



مجلة جامعة الأنبار للعلوم الانسانية

University of Anbar Journal for
Humanities



P. ISSN: 1995-8463

E. ISSN: 2706-6673

Volume 18- Issue 2- June 2021

المجلد ١٨- العدد ٢ - حزيران ٢٠٢١

الخصوصية الثقافية في الصناعات البصرية بين الأصالة والمعاصرة. دراسة في انثروبولوجيا الفنون

أ.م.د. حارث علي حسن العبيدي

جامعة الموصل - كلية الآداب

Harith Hasn @yahoo.com

DOI

10.37653/juah.2021.171735

المخلص:

تم الاستلام: ٢٠٢٠/١٢/١٥

قبل للنشر: ٢٠٢١/٢/١

تم النشر: ٢٠٢١/٦/١

الكلمات المفتاحية

الثقافة

الفنون

الصناعات البصرية

ان الصناعات البصرية يمكن ان تعد اشكالاً وممارسات وصور وكلمات ومعانٍ مؤثرة ومفيدة وممتعة. فالخاصية الأساسية للفن السوري ليس بتأثيره الجمالي او التذوقي فحسب، بل في استيعابه للواقع السيكولوجي والسوسولوجي بشكل شمولي متكامل وهادف. وكشفه عن عالم الانسان الداخلي (المقنع)، والعالم الخارجي المبرقع. وان التحليل الجدلي للعلاقة بين الفن والمجتمع يرتبط بذات الوقت بمبدأ التحليل الجمالي لوظيفة الفن الاجتماعية. ويشكل جنباً الى جنب مع الفلسفة وعلم الاجتماع وعلم الاخلاق كلُّ بوسائله، جزءاً من وعي الناس الاجتماعي. ولم ينشأ الفن السوري للمتعة والترفيه، بقدر ما نشأ كشكل متميز من المعرفة الانسانية عن الكون والحياة، معرفة فكرية لاستتار الواقع الاجتماعي. بوصفه انعكاساً للمعلومات والخبرات المكتسبة من العالم الطبيعي والاجتماعي. وأما اليوم فنراه قد دخل مجتمع المعرفة بكل تجلياته ومآلاته، بشكل يمكن ان يعبر عن الثقافات بخصوصياتها المتنوعة والمتعددة. ولهذا ارتأى الباحث إجراء هذه الدراسة بهدف معرفة ماهية الصناعات البصرية والوقوف على نمط دورها في مجتمع المعرفة، وذلك بالاعتماد على منهجية متعددة قوامها المنهج المتعدد المداخل، للإحاطة والالمام بالموضوع من معظم جوانبه.

Cultural Specificity in the Visual Industries between Originality and the Contemporariness . A study in anthropology of arts

Assist. Prof.Dr. Harith Ali Hassan Al-Obaydy
University Of Mosul- College of Arts

Abstract:

Visual industries can present impressively useful and pleasant forms. The main practice of the visual industries, i.e. pictures and words does not only implicate their aesthetics or the aesthetic taste influence, but also their capacity to understand and contain the psychological and sociological reality in a comprehensive, integrated and meaningful manner as well as their capacity to reveal both the masked human world and the embellished external world.

The dialectical analyses of the relation between Art and Society is related at the same time to the principal of aesthetic analysis regarding the social function of Art . Each of them form (together with philosophy, sociology and ethics) in its own manner a fundamental part of people's social consciousness. The visual industries are not created for pleasure and entertainment as much as they are created to reflect the human knowledge of the universe and life. They are an intellectual knowledge that enables to go deeper into the society as a reflexion of the informations and expressions acquired from the natural and social worlds. Nowadays, we see them enter in the society of knowledge in all their manifestations and results on a manner that can be an expression for cultures with their varied and multifacted characteristics. That is why the researcher decided to do this study in order to try to find out what visual industries are as well as to identify the pattern of their role in the society of knowledge by relying on a multiple methodology based on the multiple approaches for briefing and exploring the most important aspects of the topic .

The study has reached many results of which the most important is that the visual industries represent an important area in the daily social life of the people and society. Human beings have turned to the image industries because of their importance as intellectual products that enable people to satisfy their multiple needs.

Submitted: 15/12/2020

Accepted: 01/02/2021

Published: 01/06/2021

Keywords:

Culture

Visual Industries

Arts

©Authors, 2021, College of Education for Humanities University of Anbar. This is an open-access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



المقدمة

يمكن ان تعد الصناعات البصرية نوعاً من الفنون المعاصرة في عمومها، فهي نمط من النشاط الانساني الواعي والهادف الذي يتميز بمقدرة وامكانية ومهارة رفيعة يمتلكها الانسان، فتعطيه القدرة على الخلق والابداع لإنتاج عمل فني مفيد وممتع. وهي تعبير عن الميول والمشاعر والدوافع الطبيعية والفكرية والاجتماعية والنفسية، بصورة شعورية او لا شعورية. وبذلك يكون العمل الفني السوري والبصري في أبعاده الفنية والجمالية والثقافية، هو التعبير الفكري والعملية لما يختلج في نفس الانسان عن مشاعر وانفعالات وتصورات. ولهذا ارتأى الباحث إجراء هذه الدراسة لتبيان مكانم وتجليات هذا النمط من الصناعات المعاصرة، في إطار الخصوصية الثقافية للشعوب والمجتمعات. وتضمنت الدراسة ثلاثة مباحث فضلاً عن المقدمة والخاتمة.

المبحث الاول : الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: تحديد مشكلة الدراسة

ان التحليل الجدلي للعلاقة بين الفن والمجتمع يرتبط بذات الوقت بمبدأ التحليل الجمالي لوظيفة الفن الاجتماعية. ويشكل جنباً الى جنب مع الفلسفة وعلم الاجتماع وعلم الاخلاق كلُّ بوسائله، جزءاً من وعي الناس الاجتماعي. ولم ينشأ الفن السوري للمتعة والترفيه، بقدر ما نشأ كشكل متميز من المعرفة الانسانية عن الكون والحياة، معرفة فكرية لاستتبار الواقع الاجتماعي. بوصفه انعكاساً للمعلومات والخبرات المكتسبة من العالم الطبيعي والاجتماعي. واما اليوم والعالم يمر بتحولات سريعة، منها تكنولوجية واجتماعية وثقافية ادت الى ظهور هذا الفن بشكله المتطور، والذي ظهر في غضون هذه التحولات العلمية والفكرية والتكنولوجية والسياسية، التي يشهدها الواقع الراهن للإنسانية في العموم، انطلاقاً من العقد الأخير من القرن المنصرم، ودخل عالم مجتمع المعرفة بكل تجلياته ومآلاته، والذي يمكن ان يخلو نسبياً من بعض الثقافات بخصوصياتها المتنوعة والمتعددة، فان هذا الوضع سيجعلنا امام كم هائل من الصناعات البصرية الثقافية. والتي يمكنها ان تثري الفن البصري من جهة، وتضيف سمات جديدة متعددة الابعاد الى الثقافات الانسانية المحلية. فالمعرفة تمثل مجموعة المعاني والمعتقدات والاحكام والمفاهيم والتصورات الفكرية التي تتكون لدى الانسان نتيجة لمحاولات متكررة لفهم الظواهر والاشياء المحيطة به. والتي لا يمكن ان تفتقد الى الاشارات

والرموز والصور التي تحمل رسائل سيكولوجية واجتماعية وانثروبولوجية في آن واحد. فلقد أصبح مصطلح ثورة المعلومات ومجتمع المعرفة ومجتمع الحاسوب ومجتمع ما بعد الصناعة ومجتمع ما بعد الحداثة، ومجتمع اقتصاد المعرفة والمجتمع الرقمي وغيرها من المصطلحات، المميز الرئيسي لحقبة تاريخية هامة من تاريخ البشرية. بوصف مجتمع المعرفة هو ذلك المجتمع الذي يحسن استعمال المعرفة - ومنها الصناعات الصورية - في تسيير أموره وفي اتخاذ القرارات السليمة والرشيده. كما أن مجتمع المعرفة يضع الإنسان كفاعل أساسي، إذ هو معين للإبداع الفكري والمعرفي والمادي، كما أنه الغاية المرجوة من التنمية البشرية كعضو فاعل يؤثر ويتأثر ويبدع لنفسه ولغيره من خلال شبكات التبادل والتخاطب والتفاعل الذي يمكن ان يؤدي الى صناعة الذات الانسانية المنتجة. وهكذا فكلما تعقد المجتمع وتطورت مدنيته، كلما اصبح الاصل الاجتماعي للفن السوري اكثر غموضا وتجريدا، وبالتالي يكون فهم العلاقة بين الفن والمجتمع نابغة من فهم الوظيفة الاجتماعية للفن، مع ادراك مهام الفن الروحية وخصائصها وسماتها ودلالاتها ورمزيتها، فضلا عن قدرتنا على فهم الابعاد التكنولوجية للفن والتي تعكس قدرة الانسان على الخلق والابداع. اما البعد الجمالي للفن السوري فيكمن في حمله للرسالة التي لا تتوقف عند العمل بذاته فحسب، بل في التحوير الروحي في تصوير الافكار. وعليه تتمحور مشكلة الدراسة في الاجابة عن التساؤلات. ما الصناعات البصرية؟ ما وظيفتها الاجتماعية والثقافية؟ ما دورها في تنمية الذات؟ ما أبعادها وانعكاساتها الرمزية في مجتمع المعرفة؟ ما علاقتها بالخصوصية الثقافية عند الشعوب والمجتمعات؟ ما تجليات ومآلات هذه العلاقة؟

ثانيا: أهمية الدراسة

ان اهمية الدراسة تتجسد في نسبة الزيادة العلمية التي يمكن ان تقدمها الدراسة، من خلال تناولها لظاهرة مهمة في تاريخنا المعاصر، والتي استطاعت الولوج الى داخل البنية الأسرية والمؤسسات المجتمعية الاخرى. فضلا عن مدى مساهمتها في مجالات ومشاريع التنمية البشرية، والفوائد التي يمكن ان توضح العلاقة بين الفن البصري والخصوصية الثقافية، وما لهذه العلاقة من دور في تحديد عدد من المفاهيم والمصطلحات كالهوية والثقافة المحلية والفرعية، والتي يمكن من خلالها تبيان الاعمال والصناعات البصرية ذات الاصل من التي جاءت مقتبسة بفعل العوامل الثقافية العابرة للمكان والزمان.

ثالثاً: أهداف الدراسة

لكل دراسة جملة من الاهداف تروم تحقيقها او الوصول اليها ومعرفتها، وهدفت دراستنا الى..

١. معرفة ماهية الصناعات البصرية.
٢. الوقوف على طبيعة الدور الذي يمكن يؤديه الفن البصري في مجتمع المعرفة.
٣. تبيان انعكاسات هذا الدور على الثقافة بخصوصيتها من مهارة وقدرات في مجتمع المعرفة.

رابعاً: منهج الدراسة

لكل دراسة او بحث منهج علمي يتبعه الباحث يهتدي من خلاله الخطوات العلمية والمنطقية في معالجة وتناول الظاهرة المطلوب دراستها. ولا يمكن لأية دراسة ان تصل الى نتائج حقيقية وواقعية ومنطقية اذا لم يهتم الباحث بمنهجيته وحسن اختياره للمنهج الاقرب لنمط الظاهرة المراد دراستها. وعليه أخذت دراستنا طابعا وصفيا تحليليا، وكذلك تم الاعتماد على مناهج اخرى تتجلى في المنهج المتعدد المداخل Mellte Research Method، للإحاطة والإلمام بالموضوع من معظم جوانبه. وكذلك تم استخدام الاتجاه السوسيو انثروبولوجي من خلال المزوجة بين علمي الاجتماع والانثروبولوجيا. والذي سيفيد الدراسة في جانبها النظري، واتخاذ الفرشة النظرية لها، وهنا اعتمد الباحث على النظرية الانتشارية كمدخل نظري للدراسة. بهدف الوصول الى نتائج منطقية وواقعية تخدم الافراد والعلم والمجتمع.

خامساً: تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية

سنحاول تحديدها في موضعها في مباحث الدراسة لاحقاً.

المبحث الثاني . الخصوصية الثقافية

إن من سمات الثقافة الاستمرار والتراكم والتغير، فإن ثقافة كل شعب تتعرض إلى الحذف والإضافة والتجديد وفقاً المرحلة الزمنية. والتغير يكون بفعل عوامل داخلية تخص المجتمع ذاته، وخارجية قادمة منتشرة عن طريق عوامل الانتشار الثقافي ومنها، التجارة والهجرة والاستعمار بأشكاله، فضلا عن وسائل الاتصال. وهذا يجعل ثقافة الشعوب تحتك

وتتفاعل مع الثقافات الإنسانية الأخرى لتكتسب سمات جديدة وتفقد أخرى بفعل هذا التلاحق الثقافي (التثاقف أو المثاقفة)، ومن ثم الاستعارة والاقتراب الثقافي.

أولاً: الثقافة Culture

إن الثقافة في أي مجتمع وشعب تشكل نمط الحياة الاجتماعية اليومية في واقعه، ومن سماتها الاستمرار والانتقال والتغير. وفي عمومها تحتوي ثلاث فئات، الأولى تسمى بالعناصر العامة، وتشمل الأفكار والعادات والاستجابات العاطفية المشروطة التي يشترك فيها جميع الأعضاء البالغين العاقلين في المجتمع، وتسمى الثانية بالعناصر التخصصية ويشترك فيها أعضاء جماعات معينة من الأفراد التي تحظى باعتراف المجتمع، في حين تسمى الثالثة بالعناصر البديلة، وتشمل أفكار وعادات خاصة^(١). ومع توحيد محتوى الثقافة فإنها تتصف بالتنوع والتعددية بحسب طبيعة الشعوب والمجتمعات، واختلف العلماء في تحديد ماهية التنوع والتعدد. فمنهم اعتمد معايير معينة، وآخر أكد على أن التنوع يقوم على الاختلافات بين السلالات البشرية لاختلاف عقليات الشعوب، ومنهم من عارض هذا وأكد على اختلاف البيئات منطلقاً من وحدة العقل البشري، في حين أكد آخرون على العوامل التاريخية برفض عاملي البيئة والعنصر البشري^(٢). إذن فالمعايير التي وضعها العلماء لفحص مضمون الثقافة تتحدد في البيئة والعنصر البشري والتاريخ، وإن المسألة نسبية في تأثير هذه العوامل على تشكيل الثقافة وسماتها.

نظراً لدور الثقافة في حياة الإنسان اليومية فقد كانت محور اهتمام العلماء والباحثين في مختلف الاختصاصات. وعرفها العديد منهم، فالعالم ادوارد تايلور عرف الثقافة أو الحضارة بإطارها الأثنوغرافي الواسع، هي "الكل المعقد الذي يجمع المعرفة والمعتقد والفن والأخلاق والقانون والعادات وأية قدرات سلوكية اكتسبها المجتمع البشري"^(٣). أما العالم فرانسوا بواس Boas فعرفها على أنها "تضم كل مظاهر العادات الاجتماعية في جماعة ما، وكل ردود أفعال الفرد المتأثرة بعادات المجموعة التي يعيش فيها، وكل منتجات الأنشطة الإنسانية التي تتحدد بتلك العادات"^(٤). ويمكن أن تشكل الثقافة "الوعاء الذي يضم الآثار الفنية والبضائع والوسائل التقنية والأفكار والسلوكيات والقيم"^(٥). وعليه يمكن ان نعرف الثقافة إجرائياً بأنها (مجموعة العناصر الثقافية المادية والمعنوية التي يكتسبها الفرد خلال حياته بوصفه عضواً في مجتمع معين).

ان الثقافة تدخل عملية ديناميكية بين الشعوب لينتج لنا عملية التثاقف، والذي يمثل تأثر الثقافات بعضها ببعض، نتيجة الاتصال بين الشعوب والمجتمعات مهما كانت طبيعة هذا الاتصال وأهدافه^(٦). ويفترض أولاً احتكاكاً مطولاً بين ثقافتين مختلفتين ثم تأثير إحدى الثقافتين في الأخرى، أو التأثير الثقافي المتبادل فيما بينهما، بحيث تتعدل المسالك الثقافية والنماذج الثقافية والاجتماعية عند احد الفرقاء أو عند الاثنين^(٧). لتدل على الأوليات المعقدة للاحتكاك الثقافي التي تتعرض نتيجة لها مجتمعات أو مجموعات اجتماعية إلى أن تتمثل أو أن يفترض عليها تمثل بعض أو كمية من الملامح القادمة من مجتمعات أخرى^(٨). إذن التثاقف هو (الاحتكاك والتفاعل المتبادل بين ثقافتين أو أكثر، والذي يؤدي إلى التأثير والتأثير في سمات الثقافات المتماثلة لتفرز ثقافة جديدة تحمل خصائص مشتركة من الثقافات المتثاقفة). وتستمر العناصر الثقافية المادية والمعنوية في الحركة والانتشار Diffusion، وهو ما يعني انتقال أدوات أو تطبيقات أو أفكار معينة من مجتمع إلى آخر، أما عن طريق التجارة أو الاتصال المنظم أو العرضي^(٩). فالعناصر الثقافية تنتقل من موطن إلى آخر بتأثير بعضها في بعض، كما أن الحضارات بكلّيتها تتواصل وتتفاعل وتتبدل، وهذه الخاصية أساسية في خواصها، مستمدة من كيانها الإنساني والاجتماعي^(١٠). وإن لعامل الحاجة دوراً مهماً في تقارب الثقافات، حين يدعو إلى خلق تفاعل بين الحريات الثقافية والأصالة والتراث الثقافي، وبين الثقافة المحلية والثقافات الإقليمية، وتمهد السبيل لخلق الانفتاح من دون التأثير الأحادي الجانب من الثقافة المحلية فقط، بحيث يفقدها هويتها ومعطياتها على أساس التفاعل المشترك والاستفادة من الومضات اللامعة في الثقافات الأخرى التي يمكن أن تثري وتعزز مسيرة الثقافة المحلية^(١١). لأنه على الأغلب فإن ثقافة أي بلد من البلدان أو أية امة من الأمم، تضم دوائر ثلاثاً متداخلة مع بعضها البعض. فالدائرة الأولى هي دائرة (الثقافات المحلية) التي لا تخلو من تنوع هم مصدر للغنى والخصب، والدائرة الثانية هي دائرة (ثقافة الأمة) أو الدولة المعنية بكاملها، وتضم أنماط السلوك المادي والمعنوي التي تميز أية امة من الأمم عن سواها، أما الدائرة الثالثة فهي دائرة (الثقافة العالمية) التي تتفاعل مع الثقافة القومية وتمنحها القدرة على الحياة عن طريق تجديدها، والتقدم العلمي التقني، وثورة المعلومات والاتصال بوجه خاص، وتحول العالم إلى قرية واحدة تؤدي كلها إلى اتساع الدائرة الثالثة (دائرة الثقافة العالمية)^(١٢). وهكذا فإن انتشار العناصر الثقافية مهما كانت أسبابه وعوامله

سيحمل في طياته الانصهار والحذف والإضافة، ستتجلى في المنظومة القيمية والفكرية للمركب الثقافي لأي شعب أو مجتمع.

ثانياً: الثقافة والهوية

ان الهوية هي الخصوصية والاستمرار والتفرد " فما يميز هوية كل منا كونها فريدة غير قابلة للاستبدال وغير متشابهة مع غيرها"^(١٣). وأن الهوية جمعت ثلاثة عناصر: **العقيدة** التي توفر رؤية للوجود **واللسان** الذي يجري التعبير به **والتراث الثقافي** الطويل المدى^(١٤). وفي السياقات التاريخية العديدة في العموم يتم إحقاق الهوية بالثقافة لتصبحا متلازمتين في تشارط مثير للانتباه، بل تحدث احيانا انزياحات تلتف فيها الثقافة بالهوية وتلتف الهوية بالثقافة الى الترادف والتماهي، ومع ذلك نحن نخطئ حين نعدهما مترادفتين، رغم ان مسالة الهوية في عمق تحيل بشكل اوبأخر الى الثقافة، ولسنا نبالغ ان قلنا ان هذا الكلام هو وليد العولمة وما يترتب عنها من انحسار المكان والزمان ومخاطر النمذجة والتوحيد القسري، الى حد يبدو فيه "الاختلاف" حاجة لإثبات تمايز الهويات الفردية والاجتماعية، وهو اختلاف لن يكون في جزئه الاكبر الا ثقافياً، لذلك نتحدث عن عالم متعدد الثقافات بل ومجتمع متعدد الثقافات في مواجهة الاطروحات المنادية بوحادية الثقافة^(١٥). ان الفوارق الثقافية لا تتزاح الى هويات ثقافية الا اذا اشتغل الفاعلون (مجموعات وطبقات وزمر ونخب) عليها ومحوها معاني ودلالات تمايزية في ارتباط وثيق الصلة بمطالب اللحظة والسياق، ان الثقافة تناولت الدين والاخلاق بوصفها منتوجات رمزية ومادية ابدعها الانسان ضمن منظور انثروبولوجي.

ثالثاً: الثقافة بوصفها صناعة

يرى بعض العلماء ان الثقافة يمكن اعتبارها صناعة بوصفها مجموعة من الشركات الضخمة التي تُنتج الافلام وبرامج الراديو والصحف والمجلات حتى يستهلكها اغلبية الشعب، ورأى **أدورنو وهوركهايمر** أن الثقافة باعتبارها صناعة عملية احتكارية للحياة الثقافية، اخرجت بقوتها المادية والادارية الاشكال الثقافية الاخرى والانتاج الثقافي مثل الثقافات الفلكلورية الاصيلة من الصورة^(١٦). فبعد دراسة **أدورنو وهوركهايمر** لنظام هوليوود في الاربعينيات من القرن المنصرم تبين ان مجموعة كاملة من المتخصصين، مثل الممثلين وكتاب النصوص ومشغلي الكاميرات ومصممي الديكور والاضاءة يشاركون في انتاج الفيلم، ولهم ادوارهم المحددة ضمن حدود تقسيم العمل في الانتاج السينمائي^(١٧). وانتشرت رغبة بين

رواد الثقافة في اغلب المجتمعات المنفتحة على الآخر الثقافي لم تتفك تمارس طقوس ايجاد مسالك التحويل لتنزيل المادة الفكرية منزلة متفردة بطابعها الفني^(١٨). اذن لا يمكن فصل الثقافة بوصفها مرجعا وموجها للسلوك الفردي والجماعي والمؤسساتي، ومنتجة لطرائق التفكير، عن الصناعات عموما ومنها الفنية والبصرية خصوصا، وذلك للعلاقة التبادلية القائمة بينهما على التآثر والتأثير.

المبحث الثالث . الخصوصية الثقافية في الصناعات البصرية في الواقع الراهن

ان الانسان بوصفه صانع الثقافة وبان المجتمع وصانع الحضارة ومبتكر المدنية، لا يمكن له ان يواجه التحديات المختلفة والمتنوعة التي تصاحب المراحل التاريخية والحضارية، الا بمنظومة قيمية ذات مصفوفة من المفهومات التي تحمل دلالات ومعان ورمزيات متعددة الابعاد. وهذه تأخذ صفة الخصوصية الثقافية التي تكون نتاج تفاعل وتراكم صيرورة تاريخية ذات ابعاد بيئية واقتصادية وسياسية ودينية واجتماعية. وهذه الخصوصية الثقافية بمعناها المحلي، تشكل حزمة الثقافات الفرعية التي تصب في روافدها في بودقة الثقافة الوطنية التي تقوم على مفهوم ثقافة المواطنة، بوصفها الأصرة والرابط الذي يجمع افراد المجتمع بمختلف مرجعياتهم وأطيافهم العرقية والدينية واللغوية والقومية. فكل مجتمع نمط من الثقافة لها من المكونات والمضامين التي تميزها عن ثقافات الشعوب الاخرى. وهذه يمكن ان تتفرع الى ثقافات محلية وفرعية اخرى، لكنها تجتمع تحت الثقافة الام والتي تمتلك المشتركات من سمات الثقافات الفرعية المكونة لها. ولهذا نجد اختلاف ردات الفعل عند تلقي الصناعات البصرية في الواقع.

أولاً: مضامين الصناعات البصرية

كان النقاد والفنانون في الماضي مستائين نسبيا من التدهور الذي ألحقته الثورة الصناعية بالحرف اليدوية، وكانوا يكرهون مجرد النظر الى تلك الزينات الرخيصة المزوّقة الزائفة التي صنعتها الآلات، والتي كانت في الماضي زينات ذات معنى وأصالة، وكان رجال من امثال جون راسكين ووليام موريس يحلمون بإصلاح شامل للحرف والفنون^(١٩). وسار تيار التغيير والتغيير في المهن والصناعات عبر مراحل تاريخية تخللتها ظروف واحداث سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية الى ان وصلت الى أوج حداثتها في ما يعرف بالصناعات البصرية في واقعنا اليوم. فالصناعات البصرية عموما لها تأثير جمالي ينبثق من

وظيفتها ومضمونها ونمط الرسائل التي تقيها. وترتبط بالجانب الحسي للإنسان، اي انها تترك مجالاً واسعاً للخيال وأطره وأفقها في الرؤية والتحليل. وقد تتدرج ضمن الفنون في جانبها البصري والذي يلامس المعرفة ليصبح الفن ليس فقط معرفة ونشاطاً ذهنياً فحسب، بل هو معرفة قابلة للتحقيق الموضوعي، وهو يعبر عن حقيقة وليس هدفاً للذة فقط، كما ان له نسقه الخاص من القواعد والوضوح والتركيب والقصدية^(٢٠). وقد وجد علماء الانثروبولوجيا ان الفن يعكس الاهتمامات والقيم الحضارية للناس، وهذا يبدو واضحاً في الفنون الحية والقصص والحكايات والاساطير، ومن ذلك استطاع العلماء ان يعرفوا كيف يتعامل الناس مع البيئة والحياة من حولهم، وربما كذلك علموا منها تاريخ الشعوب ايضاً الموسيقى والفنون المرئية تلقي الضوء على نظرة الناس للحياة^(٢١).

ثانياً: الانسان بين الصناعات البصرية والأطر الثقافية

لو القينا نظرة متفحصة الى عالمنا الواقعي الراهن، فسنراه امتزج بالعالم الافتراضي حد الذوبان والتماهي الذي استلب الانسان بكل ابعاده وتجلياته، ووجهه راغباً ام طائعاً الى المجتمع الرقمي والمعرفي والمرئي والبصري. وذلك بفعل عوامل وحاجات عدة، منها السيكولوجية والسوسيوولوجية والاقتصادية والسياسية والمعرفية. اذا ما علمنا ان مفهوم الحاجة في المعجم العربي، تترادف الحاجة والحاجة والحوجاء والحويجاء، وجمعها حاج وحوج وحاجات وحوائج وحويجات، والمحوج هو المعدم من قوم محاويج، والحوج يعني الفقر^(٢٢).

١. الحاجات السيكوسوسيوولوجية

في علم الاجتماع، حظيت الحاجات الاجتماعية وعلاقتها بالانساق الاجتماعية الثقافية، بأهمية خاصة في اطار النظرية الوظيفية، حيث استخدمت في دراسة كيفية الحفاظ على اداء المجتمع لوظائفه وبنيته، وهو ما يتضح لدى عالم الاجتماع الامريكي تالكوت بارسونز في حديثه عن المتطلبات الوظيفية **Functional Reequisities** للنسق الاجتماعي، ويقصد بها ضروريات بقاء المجتمع^(٢٣). وتشمل كل ما يتعلق بالمشاعر والأحاسيس على النحو الذي يجده الفرد في مشاهد المسلسلات والافلام، اذ يرتبط المشاهد عاطفياً بأبطال البرنامج او الالعب او الافلام. وهي اللحظة التي يمكن ان تلعب هذه الصناعات دوراً في التنفيس او الاشباع الوجداني والعاطفي في ظل قساوة الظروف التي

تعصف بالمجتمعات العربية من ازمات وانتهاكات وقلقل وزوابع أمنية واغتراب سياسي يتمثل في الحرمان من المشاركة السياسية. وكبت اجتماعي فيما يتعلق بالمخفي والمسكوت عنه، كالعلاقات العاطفية والجنسية. وفقر وحرمان اقتصادي يتجلى في العوز والفاقة والأسباب عديدة، منها عدم الاستقرار الأمني والسياسي، وانتشار الامراض الاجتماعية كالجريمة والفساد الذي ينخر بجسد المجتمع. وبالتالي اصبح هذا المجال بمثابة الملاذ الآمن الذي يُشبع رغباته المتنوعة والمختلفة، وتحقيق بعض من رغباته وغاياته وطموحاته النفسية والعاطفية والوجدانية. فهناك الرغبات والميول الجنسية التي تواجه بالكبت والرفض الاجتماعي، تحت طائلة العُرف، والمنع القادم من عمق التنشئة الاجتماعية التي قد توصف بالصرامة، فيما يتعلق بالاختلاط بين الجنسين والطاعة العمياء لرب الأسرة، فضلا عن عمل المرأة في مجال الفنون او السلك العسكري. وقد يعود هذا الى سيادة النزعة العشائرية والعصبية القبلية التي تشكل نمط السلطة الاجتماعية وغلبتها على قوة القانون في مجال الضبط الاجتماعي.

٢. الرغبات والاتجاهات الاعلامية

يقصد بالإعلام أساساً، الخبر بخصائصه: الأهمية والآنية والوسيلة والجمهرة والتدفق الأحادي نسبياً^(٢٤). اما الإعلام الجديد فهو الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر آلية رئيسة له في عملية الانتاج والعرض، اما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهياهم سماته^(٢٥). وما يهمنا في دراستنا هنا، طبيعة العلاقة بين الفرد والمؤسسة الاعلامية، وحجم الثقة بينهما، والتي تركز على مدى اشباع الرغبات والاتجاهات والدوافع. ومنها الميول في متابعة الأخبار وما تحمله من تدفقات متنوعة كماً ونوعاً، وما لها من صلات بواقعه اليومي متعدد الأبعاد. فالإنسان اليوم لا يمكن ان يستغني عن معرفة ما يحدث حوله لا سيما وهو محاط بحزمة من الاحداث التي تجمع التناقضات، وهنا يبحث عن الأمل في تغيير واقعه البائس، عساه يجد او يقرأ خبراً يحمل تغيير جديداً في اوضاعه الراهنة. فهناك شعوب تعيش تنمية انفجارية واخرى تعاني الحرمان والاقصاء والتهميش. وبالتالي تتولد الرغبة في معرفة موقعه في الخارطة الجيوسياسية والاجتماعية والثقافية. وما يمكن ان يعمله ويسعى الى تغييره نحو الرفاهية والتحضر، عبر الأساليب الحضارية التي تتبعها المجتمعات المتحضرة والمتطورة. في اتباع الآليات الديمقراطية كالانتخابات وحرية الاقتراع والتبادل

السلمي للسلطة والتعددية الحزبية، وتوزيع الثروات بصورة عادلة وحرية الرأي والتعبير والنقد. كل هذا يمكن ان يحصل عليه ويشاهده ويتمناه في مجتمعه من خلال منتجات الصناعات البصرية في أسرع وقت واقل جهد. ولكن هل يؤدي الاعلام وظيفته بموضوعية؟ وهل يمثل منبراً لتبادل الآراء وتقبل النقد البناء بقصد الإصلاح؟ وهل يملك الفرد منسوباً مناسباً من الوعي، والذي يجعله متفاعلاً بشكل ايجابي بوصفه طرفاً مهماً في العملية التفاعلية؟

٣. بناء وتحقيق الذات^(٢٦)

وتشمل وتعتبر عن إحساس الفرد بمنزلته ومكانته بفعل ارتباطه ببعض الوسائل والمواقع، التي يرى انها تتوافق مع ميوله واتجاهاته، في الشكل الذي يجد ذاته اكثر توجهاً وعطاءً في هذا الحيز البصري من الصناعات. فنحن اليوم نبحث عن ذواتنا، في ظل الشعور بالاغتراب الاجتماعي والسياسي والثقافي. بدءاً من أعماقنا، مروراً بمحيطنا الاجتماعي، وصولاً الى عالمنا الافتراضي، وما يتضمنه من منتجات فكرية ومعطيات ثقافية وإسهامات معرفية وفنية، قد تحاكي الطموحات والأحلام والأمنيات، التي تم رسمها وتحديدها بهدف تحقيقها لبناء الذات وصناعتها وفقاً للمعايير الحضارية المعاصرة، كالعلم والمعرفة والفكر والثقافة. وهو ما يعكس مدى فاعلية ووظيفة الصناعات البصرية في صناعة الذات وبنائها.

٤. الإشباع الاجتماعي

وتعني الدخول في علاقات رمزية ودلالية مع الاخرين، مما يوفر الإحساس بالانتماء الى الجماعة والالتزام بقيمها ومبادئها بشكل قد يصل الى الانعزال عن العالم الوجودي والاندماج والانصهار في العالم الرقمي الافتراضي، بفعل تأثير الصناعات البصرية ومنتجاتها المرئية. ان التأثير الاجتماعي لهذه الوسائل تزامن مع الشعور بالاغتراب السياسي والاجتماعي والنفسي والثقافي بسبب السياسات الخاطئة للسلطات والتي خلقت فجوة اجتماعية وثقافية بين الفرد وبلده. مما أجبره على الاتجاه الى مد جسور التواصل مع الآخر البعيد عنه والمختلف عرقاً ولغةً وقوميةً وديناً وثقافة. والعيش والتعايش والتفاعل ضمن أواصر اجتماعية واعتبارية تحت مفهوم المواطنة الإنسانية، والتي قد نراها تدور في فلك الصناعات البصرية، وما تحتويه من مضامين وما تقدمه من خدمات وجدانية وعاطفية، من خلال الرسائل العديدة التي تحملها وتلقونها بشكل مثير وجميل ومباشر.

٥. الحاجة الى الترفية

وتضم كل ما يسهم في التنفيس عن مشاغل الحياة، من برامج لينة استرخائية تتناغم مع النفس والروح والوجدان. فجماليات الأمكنة من الألوان الزاهية وانسجامها مع روائع النغمات الموسيقية تجعل من الذائقة الجمالية والحسية تذوق وتنمهي معها في عالم من السعادة والانتشاء الروحي. في ظل العيش في مجتمع مأزوم، يعمه القلق وفقدان الأمن واضطراب النوم، والخوف من المستقبل المجهول. ومن ناحية اخرى فان هذه السلع الفنية ترتقي بالنفس الانسانية وتحلق بها الى عالم يفيض جمالا ومتعة. اذن ما تقدمه الصناعات البصرية من وظيفة تحاور ذات الانسان وتُخرج كوامنها وطاقتها وقدراتها المكبوتة الى العالم، فتتفاعل مع الصورة المرئية حد الذوبان. ويقوم الفرد بتحديد الاولويات في المتابعة بحسب الوظيفة والغاية والهدف، وهو شيء راقٍ يعبر عن مدى فهم الانسان لذاته واتجاهاتها وميولها ورغباتها، ومن ثم ترتيب وتنظيم حياته الاجتماعية بجانبها الروحي والجمالي.

٦. الفجوة المعرفية

تعد الفجوة في المقاييس المعيشية بين من يمكنهم العثور على المعلومات، او المعرفة وتكوينها ومعالجتها ونشرها وبين العاجزين عن القيام بكل ذلك، ونتج عن الانتشار السريع للمعلومات على مستوى عالمي نتيجة لوسائط المعلومات الحديثة^(٢٧). ان الصناعات البصرية يمكنها ان تقلص الفجوة المعرفية في جانبين، الاول يتعلق بالمعرفة الشخصية للإنسان، اما الثاني فيشمل معرفة المجتمع مقارنة مع المجتمعات الاخرى. وهذا يتم من خلال ما تحمله تلك الصناعات من محتويات ثقافية وبلغ فنية تتوافق مع سمات الشخصية الوطنية من جهة، ومع ثقافة المجتمع العامة منها والفرعية والمحلية من جهة اخرى. اذن يمكن ان تساهم هذه الصناعات بتذويب وردم الهوة نسبيا بأبعادها المعرفية والفكرية. وهذه العملية احيانا تأخذ صفة الحتمية في سطوتها على الفكر والمعرفة الانسانية عبر اذرعها الاعلامية والاتصالية، القاهرة لإرادة الانسان أحياناً، الى درجة من التوجيه والتقنين. بسبب التأثير القوي والطاغي الذي يحمل تدفقات ثقافية متسارعة كماً ونوعاً، مادية ومعنوية، وبشكل قد يحمل التضادات التي تؤدي الى التنافر المعرفي بسبب تناقض القيم التي تحملها بعض السلع الثقافية. وهذا يجعل الانسان بحاجة الى التوازن النفسي والتخلص من الازباك والفوضى المعرفية التي تفرزه الصناعات البصرية بسبب تدفقاتها الثقافية الهائلة. والتي قد لا تتوافق مع المرحلة العمرية للمتلقي. ولهذا ظهر نموذج شرام الذي يؤكد على علاقة التأويل والتفسير بين

المرسل والمستقبل، فالاتصال يتضمن الترميز الذي يمارسه المرسل في نقل الرسالة ثم الرسالة المرتبطة بالسياق الذي عادة ما يحكم المرسل، اي الوضع والمتلقي ثم فك الرموز والتفسير الذي يمارسه المتلقي قبل ان يتحول هذا الاخير بدوره الى مرسل يعيد الدورة من جديد، فالمتلقي يبدأ بفك الرموز والمرسل يبدأ بالترميز وهكذا^(٢٨). وذلك بهدف الوصول الى تحقيق الاقناع بمفهومه الذي يقوم من خلالها الفرد (المرسل) بنقل منبه (عادة ما يكون شفهيًا) قصد تعديل سلوك فرد آخر (الجمهور)^(٢٩). ويعبر كذلك عن اتصال يتم من خلاله تبني مواقف وقيم وافكار جديدة او مغايرة بطريقة معينة^(٣٠). كما يعتمد الاقناع على مراحل في كسب رأي المتلقي او موقف تجاه سلعة او خدمة او قضية وذلك بناء على فناعة داخلية وليس اعتمادا على قهر المرسل.

ثالثاً: الصناعات البصرية بين الاصاله والمعاصرة

يعج العالم اليوم بكم هائل من الصناعات البصرية على اختلافها وتنوعها وتعددتها، تنتقل وتنتشر عبر اذرع العولمة وهي وسائل الاتصال المعاصرة (شبكة الانترنت- الطباق الفضائي وقنواته- الجوال). وهو ما جعلها تختلط وتتداخل مع بعضها البعض، منها ذات السمة الاصلية القادمة من عمق مجتمعها المبتكر والمخترع لها، ومنها المجتمع المقتبس والمستخدم لها.

١. الصناعات البصرية الاصلية

هناك من المنتجات البصرية تلك التي تحمل القيم الانسانية بتجلياتها الاخلاقية والاجتماعية، وهذه تحمل في طياتها وثناياها هوية مجتمعها وثقافة شعبها. بمعنى انها تجسد الخصوصية والتفرد والتميز عن غيرها من الصناعات البصرية الاخرى. ومثال ذلك منتجات هوليوود فهي امريكية في كل ابعادها، من تكنولوجيا وتقنيات واخراج وتصوير وممثلين ورسائل ومضامين لغوية وقيمية وثقافية وفنية. بشكل يمكن التفريق بينها وبين السلع الفنية البصرية الاخرى، فليس من الصعب فهم الاهداف الكامنة والظاهرة لها، حيث تقدم الانسان الامريكي بصفته (السوبرمان) الذي لا يقهر، والحامي للإنسانية ومحارب لقوى الشر في معظم بقاع العالم ولا سيما في الشرق الاوسط. وإرسال رسائل الى العالم بإنسانية الفرد الامريكي من خلال اشارات لحرصهم على حقوق الحيوان في مشاهد انقاذ حيوان من الموت، في الوقت الذي ترسل حكوماتهم المنتخبة الصواريخ والحجم على الشعوب. وكذلك يمكن من

خلالها التعرف على نمط الحياة الاجتماعية الامريكية اليومية التي تتصف بالصراع والعنف في الشارع بين الخير (رجل الأمن - المواطن الصالح) وبين الشر (المجرم - المختل عقلياً)، من خلال افلام الحركة والعنف. وتكاد تخلو نسبياً المنتجات الفنية الامريكية من العمل المسرحي او مسلسلات الدراما، بشكل يعكس الواقع الامريكي الصعب والمعقد. وهذا يبين تركيبة المجتمع الامريكي القائم على التعددية الثقافية منها اللغوية والعرقية والقومية والدينية، لكنها تذوب تحت مظلة المواطنة بوصفها الأصرة التي تربط بين الجميع. والشعب الأمريكي بتنوعه الثقافي وتعدديته يحتفظ بثقافة تجمعهم دون فوضى ولا تفقدهم شخصيتهم وتقربهم تاركة حق الاستمتاع بهذا الاختلاف وفي الوقت نفسه الانطواء تحت لواء شعب من الشعوب في ثقافة تحتوي الجميع وتستوعبهم تحت ظل المواطنة، لا القومية والمذهبية، فهي دولة الدول تجد فيها جميع اللغات الأصلية في العالم، ويقول الرئيس الأمريكي روزفلت "نحن هنا كلنا مهاجرون"^(٣١). وفيها أكثر من (٢٥٠) مذهب واتجاه ديني يتبع بعضها ملايين وبعضها عشرات ويعتمد بعضها على التأمل وبعضها الآخر على الصخب والصراخ^(٣٢).

وهناك نمط آخر من الصناعات البصرية وهي الهندية والصينية، والتي تظهر اصالتها من خلال تبنيتها للفلسفة البوذية الاعتقادية المثالية في حبها للمعتقد والتضحية والإيثار والتفائل بالغد. من خلال الالتزام بمصفوفة قيمية ترتكز على جملة من المفاهيم الاجتماعية. وتظهر الاصاله كذلك من خلال ثقافة الملابس والالوان والطرز الثقافية المادية، على الرغم من انها قد اصابها الكثير من التغيير بسبب المناقفة مع المجتمعات الغربية، لكنها اصيلة في الغايات والمقاصد في عمومها. وكذلك نرى الاصاله في المنتجات الثقافية العربية، فعلى الرغم من سخونة المنطقة العربية والتي تظهر جليا في مضامين الصناعات البصرية، لا سيما تلك التي تهتم بالموروث الشعبي والثقافة الشعبية، من حيث المظهر الخارجي والطرز المادية العمرانية والإكسسوارات، وتتجلى في المغرب العربي في الثقافة المحلية الحاملة للتراث الشعبي (العرب - الامازيغ - الطوارق). في حين نراها في المجتمعات الخليجية قد تغيرت بشكل كبير باستثناء (سلطنة عمان) التي مازالت متمسكة بالأصاله مدعومة ومستندة على الثورة التنموية الانفجارية المعاصرة التي حققتها على مستوى العالم، مما جعلها تجمع قيم الاصاله مع التكنولوجيا المعاصرة. وما الاعمال الابداعية العالمية التي تقدمها المؤسسات الثقافية العمانية خير دليل على ذلك.

٢. الصناعات البصرية المعاصرة

وهي تلك التي تمثل مزيجاً من صناعات بصرية متعددة المصادر الثقافية. اي تتضمن خليطاً من السمات والخصائص المادية والمعنوية، تعود الى عدد من البلدان والشعوب. وتحمل غايات واهداف كثيرة منها محلي واخرى عالمي. وذلك بفعل التبادل الثقافي القائم على الحذف والاضافة والاقتراض لبعض العناصر الثقافية. فيخرج العمل الفني بجانبه المرئي والبصري حاملاً معه صبغة المرحلة الزمنية المعاصرة. ومثال ذلك الاعمال التي يجسدها الفنانون والتي تحمل هموم الانسانية من الظلم والاستبداد وقهر الشعوب وقمعها وتكريم الاقواء المعارضة لسياسة السلطة والباحثة عن التغيير للواقع المأساوي الذي يعصف بحياة الانسان المقهور. وهذه المنتجات الثقافية تأخذ صفة الانتشار اكثر من غيرها لأنها تنقل معاناة وآلام الأفراد عبر الحدود المكانية. مما يجعلها اكثر متابعة من غيرها بسبب محاكاتها للضمير الانساني ومحاولة استنهاضه.

٣. الصناعات البصرية في الميزان

عندما نريد ان نضع مقارنة أو مقارنة بين الصناعات البصرية الأصلية والمعاصرة، فانه من الأنجع الأخذ بعين الاعتبار ثقافة الشعوب المصنعة لها، ونمطها من حيث الخصائص والسمات. وكذلك من الضروري ان نهتم بالأهداف الظاهرة والكامنة لتلك الصناعات والمنتجات الثقافية، فالأهداف هي المعيار والركيزة الاساس في الانتاج والتوزيع. فهناك اعمال في ظاهرها بناء وفي حقيقتها هدام، ولذلك يُفترض فحص وتحليل الرسائل التي تحملها والوجهة التي تريد الوصول اليها. فكم من الاعمال البصرية تحمل على عاتقها بناء ذات الانسان وترفيهه وتغيير حياته نحو الافضل، فضلاً عن تلك التي تحمل في باطنها تدمير للقيم الدينية والاخلاقية والاجتماعية ذات العادات والتقاليد التي تحث على التسامح والتعايش والتضامن والاندماج.

اذن هناك خصوصية ثقافية يمكن ان تلعب دوراً مهماً في تقبل ومتابعة السلع الفنية الثقافية بكل اشكالها وألوانها وهوياتها. فالثقافة هي الكل المركب من القيم والعادات والتقاليد والافكار والادوات والتكنولوجيا واللغة والآداب والفنون وكل ما يكتسبه الفرد بوصفه عضواً في مجتمع معين. وهذه نتاج تفاعل عوامل عدة منها تاريخية وسياسية واقتصادية وايدولوجية ودينية اعتقادية، تتشكل من خلالها شخصية الانسان وتخلق ذائقته الحسية

والجمالية. فيتم عبرها اختيار نمط معين من الفنون البصرية دون غيرها تحت تأثير البعد الثقافي المحلي.

النتائج

توصلت الدراسة الى نتائج عدة منها..

١. تمثل الصناعات البصرية حيزاً مهماً في الحياة الاجتماعية اليومية لأي شعب ومجتمع.
٢. ان الانسان اتجه الى الصناعة البصرية بسبب حاجته اليها بوصفها نتاجات ثقافية يمكنها من اشباع حاجاته المتعددة.
٣. ان الصناعات البصرية تمثل نتاجا للواقع بسبب تأثير العلاقة الجدلية بين الفكر والواقع.
٤. ان المرحلة الراهنة شهدت اقبالا واسعا على المتابعة والاهتمام بالصناعات والمنتجات البصرية، وذلك لدورها المهم في اشباع حاجاته النفسية والاجتماعية والمعرفية من خلال وظيفتها الفنية البصرية.
٥. مهما كان شكل المجتمع سواءً كان تقليديا او متقدما او معرفيا، فان الانسان لم يتخلى عن الفن وصناعاته، وذلك لرسالته الانسانية بأبعادها الروحية والوجدانية والعاطفية والاجتماعية والثقافية.

التوصيات والمقترحات

١. الاهتمام بطبيعة الصناعات البصرية باعتبارها منتوجا ثقافيا متعدد الابعاد والاهداف.
٢. ادراج مناهج دراسية خاصة في الصناعات البصرية وذلك لبناء قاعدة مهمة قائمة على المنطق والعلم.
٣. حشد الجهود المجتمعية لتبيان اهمية وجود الصناعات البصرية في الحياة اليومية وضرورة متابعتها من خلال التنقيف لدورها في بناء ذات الانسان.
٤. اقامة الحلقات النقاشية والندوات والمؤتمرات العلمية والاكاديمية التي تهتم بالصناعات البصرية.
٥. توظيف الاعلام في التعريف بإيجابيات وفوائد الصناعات البصرية، الوجدانية والنفسية والعاطفية والاجتماعية.
٦. ضرورة اشراك منظمات المجتمع المدني والمؤسسات غير الحكومية في الحملات التنقيفية والتوعوية لتوضيح اهمية وفوائد مثل هذه الصناعات في واقعنا الراهن.

الإحالات

- (1) رالف لنتون، دراسة الإنسان، ترجمة عبد الملك الناشف، منشورات المطبعة العصرية، بيروت ، لبنان، ١٩٦٧، ص ٣٦٠-٣٦٢.
- (2) مذكور، إبراهيم، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، ١٩٧٥، ص ١٨٨.
- (3) Alvin L. Bertrand. Basic Sociology, Louisiana State University, Appleton-century-crofts, New York, 1973, p.89.
- (4) Boas. F, "Anthropology" Encyclopedia of social sciences. Vol, 2, New York, 1930, p.73:110
- (5) Encyclopedia of social sciences the Macmillan. New York, 1962. p.621.
- (٦) الشماس، عيسى، مدخل إلى علم الإنسان، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، ٢٠٠٤، ص ١٤٦.
- (٧) معنوق، فريدريك، معجم العلوم الاجتماعية، أكاديمية، بيروت، ١٩٩٨، ص ٢٠.
- (٨) بيار، بونت، وميشال ايزار، معجم الاثنولوجيا والانثروبولوجيا، ترجمة وإشراف مصباح الصمد، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، ٢٠٠٦، ص ٣٥٠.
- (9) كلاكهون، كلايد، الإنسان في المرأة، ترجمة شاكر مصطفى سليم، مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، بغداد- نيويورك، ١٩٤٩، ص ١٤٤.
- (10) جواد، محمد خلف، العلاقة الإشكالية بين الثقافي والغزو الثقافي في الخطاب العربي المعاصر، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٧٦٤، ١٩٩٣، ص ٧١.
- (11) الزبيدي، مفيد، قضايا العولمة والمعلوماتية في المجتمع العربي المعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠٠٣، ص ٥١-٥٢.
- (١٢) عبد الدائم، عبد الله، دور التربية والثقافة في بناء حضارة إنسانية جديدة، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٩٨، ص ١٥١-١٥٢.
- (١٣) أمين معلوف، الهويات القاتلة، ترجمة نهلة بيضون، دار الفرابي، بيروت. لبنان، الطبعة الأولى ٢٠٠٤، ص ٣٢.
- (١٤) المرجع نفسه، ص ٤٦.
- (١٥) الموسوعة العربية للمعرفة من أجل التنمية المستدامة، تحرير الطاهر لبيب، المجلد الثالث، الدار العربية للعلوم- ناشرون، بيروت، ٢٠٠٧، ص ٢٢٩.
- (١٦) انغليز، ديفيد، وجون هيوسون، مدخل الى سوسولوجيا الثقافة، ترجمة لما نصير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، ٢٠١٣، ص ٧٣.
- (١٧) المرجع نفسه، ص ٧٥.
- (١٨) مجموعة مؤلفين، الاستثمار في الثقافة، النادي الثقافي، مسقط، (سلطنة عمان)، ٢٠١٨، ص ٣٧٠.
- (١٩) إي. هـ. غومبرتش، قصة الفن، ترجمة عارف حديفة، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، ٢٠١٢، ص ٦٤٧.

- (٢٠) الألويسي، حسام، الفن البعد الثالث لفهم الانسان، مؤسسة بيت الحكمة، بغداد، ٢٠٠٨، ص١٠٩.
- (٢١) قريطم، عبير، الانثروبولوجيا والفنون التشكيلية الشعبية، المجلس الاعلى للثقافة، القاهرة، ٢٠١٠، ص٧٢.
- (٢٢) الموسوعة العربية للمعرفة من اجل التنمية المستدامة، تحرير الطاهر لبيب، الأكاديمية العربية للعلوم، المجلد الثالث، بيروت، ٢٠٠٦، ص١٥٧.
- (٢٣) المصدر نفسه، ص١٥٩.
- (٢٤) المصدر نفسه، ص٢٤٠.
- (٢٥) بيلى، أولجا جوديس، وآخرون، "فهم الاعلام البديل"، ترجمة علاء احمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ٢٠٠٩، ص٧١.
- www.manefa.org (26) ينظر
- UNESCO world Report, Toward Knowledge, Societies (Paris: (27) UNESCO, 2005), p.160.
- (28) McQuail Denis, & Sven Windahl. (1996), Communication Models for P.P19. Communication, London, Longman. the study of Mass
- (29) S, Alixs Tan, (1981), Mass Communication Theories and Reserch, Columbus. Ohio, Crid publishing, Inc, p.p.93.
- (30) Taylor, Anita Arthur, C. Meyer, Teresa Rosegrand and B. Thomas Samples, (1992). Communiting, new jersey, pentice Hall. p.p.372.
- (٣١) سمث، براد فورد، الانسان الأمريكي، ترجمة تماضر توفيق، دار البلاغ، بيروت، د.ت، ص٢٥-٣٣.
- (٣٢) المصدر نفسه، ص١٣٤.

English Reference

- Ralph Lenton, the study of man, translated by Abdul Malik al-Nashif, publications of the modern press, Beirut, Lebanon, 1967.
- Madkour, Ibrahim, Dictionary of Social Sciences, Egyptian General Authority for writers, Egypt, 1975.
- Alvin L .Bertrand .Basic Sociology, Louisiana State University, Appleton-century-crofts, New York, 1973, .
- Boas. F, "Anthropology" Encyclopedia of social sciences. Vol, 2, New York, 1930,
- Encyclopedia of social sciences the Macmillan. New York, 1962. p.621.
- Deacon, Issa, introduction to anthropology, publications of the Union of Arab writers, Damascus, 2004.
- 7 Ma'touq, Frederic, lexicon of Social Sciences, Akademia, Beirut, 1998.
- Pierre, Pont, and Michel Izard, lexicon of Ethnology and anthropology, translated and supervised by Mesbah al-Samad, Majd University Foundation for studies and publishing, Beirut, 2006.
- clakhon, Clyde, the man in the mirror, translated by Shaker Mustafa Selim, Franklin printing and Publishing Corporation, Baghdad– New York, 1949.



- Jawad, Mohammed Khalaf, the problematic relationship between cultural and cultural invasion in contemporary Arab discourse, Journal of the Arab Future, Center for Arab unity studies, Beirut, P.176, 1993.
- al-Zaidi, Mufid, issues of globalization and informatization in contemporary Arab society, Osama publishing and distribution house, Jordan, 2003.
- abdeldem, Abdallah, the role of education and culture in building a new human civilization, Dar Al-Tala'a for printing and publishing, Beirut, 1998.
- Amin Maalouf, deadly identities, translated by Nahla Baydoun, Dar Al-Farabi, Beirut. Lebanon, First Edition 2004.
- (15) Arab Encyclopedia of knowledge for Sustainable Development, edited by Taher Labib, Volume III, Arab House of Science - Publishers, Beirut, 2007.
- (16) Inglis, David, and John Hewson, introduction to the sociology of culture, translated by Ma Nasir, Arab Center for research and Policy Studies, Beirut, 2013.
- (18) group of authors, investment in culture, cultural club, Muscat, (Sultanate of Oman), 2018.
- (19) E. E. Gombrich, the story of art, translated by Arif hadifa, Syrian General Organization for writers, Damascus, 2012.
- (20) al-Alusi, Hussam, art, the third dimension of human understanding, House of Wisdom Foundation, Baghdad, 2008,.
- (21) quraitem, Abeer, anthropology and folk plastic arts, Supreme Council for Culture, Cairo, 2010.
- (22) Arab Encyclopedia of knowledge for Sustainable Development, edited by Taher Labib, Arab Academy of Sciences, Volume III, Beirut, 2006.
- (25) bely, Olga Judis, and others, "understanding alternative media", translated by Alaa Ahmed Islah, Nile Arabic group, Cairo, 2009,.
- (27) UNESCO world Report, Toward Knowledge, Societies (Paris: UNESCO, 2005).
- (28) McQuail Denis, & Sven Windahl. (1996), Communication Models for the study of Mass Communication, London, Longman. P.P19.
- (29) S, Alix Tan, (1981), Mass Communication Theories and Reserch, Columbus. Ohio, Crid publishing, Inc, .
- (30) Taylor, Anita Arthur, C. Meyer, Teresa Rosegrand and B. Thomas Samples, (1992). Communiting, new jersey, pentice Hall. p..
- (31) Smith, Brad Ford, the American man, translated by Tamadar Tawfik, Dar Al-Balagh, Beirut, Dr.T, t.