سمات الخير أو الشر، الشجاعة أم الجبن، القوة أم الضعف.
- مدى ملائمة بين الحدث والشخصية المستخدمة في الرسالة البصرية، فقد يصبح من غير المنطقي استخدام صور الموسيقى بوب مارلي مع أحداث الثورات، أو استخدام باتمان المعروف بأفعاله غير الخيرة مع أحداث الخير.

9- تنوع البنية البشرية للمجتمعات:

على قدر تماثل أو اختلاف البنية البشرية في مجتمع ما يكون التأثير كبيراً وواضحاً على الثقافة البصرية، ففي المجتمعات المتماثلة في خصائص النسبة الأكبر من أفرادها (في اللغة، الدين، الأصل العرقي....) عادة ما تكون الثقافة البصرية موحدة وثابتة لدى القطاع الأكبر في المجتمع. بينما الوضع مختلف في الدول التي تتميز بتنوع بنيتها البشرية نتيجة وجود أصول مختلفة جراء الهجرات الدائمة التي تحدث لها.

فمع اختلاف البنية البشرية في المجتمع وتنوعها عادة ما يحدث أمرين:

- الأول هو حالة من الصراع والتنافس بين الأصول والثقافات البصرية للفئات البشرية المتنوعة في المجتمع، خاصة إذا ما كان الاختلاف كبيراً بينها، والذي يعد جزءاً من رغبة كل فئة لفرض شخصيتها وثقافتها في كل جوانبها ومن بينها الجانب البصري.
 - الأمر الثاني هو أنه عادة بعد هذه الحالة من التنافس تظهر ثقافة بصرية مسيطرة تتعايش معها الثقافات البصرية الأخرى.
- ولعل المثل الأبرز في هذا المجال هو المجتمع الأمريكي الذي يعد -بجانب وجود العديد من الأصول العرقية التي ساهمت في تأسيسه- المقصد الأول للمهاجرين من كل دول العالم. وإذا كان المهاجرون الأوائل كانت عادة ما تنقطع علاقتهم تماماً بثقافتهم الأصلية، فإن مهاجر القرن الحادي والعشرين أصبح قادراً على استخدام ما يسمى بالوسائل العرقية والوطنية التي تجعله على اتصال دائم بلغته وثقافته الأصلية، بل وترشده إلى كيفية التعامل مع الثقافة الجديدة⁵⁹.

وفي الحقيقة فإن مشكلة هذا الوضع مزدوجة...

- فمن ناحية لا بد وأن تراعي الرسائل البصرية للمجتمع (الثقافة السائدة) خصوصية ثقافة هذه المجموعات (الثقافات الفرعية) إذا ما أرادت النجاح التام.
 - من ناحية أخرى فإن الرسائل والمنتجات البصرية لتلك المجموعات لا بد وأن تراعى الثقافة البصرية للمجتمع الأصلي.
- وقد أوضحت إحدى الدراسات هذه الحالة، وتوصلت إلى أن تصميم أسماء المتاحف العرقية للمجموعات التي تنتمي لشرق ووسط أوروبا (مثل بولندا وروسيا) في المجتمع الأمريكي قد راعت ثقافتها البصرية الأصلية في استخدام حروف بدون زوائد san serif، واستخدمت بعض خصائص العلم الخاص بها (بألوانه وتصميمه) في تصميم اسم المتحف، وفي الوقت نفسه استخدمت بعض خصائص العلم الأمريكي في التصميم ذاته⁶⁰.

10- ازدهار الفنون البصرية:

جدلية العلاقة بين المجتمع والفنون البصرية (الفنون التشكيلية، النحت، السينما، المسرح، التصوير....) يمكن أن توضح لنا تأثير هام في تشكيل الثقافة البصرية للمجتمعات. فإذا كان البعض يرى أن المجتمع هو الذي يحدد درجة نجاح هذه الفنون، فإن هناك من يرى أن تلك الفنون- مثل أي فن- هي التي تشكل وعي الجمهور البصري. ولسنا هنا بصدد مناقشة هذه الجدلية لأن وجودها في حد ذاته يعد دليلاً على ارتباطها بالثقافة البصرية للمجتمع.

لكن المؤكد أن المجتمعات تختلف فيما بينها فيما يمكن أن نسميه "سوق الفنون البصرية"، الذي يعني ببساطة المردود المادي والمعنوي للمنتجات البصرية في المجتمع. فالمجتمعات العربية مثلاً - كما يرى عبد الرحمن السليمان الفنان التشكيلي السعودي- تميل إلى الثقافة السمعية والشفاهية، ولذلك فقد أولت إهتمامها عبر القرون للشعر والأدب واللغة بشكل عام كمنتجات ثقافية لكنها أغفلت كل ما يتعلق بالثقافة البصرية كالمسرح والفن التشكيلي ولاحفاً التصوير والنحت⁶¹. لكن على العكس من ذلك تلقى الفنون البصرية تلقى رواجاً كبيراً في مجتمع مثل فرنسا، حتى أنه في عام 1967 استقبل معرض توت عنخ آمون للفنان لو غران باليه في باريس مليون ونصف المليون زائر⁶².

هذا الأمر بالطبع يؤثر على الثقافة البصرية في نقطتين:

- الأولى هي توجيه الاهتمام للنشاط والإنتاج البصري، ودرجة الإهتمام به، فالمجتمعات التي تتشكل ثقافتها حول الكلمة لن يكتب للنشاط البصري فيها النجاح المأمول، والعكس أيضاً صحيح.
- النقطة الثانية هي مدى التقدم التقني الذي توجد عليه تلك الفنون، والصورة التي يظهر عليها، بداية من تصميم منتجات الاستهلاك اليومية (المعلبات وملصقات الشوارع والملابس...) وانتهاءً بأكثر الفنون البصرية تعقيداً مثل

السينما والمسرح والدراما. وهو الأمر الذي يتأثر بتوجيه الإهتمام المشار إليه في النقطة السابقة.

11- تدريس الفنون البصرية:

تتأثر الثقافة البصرية للمجتمع بالوضع الذي توجد عليه الفنون البصرية في المؤسسات التعليمية- خاصة في المراحل التعليمية الأولى- حيث تحدد طريقة تربية الأطفال والدارسين بصرياً على تفضيلاتهم فيما بعد. ويمكن أن تمارس العملية التعليمية هذا التأثير من خلال النقاط التالية:

- المواد والمقررات التي يتم تدريسها في المدارس، وهل يقتصر الأمر على مادة الرسم أم أن هناك فنون بصرية أخرى مثل التشكيل بالصلصال والقص واللصق والتمثيل وغيرها.
 - المكانة والقيمة المعطاة لتلك المقررات، بمعنى هل يتم التعامل معها كمواد أصيلة تؤثر في نجاح أو رسوب الطالب أم أنها مجرد أنشطة لا تضاف إلي المجموع.
 - عدد ساعات تدريس المواد الفنية والبصرية، وكيفية توزيعها على أيام الأسبوع، ومكانها من فترات وجدول اليوم الدراسي.
 - من هم الذين يقومون بعملية التدريس، هل هم متخصصون في الفنون البصرية أم قادمون من تخصصات مختلفة سواء قريبة أو بعيدة عن تلك الفنون؟
 - مدى الاهتمام بالنشاط الفني في المدارس مثل مسابقات الرسم، وتشكيل فرق التمثيل المسرحي، وتنظيم الرحلات إلى المعارض والمتاحف والمسارح.
 - الإمكانيات المتوفرة في العملية التدريسية من خلال وجود معدات وآلات وأماكن مخصصة لتدريس هذه المواد والأنشطة، بالإضافة إلى طرق التدريس ومدى الاعتماد على مناهج وطرق حديثة في التعليم.
 - واقع التعليم العالي في مجالات الفنون البصرية مثل كليات الفنون الجميلة والفنون التطبيقية والتربية الفنية، بداية من مبادئ وأسس الالتحاق بتلك الكليات، ومروراً بمناهج ومقررات العملية التعليمية، وانتهاءً بظرف سوق العمل.
 - الصورة الذهنية لدى الأسرة تجاه هذه المواد والمقررات، ومدى الاهتمام برعاية الميول الفنية لأطفالها وتنميتها إذا ما وجدت.
- ووفقاً للاهتمام الذي يعطيه النظام التعليمي في مجتمع ما للفنون البصرية في كل ما سبق تتحدد بشكل كبير ملامح الثقافة البصرية لأفراد المجتمع ككل.

12- الوضع الاجتماعي:

تتأثر الثقافة البصرية في جزء هام جداً بالوضع الاجتماعي للفرد، والذي يظهر في جانبين: رأس المال النقدي، ورأس المال الثقافي.

فمن ناحية يصعب على الفرد تحت الظروف الاقتصادية المتدنية تذوق الفنون أو السعى نحو امتلاكها، وقد أشارت الفنانة التشكيلية وفيقة مصطفى إلى ذلك، وأرجعت انصراف الجمهور عن زيارة المعارض إلى الواقع الاقتصادي المرير الذي نعيشه، فنتيجة لارتفاع الأسعار وازدياد ضغوط الحياة، انصرف الجمهور عن تذوق الجمال وبعثوا عن الترفيه، لأنه ببساطة لا يوجد لديهم أوقات فراغ يذهبون فيها لزيارة المعارض، وحتى نظرتهم للحياة أصبحت تشاؤمية، فلا يرون المناظر الطبيعية والزهور بشكلها الحقيقي، ولكن السوداوية تسيطر عليهم⁶³.

ومن ناحية أخرى فإن ثقافة الفرد البصرية تتأثر بالوظيفة والعمل الذي يمتنه، وقد توصلت إحدى الدراسات إلى أن نسبة الفلاحين الذين يزورون متاحف الفن في السنة لا تتعدى 0.5%، في حين تصل هذه النسبة إلى 43% بين أصحاب الوظائف العليا (الكوادر)، وتصل إلى 151% بين أهل الفن⁶⁴.

تأثير الأصل الإجتماعي لا يقتصر على الدخل ومستوى المعيشة فقط وإنما أيضاً بالمستوى التعليمي للأسرة وخاصة الأم - كما أشار بورديو- ولذلك فنحن نتحدث أيضاً عن رأس المال الثقافي للأسرة الذي يساهم في تشكيل ثقافتها البصرية⁶⁵.

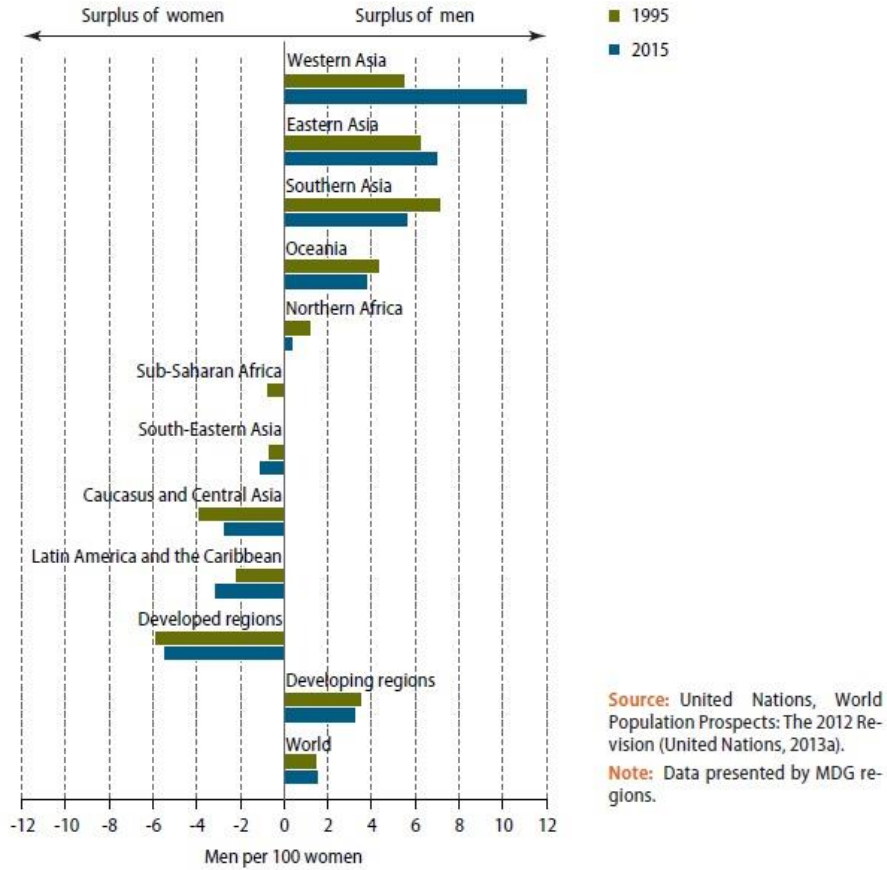
13- التكوين النوعي للمجتمع:

يلعب التكوين النوعي للمجتمعات دوراً محورياً في تحديد تفضيلات الأفراد البصرية وبالتالي ثقافتهم في التعامل مع كل ما هو بصرى، والسبب في ذلك أن نسب الإناث إلى الذكور تختلف من مجتمع لآخر، وأن تفضيلات الإناث البصرية تختلف عنها عند الذكور.

رصد تقرير الأمم المتحدة عن الإناث في العالم في عام 2015⁶⁶ عدد من المؤشرات حول توزيع كل من الذكور والإناث في دول العالم. أشار التقرير إلى أنه بشكل عام ليس هناك فارق كبير بين الذكور والإناث حول العالم، حيث يبلغ عدد الإناث 3.6 بليون بنسبة 49.6%، ويبلغ عدد الذكور 3.7 بليون بنسبة 50.4%، وهذا يعني أن هناك 102 ذكر لكل 100 أنثى حول العالم.

وبرغم هذا التقارب في الأرقام فإن هناك اختلاف كبير في توزيع الإناث والذكور في مناطق العالم المختلفة مما يؤدي في النهاية إلى سيادة نوع معين. فمثلاً هناك فائض وزيادة في أعداد الذكور في مناطق جنوب وغرب وشرق آسيا وأوقيانوسيا وشمال أفريقيا، بينما مناطق جنوب شرق أفريقيا والقوقاز ووسط آسيا وأمريكا اللاتينية ودول الكاريبي والدول المتقدمة تحظى بفائض وزيادة في أعداد الإناث. ولأسباب تختلف من دولة لأخرى يمكن أن يصل عدد الذكور إلى أضعاف عدد الإناث كما هو الحال في دول الخليج حيث تسجل قطر 324 ذكر لكل 100 أنثى، وتسجل الإمارات 228 ذكر لكل 100 أنثى، وفي عمان هناك 188 ذكر لكل 100 أنثى، وفي الكويت هناك 148 ذكر لكل 100 أنثى، وتسجل السعودية 139 ذكر لكل

100 أنثى. وتسجل كل من الصين والهند تحديداً أعلى نسبة زيادة في عدد الذكور، ويبلغ العدد في الصين 52 مليون، وفي الهند 43 مليون. ويوضح الجدول التالي – الذي نشره تقرير الأمم المتحدة- نسبة زيادة الذكور عن الإناث في مناطق العالم المختلفة.



جدول رقم 1: مناطق زيادة كل من الذكور والإناث حول العالم.. المصدر تقرير هيئة الأمم المتحدة عن النساء في 2015.

هذا الاختلاف في التكوين النوعي للمجتمعات يتبعه اختلافات في نمط الحياة بشكل عام، وفيما خصنا هنا في التفضيلات البصرية لأفراد المجتمع وبالتالي ملامح ثقافتهم في التعامل مع كل ما هو بصرى. فقد أثبتت الدراسات أن العديد من الاختلافات قد سجلت بين الذكور والإناث في التفضيلات البصرية، فقد أظهرت إحدى الدراسات ذلك التأثير في درجة تعقيد التصميم، لكن التأثير الأكبر كان في

الألوان، فقد يتسامح الإناث ويقبلن تصميماً سيئاً لكن لن يكن متسامحات مع التصميمات الخالية من الألوان ولن يفضلنها، وخلصت الدراسة إلى أن مفتاح الاختلاف في تفضيلات الذكور والإناث يكمن في استخدام الألوان من عدمه، وفي المزج بينها⁶⁷.

كما أنه في الوقت الذي سجل فيه الذكور مستويات أعلى من تفضيل التصميمات التي تحتوي على قدر أكبر من التعقيد، فإن الإناث قد سجلن مستويات متوسطة أو منخفضة. وظهر أن الإناث لديهن تقدير للوحات الحديثة أكثر من نظرائهن من الرجال. وفي دراسة عن الاستجابة لمظهر المواقع الإلكترونية كان الرجال أكثر اهتماماً بكيفية تنظيم الموقع وكيفية تقديم المعلومات، بينما كان اهتمام الإناث بمغزى الأنيميشن الموجود بالموقع. كما أن الإناث فضلن المواقع التي تحتوي على أقل قدر ممكن من التشويش واستخدام الجرافيك، في حين فضل الرجال الحالات التي زاد فيها هذا الاستخدام⁶⁸.

ومما سبق يمكن القول أنه باختلاف النسبة ما بين الذكور والإناث في المجتمع، ومدى سيطرة طرف على تكوين المجتمع يمكن أن تشهد المجتمعات ثقافات بصرية مختلفة ومتنوعة.

14-القائمون على الفنون البصرية:

من يتولى أمور الفنون البصرية يستطيع التأثير على ثقافة الأفراد في التعامل مع المنتجات البصرية، لأنه يحمل أعماله ما بداخله من قيم وأفكار وآراء، والتي تتكون في الأصل من معطيات المجتمع الذي نشأ فيه، ولذلك فالفنان البصري كأحد أفراد المجتمع يمارس تأثيراً ما على الثقافة البصرية.

وبرغم تنوع وتعدد جوانب هذا الطرح إلا أن الباحث يرى أن أهمها يكمن في أمرين يمكن أن يكون لهما الأثر الأكبر في تشكيل الثقافة البصرية:

- الأمر الأول هو مدى قناعة مقدمي المنتجات البصرية بما يقدمونه، ومدى فائدته وتأثيره على الأفراد. وفي هذا الأمر لمس الباحث من تجربته العملية إتجاهين بين مخرجي الصحف مع الأخذ في الاعتبار أن الإخراج الصحفى يدخل في نطاق الفنون التي يتم تلقئها في لا وعى القارئ. الإتجاه الأول كان القناعة التامة بأهمية وتأثير كل ما يتم تقديمه وبالتالي يظهر الاهتمام بالتفاصيل الدقيقة، خط بسيط، استخدام لون في جزء صغير من الصفحة، أو حتى تكبير أو تصغير حجم العنوان بنسبة بسيطة جداً. الإتجاه الثانى كان يتبنى وجهة نظر مغايرة وهي أن القارئ لن يهتم بتلك التفاصيل ولن يدركها من الأساس، وبالتالي ينصب الاهتمام على العناصر الأساسية دون الخوض في تفاصيل قد تحمل العديد من المعانى.

سيادة أى من الإتجاهين قد يحمل تأثيراً على تفضيلات القراء البصرية مع تكرار الاستخدامات والحلول البصرية، والتأكيد عليها من تصميم لآخر.

• الأمر الثاني هو انتماء القائمين على الفنون البصرية للمجتمع الذي يقدمون له إنتاجهم، فإذا كان الفنان محملاً بقيم مجتمعه وبيئته فسوف يقدمها في إنتاجه حتى لو كان يقصد به مجتمع آخر. ويمكن أن يظهر ذلك إذا تأملنا رسوم كل من ناجي العلي وكارلوس لاتوف، فرغم الفترة الزمنية بينهما واختلاف العديد من الأمور لكن يمكننا رصد عدد من الاختلافات بين رسوم ناجي العلي رسام الكاريكاتير الفلسطيني وكارلوس لاتوف رسام الكاريكاتير البرازيلي.

سنجد مثلاً ناجي العلي دائماً ما يستخدم اللغة العربية في رسومه، ويستعين أحياناً بأحاديث شريفة وأبيات شعر، كما تظهر حالات التضمين وعدم المباشرة لفهمه وإدراكه لجوانب الحياة في مجتمعه العربي الذي يرسم له، وقناعته أيضاً بأن المتلقى لديه هذا الإدراك. في رسوم ناجي العلي أيضاً نجد التعبير عن الأرض العربية بعدد من الرموز من أزهار عباد الشمس وسنبلة القمح والهلال في السماء - المرتبط بالتقويم الهجري المعروف لدى العرب - والأرض الصحراوية التي أصابها الجفاف والتشقق. حتى في اختياره للرمز المصاحب لكل رسومه اختار له اسم عربي (حنظلة) وسمات شكلية عربية (الشعر غير الناعم) واختار أن يعيش ظروف إقتصادية صعبة (الملابس الممزقة التي تم ترفيعها).

في المقابل فإن تأمل رسوم كارلوس لاتوف في فترة ثورات الربيع العربي سنجد أنه استخدم في أغلب رسومه اللغة الإنجليزية، وعبر عن الدول إما بشكل مباشر إما بالخريطة أو العلم، وكانت شخصيات رسوماته واضحة المعالم يسهل جداً التعرف عليها معتمداً في ذلك على التصريح وليس التضمين.

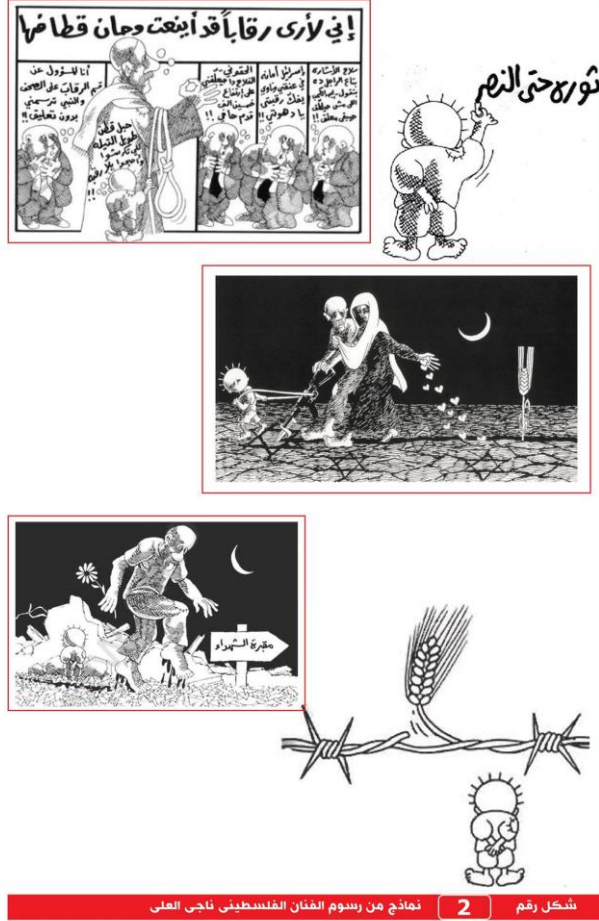
ويوضح الشكلان رقم 2 و 3 نماذج من رسوم كل من ناجي العلي وكارلوس لاتوف يظهر فيها الفروق السابق ذكرها.

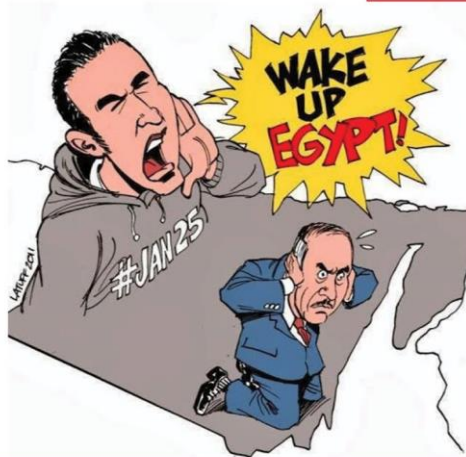
15-ثقافة الإنتاج والاستهلاك البصري:

يؤكد مصطلح ثقافة الاستهلاك أن عالم السلع وقواعد بنائها يلعب دوراً أساسياً في فهم المجتمع المعاصر، ويؤكد على البعد الثقافي للإقتصاد وأن السلع المادية ليست ناقلة للمنافع والفوائد فقط⁶⁹. وبالتالي فالسلع أصبحت تحمل -بجانب متطلبات وخصائص وظيفتها الأساسية- عدداً من السمات الثقافية التي يمكن أن يتم استهلاكها في مجتمع وثقافة أخرى وفقاً لكون المجتمعات منتجة أو مستهلكة للمنتجات المتداولة في أسواقها. وإذا كان هذا هو الوضع مع السلع المادية فإن الأهمية تزداد مع المنتجات البصرية التي تندرج بشكل أو بآخر تحت بند السلع الثقافية، فهي منتجات مشبعة بكل القيم وعناصر الثقافة البصرية للفرد والمجتمع الذي ينتجها.

وعلى سبيل المثال تشير الدراسات إلى تراجع مشاهدة الدراما المصرية لحساب الدراما التركية الدبلجة السورية، وتوصلت مروة محمود إلى أن نسبة 37.8% يشاهدون المسلسلات التركية دائماً، وقرنت تلك النتيجة مع الدراسات التي سبقتها وأظهرت أن هناك اتفاق كبير بينهم حيث أكدت دراسة وسام فاضل وطالب عبد المجيد أن المسلسلات التركية الدبلجة جاءت في صدارة التفضيل بنسبة 37%، بينما زادت وصلت تلك النسبة إلى 83% في دراسة منال مزاهرة⁷⁰. وقد مارست هذه الدراما دوراً كبيراً في المتلقى المصرى كان منها بالطبع بعض النواحي البصرية مثل الملابس والمباني والأماكن العامة والديكور وقصات الشعر وغيرها.

ولذلك يمكن القول أنه وفقاً لجنسية المنتجات البصرية في مجتمع ما يمكن أن تتأثر الثقافة البصرية لأفراده وذلك بسبب اختلاف القيم والأفكار والأشكال التي يتلقاها في تلك المنتجات، سواء كانت محلية الصنع أو تم إنتاجها في ثقافات مختلفة.





نماذج من رسوم الفنان البرازيلي كارلوس لاتوف

3

شكل رقم

الهوامش

- 1Kang Zhang: Using visual language in management, Journal of Visual Language and Computing, vol.23, No.6, December 2012, p.340.
- 2David Morgan: Painting as visual evidence: production, circulation, reception, Available at:
https://www.researchgate.net/profile/David_Morgan34/publication/265047096_Painting_as_visual_evidence_production_circulation_reception/links/55e0747f08ae6abe6e88d2a8.pdf, P.8.
- 3محمد صالح الإمام: ثقافة الصورة ودورها في تحقيق الأمن الفكرى فى الدول المواكبة للتحضر، المؤتمر الوطنى الأول للأمن الفكرى (المفاهيم والتحديات)، كرسى الأمير نايف بن عبد العزيز لدراسات الأمن الفكرى بجامعة الملك سعود، 22-25 جماد الأول 1430، ص8.
- 4شاكر عبد الحميد: التفضيل الجمالى، دراسة في سيكولوجية التذوق الفنى، سلسلة عالم المعرفة، العدد 267، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001، ص 32.
- 5محمد صالح الإمام: مرجع سابق، ص6.
- 6Elaine Baldwin and Others: Introducing culture studies, Pearson Education, Ltd, 2004, P.365.
- 7Paul Duncum: visual culture: developments, definitions, and directions for art education.Studies in Art Education, Vol.42, No.2, Winter 2001, p.106.
- 8W.J.T. Mitchell: Showing seeing: a critique of visual culture, Journal of Visual Culture, Vol.1, No.2, 2002, P.166.
- 9Paul Duncum: Op.cit, p.104.
- 10EileanHopper . Greenhill: Museums and the interpretation of visual culture, London, Routledge, 2000, P.34.
- 11كريس جينكس: الثقافة البصرية، مركز جامعة القاهرة للغات والترجمة، القاهرة، 2016، ترجمة بدر الدين مصطفى، ص 9.
- 12Robin M. Jensen: Material evidence (2): visual culture, The Oxford handbook of early Christian studies, Sep. 2008.
- 13Paul Duncum: Op.cit, p.104.
- 14كريس جينكس: مرجع سابق، ص 40.
- 15 Nicholas Mirzoeff: An introduction to visual culture, London, Routledge, 1999, P.3.
- 16Paul Duncum: Op.cit, p.105.
- 17Robin M. Jensen: Op.cit.
- 18Elaine Baldwin & Others: introduction cultural studies, Pearson Education LTD, 2004, P.366.

- 19 Martin Lister & Others: *New media: a critical introduction*, Routledge, London, First edition, 2003, P.98.
- 20 سعاد محسن عايد الفضلي: ثقافة الصورة ودورها في إثراء التنوع الفني لدى المتلقي، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2010، ص 29.
- 21 إيمان مهران: فنون التشكيل الشعبي مدخلا للحفاظ على الهوية المقدسة، مجلة الثقافة الشعبية، العدد 14.
- Available at:
www.folkculturebh.org/ar/index.php?issue=14&page=showarticle&id=4
2.
- 22 Paul Duncum: Op.Cit, p.105.
- 23 Elaine Baldwin: Op.Cit, p.366.
- 24 سعاد محسن عايد الفضلي، مرجع سابق ص 30.
- 25 نفس المرجع السابق، ص 31.
- 26 نفس المرجع السابق، ص 34.
- 27 نسرين عزت جمال الدين: دراسة المعايير الفنية والعلمية لاختيار الوسائل الإعلانية المطبوعة في مصر ومي ارتباطها بالبيئة والثقافة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ص 300.
- 28 Richard K. Popp: *Visual culture, public space, and piety in focus on the family's citizen magazine*, *Critical Studies in Media Communication*, Vol.27, No.5, Dec. 2010, P.500.
- 29 W.J.T. Mitchell, Op.Cit, p.170.
- 30 زينب حسن على المشد: الرموز البصرية في القرن الواحد والعشرين ودورها في إعداد برنامج لتدريس الملصق الإعلاني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة القاهرة، 2011، ص 100.
- 31 نفس المرجع السابق، ص 101.
- 32 Alessandro slae and Others: *Enriched environment and acceleration of visual system development*, *Neuropharmacology*, Vol. 47, Issue 5, Oct. 2004, P. 650.
- 33 Marilyn A. Read & Deborah Upington: *Young children's color preferences in the interior environment*, *Early Childhood Education Journal*, Vol.36, Issue, 6, June 2009, p.491.
- 34 Hiromi Okamura and Others: *Development of chromatic induction in infancy*, *Infant Child Development*, Vol.16, No.6, 2007, abstract.

35 حسام يعقوب النعمان و رضوان الطحلاوي: تأثير البيئة الطبيعية والثقافية في تشكيل البنية الفضائية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية، المجلد الرابع والعشرون، العدد الثاني، 2008، ص 10.

Available at:

<http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/eng/images/stories/21.pdf>

36 شاكِر عبد الحميد: التفضيل الجمالي، دراسة في سيكولوجية التنوع الفني، سلسلة عالم المعرفة، 267، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، مارس 2001، ص 51.

37 Melissa A. Johnson: Communicating visual identities on ethnic museum websites, Visual Communication, Vol.13. No.3, August 2014, p.364.

38 Wai Ting Siok & Others: Language regions of brain are operative in color perception, Proceeding of National Academy of Science of United States of America, Vol.106, No.20, May.19.2009, p.8140.

39 Elaine Baldwin & Others: Op.Cit. p.98.

40 Wai Ting Siok & Others: Op.Cit. p.8143.

41 Ting Ting Chan & Benjamin Bergen: Writing direction influences spatial cognition, Proceeding of the 27 annual conference of the cognition science society, Available at: www2.hawaii.edu/Bergen/papers/f895-can.pdf.

42 Hachoung H. Lee: The change of reading/writing habit induces the directional change in drawings, but not in photos, Journal of Vision, Vol. 15, No.12, 2015, Abstract.

43 بيير بورديو: قواعد الفن، دار الفكر للدراسات والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ترجمة إبراهيم فتحي، ص 419.

44 Martin Lister: Op.Cit, P.98.

45 بيير بورديو، مرجع سابق، ص 420.

46 علياء عكاشة: العمارة الإسلامية في مصر، بردي للنشر، القاهرة، 2008، ص 6.

47 محمد عزيز نظمي: قراءات في علم الجمال.. الفن بين الدين والأخلاق، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1996، ص 3.

48 مصطفى محمد الشوربجي: رؤية حديثة للرموز الشعبية كقيمة تشكيلية وتوظيفها في تصميم مكملات أقمشة المفروشات المطبوعة، مؤتمر التعليم النوعي ودوره في التنمية البشرية في عصر العولمة، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، 2006، ص 671.

49 نفس المرجع السابق، ص 676.

50 ياسر محمد فضل: تقنيات الفن الرقمي والإفادة منها في إبداع أعمال تصويرية مستوحاة من التعبيرات الروحية للفن الشعبي، الملتقى الدولي الثاني للفنون التشكيلية "حوار جنوب جنوب"، جامعة أسيوط، 2010، ملخص.

- 51 مصطفى محمد الشوربجي، مرجع سابق، ص 675
- 52 محمد على علوان: جماليات الصورة في الرسم العالمي المعاصر تيارات ما بعد الحداثة نموذجاً، مجلة جامعة بابل، المجلد 21، العدد 1، 2013، ص 238.
- 53 Milan Kumar & Tanaya De: Visual pollution can have a deep degrading effect on urban and suburban community: a study in few places of Bengal, India, with special reference to unorganized billboards, European Scientific Journal, suppl. Special Edition 1 (Jun 2015), Abstract.
- 54 يوهانسن يحيي عيد وعمر محمد الحسيني: التلوث البصري وتأثيره على سلوكيات الإنسان واستعباده للفراغات العمرانية العامة، بحث تحليلي مقارنة القاهرة دمشق، مجلة جمعية المهندسين المصرية، 1997، p.2
- 55 عيد رحيل، دور المخرج الصحفي في تدعيم الجوانب الإبداعية في إخراج الصحف الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2013، ص 314.
- 56 Milan Kumar & Tanaya De, Ibid, Abstract.
- 57 Christiane Gruber and Sune Haugbolle: Visual culture in the modern Middle East: rhetoric of the image, Indiana University Press, 2013, P.57.
- 58 Ibid, P.58.
- 59 Melissa A. Johnson, Op.Cit. p.362.
- 60 Ibid, p.364.
- 61 ميرزا الخويلدي: أزمة الثقافة البصرية تلاحق الفن التشكيلي السعودي، جريدة الشرق الأوسط، 25 أكتوبر 2013، Available at: <http://aawsat.com/home/article/7337>
- 62 ناتالي إينيك: سوسيولوجيا الفن، المنظمة العربية للترجمة، لبنان، الطبعة الأولى، 2011، ترجمة حسين جواد قبيسي، ص 101.
- 63 سعاد محفوظ: أزمة الفن التشكيلي، ملحق الثقافة والفنون، مجلة الراكوبة السودانية، Available at: <http://www.alrakoba.net/news-action-show-id-189173.htm>
- 64 ناتالي إينيك: سوسيولوجيا الفن، مرجع سابق، ص 93.
- 65 نفس المرجع السابق، ص 94.
- 66 The world's women 2015, trends and statistics, United Nations, 2015, p.6.
- 67 Katrina Reinecke & Krzysztof Gajos: quantifying visual preferences around the world, In Proceeding of SIGCHI conference on Human Factors In Computing System, New York, USA, 2014, Abstract.

68 Hsiu-Feng Wang: Picture perfect: Girls' and boys' preferences towards visual complexity in children's websites, Computers in Human Behavior, Vol.31, Feb.2014, p.552.

69مايك فيزرستون: ثقافة الاستهلاك وما بعد الحداثة، مكتبة مدبولى، القاهرة، 2010، ترجمة فريال حسن خليفة، ص 177.

70مروة محمود عبدالله: صورة الزوج والزوجة فى المسلسلات المصرية والتركيية وعلاقتها بواقع العلاقات الزوجية فى الأسرة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2014، ص244.