

جامعة البصرة - كلية الفنون الجميلة  
قسم الفنون التشكيلية  
fareed.alwan@ubasrah.edu.iq

جامعة البصرة - كلية الفنون الجميلة  
قسم الفنون التشكيلية  
pgs.raghad24@ubasrah.edu.iq

## دور الفن في توجيه الاذواق دراسة تحليلية

### The role of art in manipulating artistic tastes (an analytic study)

فريد خالد علوان

Fareed Khalid Alwan

رغد عبد الواحد حيدر

Raghad Abdul Wahid Hayder

#### الملخص:

بعد أن إضيفت مهام معاصرة الى الفن وتلون بالصيغة السلعية وقابليه الاستهلاك في عدد من تفرعاته المعاصرة، أصبح له تداخلات تجارية موسعة، فظهرت مترافقة مع هذه المهام رغبة التلاعب بالأذواق وتحريكها نحو مسارات محددة مسبقاً، لأجل السيطرة عليها وجعلها تتقبل التغييرات المقترحة مستقبلاً. وبذلك ظهر سعي مقارنة المجتمعات والأفراد وبدفع من الفلسفة البرجماتية وأفكارها بعد الحداثة، فأصبح التقارب بين الثقافات المختلفة واضحاً بعد تقارب أذواق المستهلكين من حول العالم. ونظراً لأهمية الدور الذي يلعبه الفن في مفاصل الحياة سيما على الجانب الاقتصادي في ظل حركة الانفتاح الرأسمالي والتنافس للسيطرة على العالم فجاء البحث (دور الفن في توجيه الاذواق) الذي اهتم في معرفة كيف كان للفن دور في توجيه الاذواق أو توحيدها لغايات اقتصادية او سياسية، واشتمل البحث على أربعة فصول الأول. تَضَمَّن الإطار العام للبحث المتمثل بعرض مشكلة البحث، وأهمية البحث وأهدافه، وتحديد اهم المصطلحات، بينما يتضمن الفصل الثاني على الإطار النظري الذي يسلط الضوء على تقارب الاذواق وتنوعها وسلطة الفن في عملية التوجيه واهم التدخلات الخارجية التي تساهم في عملية التوجيه وأختتم بمؤشرات الاطار النظري. اما الفصل الثالث المعني بإجراءات البحث كمتجمع وعينته وتحليلها وفق أداة البحث اما الفصل الرابع فتضمن النتائج والاستنتاجات، ومن نتائج البحث:

تبين السعي الفني نحو التقريب الذوقي مع السياق العالمي عموماً، من خلال اعتناق الفنان للأساليب المعاصرة، مما يكشف ان الفنانين منساقون نحو هيمنة الذوق العالمي، او انهم يسايرونه على اقل تقدير.  
شكلت الاعمال الفنية في المركز الأمريكي واساليبها المعتمدة نقطة جذب للآخرين، بعدما حققت انموذجاً ذوقياً عالمياً، يشكل مادة جاذبة ويتفق الاخر على الاعجاب به.  
الكلمات المفتاحية: توجيه، الاذواق. الفن العالمي.

## Abstract

Nowadays, Art is not just for enjoyment rather it becomes goods (commodity), consuming and trade for political and economical issues. Along with this contemporary art, there is a desire to manipulate tastes and a movement towards controlling others to accept the changes in the future. This tends to merge the individuals and societies taste of different cultures due to the convergence of .consumer tastes around the world by the pragmatic philosophy

This article sheds light on the value and role of how art is manipulating others to control tastes .for political and economic issues in the time of capitalism and the competition for world domination

The research consists of four parts, the first is the general framework including the research problem, its importance, objectives, and identify the terms. The second one tackles the theoretical framework and the role of art manipulating the artistic tastes. While the third part is the procedures of the .study, the samples and analyzing the data. Results and conclusion are in the fourth part

The study finds out that

The artistic testes is shifting towards globalization through the artists' use of contemporary artistic styles. It reveals that artists are heading towards the dominance of global taste

The artistic works at the American Center represent an attraction point for others because it .achieved a model for international artistic taste

.Key words: orientation, tastes, global art

## الفصل الأول

### اولاً: مشكلة البحث:

بعد ان اجتاحت الرأسمالية العالم وأصبحت النظام الاقتصادي الأكثر شيوعاً، الذي جعل من كل شي يدخل ضمن معادلة كونه سلعة تباع وتشترى لان الغاية الأساسية منه هو تحقيق اعلى نسبة أرباح مادية اذ ارتبط مفهوم هذا النظام الاقتصادي ونجاحه بزيادة معدلات الاستهلاك؛ لذلك اتخذت الدول الرأسمالية عدة استراتيجيات ومنها عملية توجيه الاذواق والعمل على مقاربتها مما يسهل استهداف المستهلك بصورة اكبر ليكون ضمان تقبلهم للسلع التي تعرض عليهم شبه مؤكدة، ولأجل إتمام عملية التقريب كان لا بد من الاستعانة بمؤثر مباشر وهو الفن على اعتباره النشاط الأكثر تداخلاً وتأثيراً في كافة مفاصل الحياة، بعد ما ادركت الشركات والمؤسسات الرأسمالية هذه الميزة. مما طرح تساؤل البحث وكالاتي: كيف كان دور الفن في عملية استمالة الاذواق نحو اتجاه معين او مقاربتها؟

### ثانياً: أهمية البحث والحاجة اليه:

تكمن أهمية البحث في:

1. تعريف المتلقين بقدرات الفن كونه يُعد أحد ادوات السياسات الاقتصادية الرأسمالية من خلال تأثيره على اذواق جمهور المستهلكين ودراسة تفضيلاتهم والعمل على مقاربتها وخلق فرص أكبر للاستهلاك من قبل أكبر عدد من المستهلكين.
2. استخدام تنميط الفن كسلاح ثقافي في السياسة للسيطرة على الاذواق لدى الدول أحادية الفكر او للسيطرة الفكرية والهيمنة التي تبحث عنها الدول المؤثرة.

**ثالثاً: هدف البحث:**

كشف دور الفن في توجيه الاذواق واستمالتها نحو اتجاهات محددة ومعدة مسبقاً.

**رابعاً: حدود البحث:**

الموضوعية: مصورات الاعمال الفنية المعاصرة ذات العلاقة بموضوع البحث/ المكانية: أوروبا أمريكا واسيا/  
الزمانية: 1989-2022 والتي تمثل الفترة الزمنية لأعمال مجتمع البحث المزمع تحليله.

**خامساً: تحديد المصطلحات****1. التوجيه**

لغة: من فعل (وَجَّه) انقاد و اتَّبِع. يقال: قاد فلان فلاناً فوجَّه انقاد و اتَّبِع (Group, 2004, p. 1015) أو وجه الشيء  
اداره الى جهة ما او وجه القوم الطريق سلوكه وصيروا أثره بينا، وجه البيت أي جعل وجهه نحو القبلة او وجه فلان أي  
ذهب اليه (Malouf, 1956, p. 889)

اصطلاحاً: ما حدد اتجاهه في ضوء إرادة او سياسة مرسومة (Khayat, Y, 1950, p. 711) . او عملية تتضمن جهوداً  
منظمة للتأثير على الافراد في مجال معين (Badawi, A., 1978, p. 188) .

التعريف الاجرائي: بأنه ارشاد شخص او مجموعة افراد نحو اتجاه ومسامر معين لتحقيق اهداف يراد بلوغها.

**2. الاذواق**

لغة: مصدر ذاق الشيء، يذوقه ذوقاً ومذاقاً فالذواق والمذاق يكونان مصدرين ويكونان طعماً، كما تقول ذواقة  
ومذاقه طيب: والمذاق طعم الشيء والذواق هو المأكول في المأكول والمشروب والذوق يكون فيما يكره ويحمد قال تعالى  
(فأذاقها الله لباس الجوع والخوف)) أي ابتلاها بسوء ما خبرت من عقاب ويقال ذقت فلاناً أي خبرته وبرته (-Ibn Man-  
zur, 1981, p. 1526) وذائقٌ ذَوْقاً ومَذاقاً ومذاقه: اِخْتَبَرَ طَعْمَهُ، وَأَذَقْتُهُ أَنَا. وذائقُ القوس: جَذَبَ وَتَرَّهَا اِخْتِبَارًا. وما ذاقَ  
ذَوْاقاً: شِينًا. وأذاقَ زَيْدٌ بَعْدَكَ كَرَمًا: صار كَرِيمًا. وَتَدَوَّقَهُ: ذاقه مرةً بعدَ مرةٍ. وتذواقوا الرِّمَاحَ تناولوها (AL Fayrouz  
Abadi,, 2008 , p. 600)

اصطلاحاً: قوة حاكمة على القيم الجمالية فيقال ذوق سليم (Khayat, Y, 1950, p. 255) او قوة ادراكية لها  
اختصاص بادراك لطائف الكلام ومحاسنه الخفية ، وقد يطلق على ميل النفس الى بعض الأشياء كتذوق المطالعة  
والاحاديث الجميلة ويرادفه حسن لإصغاء وشدة الانتباه وكثرة التعاطف أو القوة المهيئة للعلوم من حيث كمالها في  
الادراك بحسب الفطرة . او حذق النفس في تقدير القيم الخلقية والفنية كقدرتها على ادراك المعاني الخفية في العلاقات  
الإنسانية او قدرتها على الحكم على الاثار الفنية كالشعر والادب والموسيقى بطريق الإحساس والتجربة الشخصية دون  
التقيد بقواعد معينة وتسمى القدرة على تذوق الفن طبعاً كان تقول فلان مرهف الذوق أي رقيق الطبع وقد يراد  
بالذوق السليم الحكم على الأشياء حكماً صادقاً ودقيقاً (Saliba, j, 1982, pp. 597-598)

التعريف الاجرائي: بأنها تفضيلات الفرد فيما يقتنيه او يراه او يسمعه أي كل ما يتعلق بالثقافة المرئية والمسموعة  
والملموسة.

**الفصل الثاني****المبحث الأول: الاذواق بين التنوع والتقارب**

لا شك ان لكل فرد منا ذوقه الخاص يتكون بحكم تفضيلاته للأشياء، لربما تلتقي تلك التفضيلات مع الاخرين  
في جانب معين وربما تختلف في نطاق اخر لان الذوق لا يمتاز بالثبات؛ لذلك في بعض الحالات تطلب الامر اللجوء الى  
محاولة توحيد او تقرب الذوق العام الذي يشير مفهومه الى محاولة توجيه ذوق الجمهور أو المجتمع فيما يتعلق بالفنون

والثقافة والأنماط الجمالية، والذي يهدف إلى تحديد معايير وقواعد مشتركة للجمال والجودة، وتحقيق توافق وتناغم بين أذواق الأفراد قدر الإمكان وفقاً لاعتبارات قد تكون سياسية كما حدث في تجربة الواقعية الاشتراكية الروسية (Nasser, A., 2010, p. 108) او بفعل ما جاءت به ما بعد الحداثة وبدء حقبة يسودها نظام اقتصادي تحت مسمى الرأسمالية المتأخرة والثقافة الاستهلاكية ذات القوميات المتعددة، مما فرض أنماطاً ثقافية معينة "إن ما بعد الحداثة تضاعف منطق الرأسمالية الاستهلاكية وتكرره وتدعمه بصورة من الصور" (Brooker, p, 1995, p. 280) واحدى هذه الصور هو اعتبار الثقافة سلعة عالمية تسوق كأى سلعة تجارية أو خدمية اخرى، والتشديد على بيع وتسويق وإستهلاك السلع وليس إنتاجها، فضلاً عن دعوتها للنهايات المفتوحة، مما تجعل النشاط الإقتصادي عبارة عن حلقة غير متناهية بين الإنتاج وإستهلاك الإنتاج.

سعت كذلك الرأسمالية إلى نشر ثقافة الاستهلاك بصيغة عالمية وفق هيمنة مصدر أحادي غايتها خلق مجتمع مقولب وصنف جديد من المستهلكين ليس لهم انتماءات مكانية محددة، نظراً لطبيعة الانسان المعاصر بكونه جزء لا يتجزأ من العالم الطبيعي وأنه يتأثر بظواهرها المختلفة فتكون انعكاساتها عليه اما تنظيمية او توجيهية او مقننه أحياناً (Bumuner, K., 2010, p. 67) فيمثل " إنتشار ثقافة الاستهلاك وتأكيد ما بعد الحداثة على الحرية الفردية المطلقة في الاختيار صار ظاهراً بأن المستهلك هو الذي له السيادة في السوق لكن الحقيقة غير ذلك لكون المستهلك هو الآخر خاضعاً لتأثير السوق العالمي نفسه الذي أخذ يسوق ويبضغ كل شي من الفكر والثقافة إلى الانسان ذاته" (Khresan, B, 2006, p. 349)، لذلك تزدهر الشركات المنتجة للسلع الاستهلاكية عندما تتمكن من توجيه ذوق الفرد والتأثير على تفضيلاته الفنية واحتياجاته الاستهلاكية، باللجوء إلى استراتيجيات مدروسة كالتسويق والاعلان التي من شأنها أن تؤثر في تعزيز قيم معينة وتوجيه الجمهور نحو فهم وتقدير لهذه المنتجات الثقافية، وأن تكون محط إعجاب من قبل المستهلك بغض النظر عن عرقه وجنسه وأيدولوجيته، وهنا تحولت أدوات الاعلام والدعاية مثل السينما والتلفزيون من وسيلة لنشر مواد التسلية والترفيه إلى وسيلة أثبتت نجاحها في تمييط وتسويق أساليب مفروضة من قبل العولمة وألياتها المهيمنة على العالم فاختيار أسلوب في الملابس والمأكل تكاد ان تكون شبه متناسخة بفعل القوة الناعمة وأدواتها المحرصة للاستهلاك وضمن اتجاه موحد " فإذا أُضيف إلى طوفان البث الإعلامي الفضائي ثورة الاتصالات الحديثة المتمثلة في شبكة الأنترنت وما تبثه القوى المسيطرة عليها من قيم ثقافية ومفاهيم عقدية وانحرافات سلوكية بطريقة مبهمة ملحة مستمرة" (Al – Shidi, A.B.A., 2013, p. 29) إذ يُعد الأنترنت وسيط فاعل يعمل على توجيه التفضيلات الجمالية الجماعية، لما يتمتع به من خواص وكونه وسيلة تنقل الخطاب مباشرة ووصوله الى كل العالم من أجل تحقيق زيادة استهلاكية، حيث يوفر اطلاعاً ميسراً لشتى المعلومات المتنوعة عن المنتجات الاستهلاكية والخدمات في مختلف أنحاء العالم وبكسبة زر، كما اصبح بإمكان المستهلك أو حتى الفنانين التمتع بالأعمال الفنية ونتاجاتها مما يؤدي إلى توسيع آفاقهم الفنية وتحديد دائرة ذوقهم بما يُعرض لهم لتشكيل مادة جذب لأكبر عدد من المتذوقين عبر المنصات الرقمية والمواقع الالكترونية، من ثم يتسنى للجمهور معرفة الرائج من المنتجات الثقافية مختلفة الأنماط و يشجع التفاعل مع الأعمال الفنية المعاصرة التي أصبحت التكنولوجيا أحد مكوناتها و انترنت ينشرها.

لقد ساهمت شبكة الأنترنت في تحديد توجهات المستهلك في مجال الفن والموضة فلم تعد الموضة فن وذوق فقط بل أصبحت تجارة خاضعة للشركات الكبرى تدور في فلك العولمة، فأصبحت الموضة من الضروريات وليست اختيارية بعد تمكن الأفراد من كل بقاع الأرض مشاركة اهتمامهم ورؤية اهتمامات الآخرين من خلال الصفحات والمواقع الرقمية، ويمكن متابعة المدونات التي من شأنها الاهتمام بهذا المجال من ثم تكونت لديهم فكرة ودراية عن أحدث الصيحات والمستجدات في مجال الفن والموضة والأزياء وغيرها من الكماليات من ثم مجاراتها، مما أتاح للأفراد تحديد ذوقهم الفني وما هو منتشر ومواكبته. وكل من لا يخضع له يُعتبر متخلفاً، مثلاً ظاهرة الجينز والهييب هوب أو التشيرتات الفضفاضة وقبعات البيسبول التي أصبحت شائعة التداول وتلاقي قبول و إعجاب من شتى سكان العالم بالرغم كونها

نابعة من الثقافة الامريكية (Hamad, D.A, 2012, p. 131). " كما رافق اختراع الانترنت استحداث وسائل تواصل جديدة ومتنوعة تسمى مواقع التواصل الاجتماعي، وهي عبارة عن مجتمعات الكترونية ضخمة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية ". (Hamida, B.Y.& Abdul Ma-jeed, 2020, p. 3)، هذا النوع من البرامج شكل تمازج بين الرسائل الإعلامية والخاصية الاتصالية في آن واحد، وهي مبنية على نظام ثنائي يسمح للمرسل والمستقبل تبادل أدوارهم، مما يؤدي إلى تنوع المعلومات المتبادلة وذلك لتعدد مصادرها من ثم إندماجها بحكم هذا التبادل ما يشكل نوعاً من الثقافة التشاركية الالكترونية، وما يعزز ذلك هو عدم خضوعها لاي حواجز جغرافية أو رقابية اتفاقية (Nawai, F.b. & Buslanam, H, 2022, pp. 36-38) فأدركت الشركات والافراد هذه الخاصية في إمكانية ان تقدم مواقع التواصل للتسويق أكثر مما يمكن ان تقدمه الإعلانات الأخرى كالتلفزيون والجراند؛ لذلك توجهت في اعتبار هذه المواقع من الوسائل الرئيسية للترويج والتي من خلالها يتم استماله أذواق المتابعين لما "تبذل برامج التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي جهوداً لأنشاء محتوى يجذب انتباه مرتادي المواقع ويشجع القراء على مشاركته مع شبكاتهم الاجتماعية " (Gulavani, S. S. & Kulkarni, M. , 2022, pp. 75-85) لذلك أوضحت الشركات والمنتجات تفضل التعامل مع هذه المنصات، بسبب أن نسبة رواد هذه البرامج مرتفعة نسبياً وسهولة الوصول اليها كوسيط قليل الكلفة للشركات الراغبة بالتسويق كذلك طول فترة استخدامها من قبل روادها لكونها توجد على شكل تطبيق في الهواتف المحمولة مما يؤدي الى استخدامها في كل مكان وزمان. لذلك لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً فاعلاً في التأثير على الأذواق وتوجيهها، من خلال توفير منصات عالمية قائمة على التفاعل ومشاركة الثقافات والأفكار المختلفة مما يؤدي الى توسع دائرة تقارب مستخدميها، كما لهذه المنصات دور في نشر الاتجاهات العالمية في الفنون والموضة والتصاميم والفعاليات الثقافية، مما يعزز التعاون والتفاهم الثقافي بين الأفراد والمجتمعات، مثلاً ما ينشره المدونون والمؤثرين والمشاهير في هذه المنصات يمكن أن يحصل خلال دقائق على ملايين الإعجابات والمشاهدات من المتابعين حول العالم وممن يرغبون بإعادة التجربة وتقليدها. (Nadaraja, R. and Yazdanifard, R., 2014, pp. 1-10).

كذلك عولمة الأسواق الرأسمالية قد تقوي التقارب الثقافي من أجل تحقيق التجانس العالمي لذا لأجل تطبيق عولمة الاقتصاد فتم خفض تكاليف النقل والاتصالات وتحقق ذلك من خلال التقدم التقني والتكنولوجي واختراع وسائل نقل كبيرة وبكلفة شحن منخفضة سهلت من عملية الاتصالات والتجارة (Grzegor.K., 2012, pp. 96-99) وبعد أن يتحقق التكامل الإقتصادي لابد أن يكون هناك تكامل سياسي كما في تجربة اوربوا بعد أن سن قانون أوربوا 1992 الذي هدف إلى إلغاء الحدود المادية والسياسية والفنية بين الدول الأعضاء وإدراج معاهدات من شأنها أن تقوي الإتحاد السياسي والاقتصادي والمالي، والأهم فيها هو إطلاق عملة الموحدة اليورو، إذ ساهمت كل هذه النقاط في عملية توحيد الهويات القومية من قبل الدول الأعضاء من ثم تعدى هذا التوحيد الجانب الثقافي. (Nye, J.S& Don- nahue, J.D, 2002, p. 236) تكاتفت جهود الدول الرأسمالية والمنظمات من أجل خلق عالم واحد متكامل مندمج بعد أن كانت الشعوب منعزلة عن بعضها، لذلك التجأت إلى إحداث ترابط في كافة القطاعات وعلى مستوى عالمي " لأن الترابط العالمي المتزايد يؤدي إلى تزايد توحيد المقاييس والمعايير الثقافية كما هو الحال في الاكتساح العالمي للزعة الاستهلاكية " (Pieterse, J. N, 2006, p. 68) وهذا الترابط لم يأتي من فراغ وإنما حدث عبر ظهور وسائل النقل المتقدمة والتسهيلات التجارية وتكنولوجيا المعلومات وظهور مؤسسات متعددة الجنسيات ومنظمات إقتصاد دولية غير تابعة لحكومات معينة، ليتحول العالم لما يشبه المكان الصغير، فكانت عملية كسب الجمهور المتباعد وترويضه ليبتلع ويستهلك كل ما يفرض عليه لا تتم إلا بإعادة صياغة وتشكيل ذوقه العام (Abdul Aziz, Z, 2000, p. 21) لذلك لم يترك مجال قابل للاستفادة إلا واستعانوا به لكي تنتهي العملية بإستهلاك ما هو مفروض أو بخلق منتجات مبهمة للجمهور، "فالتجربة الراهنة لم تعد تحقق المتعة واللذة والاستحسان والارتياح بقدر ما أصبحت تقاس بمدى قدرتها على الاقناع من اجل اقتناء السلعة المعلن عنها بالعمل الفني" (Abboud, Z. J, 2021, pp. 280-293) بعد أن

استخدمت التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي التي من شأنه أن يُشكل مادة جاذبه تُبهر المتلقي وتجعله أكثر تأثراً بالخيال، فمجال الخداع أكبر في مجال السلع غير الضرورية أي الاستهلاكية من أي منتج آخر، فنرى ما تفعله شركات إنتاج الأفلام والإعلانات كأفلام الخيال العلمي والفتازيا التي تشكل مادة جاذبه لفئات مختلفة وفي أماكن مختلفة كأفلام هاري بوتر أو الإعلان المبني على الخداع كخرافة أن سانتا كلوز يرتدي الأحمر في حين اكتسابه اللون الأحمر هو من خلال إعلان لشركة كوكاكولا أو خرافة أكل الفار الجبنة في حين هذه دعاية للجبنة السويسرية بالتعاون من شركة ديزني (Tungate, Mark 2021)، تستنتج الباحثة أن الأذواق على اختلافها إلا أنها قابلة أن تروض وتوجه نحو مسار يخدم جهة معينة قد تكون لأغراض سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية كمارسات المؤسسات الرأسمالية العالمية التي سعت إلى توحيد الأذواق العالمية لأسباب تتعلق بالثقافة الاستهلاكية التي شاعت في المجتمعات على نطاق عالمي، لذلك كان لابد من توجيه الأذواق المتباعدة والعمل على توحيدها فاستعانت تلك المؤسسات بعدة إستراتيجيات لعولمة الاقتصاد والثقافة من خلال تسهيلات النقل وإزالة الحدود وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة كالإنترنت ووسائل التواصل والهاتف والفاكس وغيرها من وسائل الإتصال التي تزيد من التقارب الثقافي، لذا تستنتج الباحثة مما تقدم إن نشر المحتوى الترويجي عبر منصات التواصل الاجتماعي هو إستراتيجية فاعلة لزيادة التوعية وتعزيز المبيعات وعملية جذب ذائقة المستهلك نحو توجه معين من السلع الاستهلاكية بما فيها السلع ذات الصيغة الثقافية، لذلك ليس اعتباراً أن تقوم الشركات المصنعة في محاولة توحيد ذوق المستهلكين عن طريق التأثير بهم اعلامياً من ثم طرح منتجات وتصاميم متشابهة لتستهدف أعلى قدر من المستهلكين.

### المبحث الثاني: السلطة الجمالية للفن التشكيلي المعاصر



شكل (1) حذاء crocs بعد الاضافة

من الرائج اتفاقاً أن الفن بكل أشكاله وتنوعاته يُشكل لاعباً مهم في حياة الإنسان على مَرِّ التاريخ، ويمثل أحد علامات تقدم البشرية وتطورها، ونكاد أن نستشف وجوده بكل مفاصل الحياة، وان الشعوب على اختلاف ثقافتهم وتفضيلاتهم الذوقية الا انهم يجتمعون في نقطة واحدة وهي حب الفن واهميته من ثم التأثر فيه مما يقود الى استنتاج بان للفن سلطة على الافراد من ثم على اذواقهم ولا بد ان يكون للفن دور في ظهور المنتجات المرئية والملموسة بهذا الشكل المتناسق والمتناغم ليلقى قبولاً محتملاً من المستخدمين رغم اختلافاتهم. مما يعزز صورة إن الفن "نشاط بشري عام يركز أولاً وبالذات على الخبرة الجمالية وليست الخبرة الجمالية تجربة فريدة اختص بها قوم دون قوم آخر وبنس دون جنس آخر أو عصر دون عصر بل هي ظاهرة بشرية عامة" (Ibra-

him, Z., 1973, p. 7) ويمكن القول وفق ذلك بأن الفن هو سلوك فطري دائم الوجود، ويشعر الانسان بحاجته الدائمة اليه واهميته والدليل سعة تداول وانتاج الفن بصيغة أو بأخرى، إذ ولد الانسان بفطرته وبداخله حب الفن وقد تكون صفة عامة لكون إن الانسان ميال الى الجمال بطبيعته ومن المرجح دوماً أن ينجذب الى المنتج الذي فيه قيمة جمالية ووظيفية في آن واحد لكون " لغة الجمال هي لغة عالمية يدركها ويفهما جميع الشعوب على اختلاف انماطها ولغاتها القومية " (Abu Ayyash, S.D., 2015, p. 49)، فمثلاً ينجذب المستهلك نحو قطعة ملابس أو قطعة أثاث أو سيارة بتصميم معين ويفضلها على أخرى رغم أن القطعتين تؤدي نفس الوظيفة، ولكن معيار الاختيار مؤسس على من بدت أجمل من وجهة نظر المستهلك المختلفين ذوقياً، ولأجل تحقيق هذه الغاية تم الاستعانة بالفن للتوصل الى تصميم يحقق قوة جذب وتأثير جمالي أعلى. ومن هنا أدرك الانسان اهمية الدور الذي يلعبه الفن والى أي مدى يصل تأثيره على الآخرين لذلك نرى تم توظيفه في مجالات عدة منها الاقتصاد على سبيل المثال، فوفقاً لهربرت ريد " الفن الوظيفي

لا ينبغي أن يملي الحاجة العملية فقط وإنما الاستطبيقية أيضا " (Al- Mubarak, A, 1973, p. 49) لذا إستعانت الشركات المصنعة بالفنانين ومهاراتهم والخبرات التي يمتلكونها في إظهار المنتجات النفعية بتصميم شكل يحقق جذب أكثر للمستهلك. وبذلك انتشر الفن وأصبح ضمن المؤشرات العامة جنبا إلى جنب مع العناصر الصناعية النفعية، فلم يعد حكرًا في المتاحف كما عهد سابقاً ومن هنا أخذ الفن على عاتقه إضافة عناصر فنية إلى التصميم الصناعي بما يحقق توازن بين الوظيفة والشكل، محققاً التفاعل البشري مع المنتج من ثم الوصول إلى أعلى الإيرادات، مثل قصة صناعة حذاء (crocs) وكيف حققت إيرادات قياسية بعد ما أن اضيف له لمسات فنية للأنموذج الأصلي (Lodi, M., 2023) شكل(1)، وهنا اللمسات الفنية المضافة اثرت في المستهلكين وجذبهم نحو المنتج الذي تم رفضه في السابق مما يعني قد حصل تغيير في التفضيلات الذوقية للفرد بفعل تأثيره بالفن ومدى حبه له.

إن تزامن ظهور العديد من المدارس الفنية وتعدد المظاهر البصرية مع التطور التكنولوجي والنمو الإنتاجي، يستلزم وجود وسيلة الإعلان والترويج والدعاية، وكان البوب آرت والفن المفاهيمي والجرافكي قد ارتبطت ارتباطاً مؤثراً بالإعلانات معتمدة على الفكرة والمضمون للوصول إلى المتلقي الفنون تحقق الجانب الأهم في وظيفتها في الاستمالة والإقناع عن طريق الحواس (Edman, I., 2020, p. 44) فظهر الفن المفاهيمي في ستينيات القرن العشرين مع الفن الجرافكي الذي ظهر بقوة في القرن ذاته، إذ بدأ المصنعون والشركات يفكرون للترويج لمنتجاتهم الصناعية مستعينين بالحقل الفني لأن الجاذبية التسويقية تزداد من خلال الإعلان المصور، خصوصاً بعد ظهور وسائل وتكنولوجيا التواصل المعاصرة، وكان للبوب آرت دور في هذا المجال، فكان أبرز فنانونها (اندري وار هول) و(جيمس روزنكويست) الذي عملوا كمصممين إعلانات وكرافيك، إذ بدت الإعلانات بصورة أكثر مجازية وواقعية وجذبت عامة الناس لأن الحقل الفني يمثل المجال الأكثر تأثيراً على الأفراد بالرغم من تنوعهم الذوقي.

هناك ترابط بين مسألة توحيد الذوق وبين ما سعت العولمة لتحقيقه، باعتبار أن غايتها الأساسية هي فرض وإلزام الآخرين بأنموذج موحد من الثقافة الغربية وتحديد الأيدي الأمريكية، تحت غطاء منظومة فكرية موحدة وعن طريق عدة ممارسات تقوم بها على الجانب السياسي والاقتصادي " وما العولمة الاقتصادية والسياسية إلا وسائل للوصول إلى هذا الهدف " (Al – Shidi, A.B.A., 2013, p. 12) أي هدف الوصول إلى العولمة الثقافية، وهذا ما يتضح من خلال السعي لفرض قيم الثقافة الأمريكية على بقية المجتمعات لأنها عملية نفاذ ثقافي وبالآدوات المادية وكذلك عبر وسائل سياسية واقتصادية وثقافية. أي هي عملية إحتواء منظومة غرضها إذابة الأذواق المتعددة وجعلها تسير وتنصهر في فلك انموذج الذوق الأمريكي، فالعولمة الثقافية تجري من خلال عدة أساسيات منها استخدام الفن والاعلام المرئي وثقافة الصورة وما تطرحه الإذاعة والتلفزيون والفنون المسرحية؛ لذلك أدركت العولمة الأمريكية هذه القدرة بعد الانتقال نحو المحفزات البصرية وإدماج المجتمع في إطار ثقافة موجهة نحو الاستهلاك وسعي العولمة إلى تكييف الأفراد معها. ونتيجة لذلك، أصبحت أعمال المراقبة والاستحواذ مرتبطة بعضها ببعض (Nye, J.S& Donnahue, J.D, 2002, p. 30).

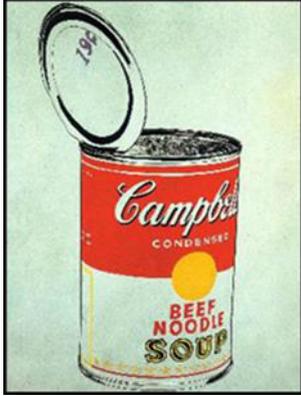
ومثلت الإنتاجات السينمائية المجال الجوهري للإلهام المحرض على الافتتان الضار الذي يغذي الرغبة في الاستهلاك؛ ومع ذلك فإن هذه الظاهرة تشكل في الوقت نفسه شكلاً خادعاً من الإشباع. "وكانت الأفلام دائماً في الاعمال التجارية التي تباع نفسها جنبا إلى جنب مع المنتجات التي قد تكون مرتبطة بها من خلال الترويج لها " (Rosenblatt, R., 2011, p. 152) فإستغلت الشركات العالمية الأفلام لترويج علامات تجارية معينة، مثلاً ان يمتلك شخصية في الفيلم هاتفاً أو سيارة معينة أو يستمع إلى موسيقى معينة أو من خلال إدراج منتج في الأفلام وبشكل طبيعي غير مباشر ومن ضمن سياق القصة مثل فيلم (Forrest Gump) إذ تضمنت قصة الفيلم مشاهد تحتوي على علامات تجارية مثل (coca cola) وشركة (apple) وأمثلة كثيرة أخرى، أو يمكن أن يكون ترويج لموضة معينة أو لحياة معينة كما روجت افلام الغرب الأمريكي للحياة الأمريكية في حقبة زمنية ما. ولم تكن الشركات والمؤسسات الخاصة منتجة للثقافة الأمريكية فحسب

بل حتى في إنتشارها عالمياً، كما لم ينفرد القطاع الخاص بهذه المساهمة في النشر بل كان للحكومة دور مضاف حيث أبدت وزارتا التجارة والخارجية الأمريكية مساعدات في صناعة الإذاعة والتلفزيون والسينما، لتكسب موقع قدم في السوق العالمي لكون صادرات التسلية ثاني أكبر مصدر دخل في البلاد (Nye, J.S& Donnahue, J.D, 2002, p. 174) ومن ذلك ينبغي النظر للفنون كعامل هام لا يمكن تجاهله في الدعم الاقتصادي، إذ تساعد الفنون في تعزيز مصدر الدخل المادي من خلال قطاع السياحة الفنية، لذا تولي الحكومات إهتمام خاص بالمتاحف والأثار الفنية القديمة لتكن وجهة رئيسية للسياح، على اعتبار إن الفنون تمثل عنصر جذب بحكم " تزايد الذوق العالمي المتبادل للآثار الفنية المختلفة بفعل اللغة الجمالية المشتركة " (Abu Ayyash, S.D., 2015, p. 50) وبذلك الناس وعلى اختلاف اذواقهم فانهم يجذبهم الفن خصوصاً وانه ويمثل مرآة عاكسة لثقافة المجتمعات التي أنتجتها مما يدفع الفضول الى العديد من الناس يرغبون بزيارة متحف اللوفر مثلاً أو متحف لندن أو نيويورك للفن الحديث أو روما أو الاهرامات أو غيرها من الشواخص الجمالية للاطلاع على النتاجات الفنية الخالدة (Cohen, R, 2021). لذا تستنتج الباحثة أن الشركات والمؤسسات الرأسمالية العالمية قد استغلت قدرة الفن والدور القوي الذي يلعبه في توجيه التجارب الفردية والتفضيلات الشخصية. لأسباب اقتصادية بحتة ولإنجاح الانموذج الرأسمالي العالمي.

### المبحث الثالث: التداخلات الخارجية في مسار التشكيل العالمي

إن تشكيل الفن وتنوعه يتأثر بشكل كبير بالعوامل السياسية والاقتصادية، حيث تشكل هذه العناصر البيئية الثقافية التي يتم فيها إنشاء الفن وإدراكه. إذ تلمي الأنظمة السياسية والأنظمة الاقتصادية والهياكل الاجتماعية محتوى وأشكال التعبير الفني، بينما يؤثر الفن بدوره على معايير الذوق والقيم المجتمعية. ويتضح هذا التفاعل الديناميكي بين الفن وسياقه الاجتماعي والسياسي عبر فترات تاريخية وبيئات ثقافية مختلفة.

كما إن للاعتبارات السياسية دور في توجيه والتأثير على نوع النتاج الفني المطروح وبخلافه لا يعد فناً والدليل في بعض التجارب الفنية كما حدث في أوروبا فمنذ عقود مضت جرت تقاليد البلاط الفرنسي على أن يهتم الملوك والامراء بالفن وإعلاء شأنه، فكان الفن قبيل الثورة الفرنسية مستورداً بحكم الاطلاع على المراكز الأخرى. ولكن بعد الثورة الفرنسية، أنشأ المعهد الفرنسي الذي بسط نفوذه على حياة الفن الفرنسي مقيدة بأفكار الماضي وعلى أثرها تم الاعتراف بالمذهب الكلاسيكي ورعايته بوصفه مذهب لفن الدولة (Newmeyer, S., 1960, p. 9)، كذلك التجربة الفنية في روسيا التي أعطت انموذجاً للقهر السلطوي للفن من خلال تبنيه للواقعية الاشتراكية كونها فن تابع للدولة بعد أن سيطرت الدولة على الحقل الجمالي من خلال إتحاد الفنانين بوصفه جهة رقابية على محتوى الفن وتنوعه بالمقابل حاربت كل الاتجاهات الفنية السابقة وحضرت تداولها وبذلك اختفت كل التجارب الطليعية والغريبة فهنا العامل السياسي حصر الفن على انموذج معين يقدم للأفراد ومما ساهم في تحديد ذوقهم لعدم وجود أنماط فنية أخرى مسموح لها منافستها (Nasser, A., 2010, p. 106). وفي الجهة المقابلة كان للحكومة الأمريكية استهداف أيضاً للجوانب الثقافية والفنية منها متخذة من " الايمان بلا شك بقدرة السلطة الثقافية على تغيير وعي الشعوب " (Nasser, A., 2010, p. 113) إذ اتبعت استراتيجية منها تبني معارض خاصة بالفنون المعاصرة مما ساهم في انطلاق التعبيرية التجريدية، وتأسيس الجمعية الأمريكية للفنانين التجريديين وانشاء المتحف (غوغنهايم) للرسم اللاموضوعي، ونشركتب لتعريف الجمهور بهذا الفن وتجارب فناني التجريد الأوائل كل ذلك أدى الى تقبل تلك الفنون من قبل الجمهور بعد ان كان ذوقه يجذب نحو الرسم الواقعي. مما أدى إلى ظهور التجريدية بهذا الشكل واحتلالها حيزاً أكبر من بقية الاتجاهات، لدرجة إنها اندمجت مع اتجاهات فنية أخرى ومشاركة فنانين من كل انحاء أوروبا بالثورة التجريدية وأن هذا المسار الفني كان من أجل تحقيق السيادة الفنية في نيويورك الذي قاد الولايات المتحدة لتصبح أكبر سوق للفن الغربي خصوصاً في فترة الخمسينات، ومن هنا زاد اهتمام الأوروبيين بالحركات الفنية الأمريكية المعاصرة وتأثرت بها مراكز الفن الفرعية في



شكل (2) أندى وار هول علبة الحساء كامل الكبيرونودل لحم البقر- 1962

أوروبا مثل ميلانو ونيويورك ولندن (Muller, J, Elgar, F, 1988, pp. 147-148). شهدت الحياة بكافة مفاصلها الاجتماعية والاقتصادية والثقافية وعلى الأخص منها الفنون تحولات جذرية في المفاهيم والتصورات، بفعل ما طرحته فلسفة ما بعد الحداثة، وكانت من أوائل المبادرات هي السعي نحو عملية تحويل ذوق الجمهور من خلال "نسف التمييز الأكثر قدماً بين الثقافة الرفيعة او ما يسمى بالثقافة الجماهيرية" (Sabila, , 2007, p. 26) بمعنى إزالة الحدود بين ما يسمى بفنون النخبة والفنون الشعبية، بعد أن كانت الفنون خاضعة لأنظمة وقوانين وخلافها لا يعد فناً، وكانت حكراً على طبقة معينة من الناس دون أخرى، الى أن أتت ما بعد الحداثة وجعلت الفن متاح لكافة الأفراد، وبذلك أشيع الفن الشعبي على أنه فن المرحلة والأكثر قبولا؛ لأنه نابع من صميم الحياة اليومية التي تمثل قاسماً مشتركاً للجميع بمعنى ان الجمهور غدى مهتم ويعجب بعمل فني معد من مواد تالفة ومخلفات منزلية كما لو كان معجب بلوحة عالمية او عمل فني انجز ببراعة. وبذلك وضع الفنان في اعتباره كيفية التعبير عما يمثل الجمهور عامة وخصوصاً بأن الذوق لا يتمتع بالثبات،

لهذا تم التعبير بواسطة توظيف مقتنيات استهلاكية يومية، كأعمال فنية قد تكون صورة علبة حساء أو دولا ب دراجة هو ائية شكل (2)، وبذلك عني الفن الشعبي بالاتجاهات الفكرية السائدة في المجتمع وفي الوقت ذاته بالقيم والأهداف التي يمكن إحداث تغيير في المجتمع بتحويله إلى مجتمع استهلاكي (Mustafa, B, 2017, p. 81)

كان للاعتبارات الاقتصادية دور عميق في التنوع الثقافي في الفن والذي بدوره كان له النصيب الأكبر في عملية تطويع وتنميط الاذواق، وخاصة بعد أن أخضع الفن لثقافة الاستهلاك واصبح العمل الفني سلعة تباع وتشتري في ظل الأنظمة الاقتصادية التي سيطرت على العالم " لأن الذوق ليس بمقولة سكونيه إنه دائم التغيير فقوى السوق المهيمنة تبني الأذواق في الفن كما في سائر المنتجات الأخرى والهدف النهائي هو كيف تستفيد هذه القوى من ذلك كله" (Khresan, B, 2006, p. 78) وبالتالي فإن الكيانات والشركات الرأسمالية تنخرط في العديد من المنهجيات التي من شأنها التعامل مع الميول الفنية للأفراد والتأكد من تفضيلاتهم، وبالتالي ضمان قبول المستهلكين لغالبية المنتجات الاستهلاكية الثقافية المقدمة لهم وعدم استبعاد أي مستهلك، مما يعزز تصاعد النزعة الاستهلاكية ويعزز الربحية لكيانات رأس المال الإنتاجي بمعنى ان النتاجات الفنية أصبحت تحمل في ثناياها مواضيع لها علاقة بالحياة الاستهلاكية وتلاقي القبول والاستحسان من قبل الجمهور بعد ان تحولت الى فنون ذات طابع دعائي كما في اعمال البوب ارت.

لعب الدين دوراً مهماً في تشكيل الفن والتأثير على موضوعاته وأشكاله وأغراضه عبر العصور المختلفة. كان التفاعل بين الدين والفن معقداً، فتجربة الفن الكنسي ظهرت بعد ان أدركت الكنيسة ان الفن هو النشاط الأوسع لكونه المادة التواصلية ذات الشعبية التي يمكن أن تفهم من قبل جميع المكونات البشرية بكافة شرائحها وانتماءاتها باختلاف الزمان والمكان. فنرى أن الإنسان أستثمر هذه الخاصية كما فعلت الكنيسة في العصر المسيحي عندما أصبح "الفن أداة للتعليم الكنسي أعظم من قيمة العلم" (Nasser, A., 2010, p. 100) حيث بات غرض الاعمال الفنية نشر الدعوة على أوسع نطاق ممكن، فلعب الفن المسيحي في تلك الفترة دوراً إرشادياً واضحاً في بادئ الامر الى ان استحكمت الكنيسة على السلطة فوجهت الفن نحو المواضيع الدينية حكراً ووظفته لصالحها ولم يكن الفنان حراً في اختيار محتوي ابداعه فأصبح الذوق العام للجمهور وللفنانيين محصور في دائرة المواضيع الدينية. لذا تستنتج الباحثة بان التداخلات في الفن تعني التدخل في الاذواق بالتبعية وان هناك جهات تحاول ان تجعل من الفن تابعه لها لأسباب قد تكون سياسية او دينية او اقتصادية.

## مؤشرات الإطار النظري

1. لأجل كشف رسائل التوجيه الذوقي في النتاجات الفنية، يتوجب الوقوف على العلامات ذات الارتباط المباشر بالمركز الفني التي تؤكد على هويته الفردية.
2. البحث عن الصبغ الدعائية وكيفية ورودها في النتاجات الفنية، في ضوء طبيعة تلك الصبغ ومدى وضوح القصد الدعائي فيها نحو مركز إرسال دون سواه.
3. البحث عن اشارات التوجيه الذوقي التي تميز مركزاً بشكل محدد، كالتقنيات المتطورة أو التفرد العلمي والصناعي والثقافي، وكل ما من شأنه إعطاء صفة التسيّد والتسويق عالمياً في مساحة اشتغال محددة.
4. الوقوف على الثيمات المنتشرة زمنياً ومدى تشابه رسائلها العامة لأجل تحديد صحة تقرب الاذواق من عدمه.
5. البحث في سعي الحركات الفنية ذات الخصوصية الثابتة، لتقديم تجارب محتملة التأثير في تحقيق الصدمة وإدهاش المتلقين. بافتراض إمكانية إطالة تأثير رسائلها مستقبلاً في وعي المتلقين حول العالم.
6. بما ان للفن قوة تأثير الا ان هناك قوى خارجية من شأنها تحدد مسار الفن نحو اتجاهات معينة لتحقيق غايات بعيدة المدى.
7. أن الفن لا ينشأ دون ملاحظة السلطات لذلك، وكثيراً ما أثرت عليه بشكل مباشر أو غير مباشر. وهنا يستلزم التحليل مراعاة تلك الحالة اثناء قراءة ونقد الرسائل الجمالية في عينة البحث.

## الفصل الثالث: إجراءات البحث

### مجتمع البحث:

اطلعت الباحثة على ما منشور ومتيسر من اعمال الفنية المعاصرة للفترة من (1989-2022) والتي تعني بموضوع دور الفن في عملية توجيه الاذواق واستمالتها أو توحيدها بما يغطي هدف البحث وبذلك تمثل هذه المدة الزمنية المسار الزمني الذي يضم مجتمع البحث. وقد حصلت الباحثة على مصورات الاعمال المتاحة في مصادر (شبكة المعلومات الدولية) والبالغ عددها (30) عملاً فنياً.

### عينة البحث:

قامت الباحثة باختيار عينات والبالغ عددها (4) نماذج لمنجزات فنية معاصرة اختيرت من مجتمع البحث بأسلوب قصدي وابعادها عينة ممثلة للمجتمع وفق ما توفر فيها بما يحقق تطابق مع هدف البحث. وعلى ضوء المبررات الاتية: مثلت العينة امتداد مناسباً للحد الزمني/ تنوع الاعمال المختارة/ توزيع الاعمال على أكثر من مركز تصديري عالمي/ امتلاك نماذج العينة مفردات ذات اشارة ذوقية محتملة وبحسب دفع المؤشرات.

### ( أسلوب تحليل المحتوى )

### منهج البحث:

تم اعتماد المنهج الوصفي لتحليل عينة البحث لملائمته لطبيعة هذه الدراسة بما يتوافق مع المؤشرات التي أسفر عنها الإطار النظري.

### اداة البحث:

على ضوء مؤشرات الإطار النظري صاغت الباحثة اداتها البحثية الموائمة لهدف البحث، وقد كانت كالآتي:

1. الوصف العام للنموذج.
2. توضيح التقارب الذوقي المحتمل الدفع نحوه.
3. تبيان ارتباط النماذج مع مفهوم التسويق.

4. كشف ارتباط الاعمال الفنية مع توجهات السلطة المعلنة.

### تحليل العينة

انموذج (1)

اسم الفنان: رالف غونغز

اسم العمل الفني: شوكولاتة هزيلة

الخامة: زيت على كانفس

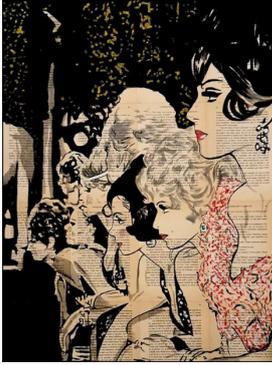
سنة الإنجاز: 2010م

القياس: 13×18سم

المصدر: (www.okharris.com)



يقدم العمل بوستر لقطعتي معجنات دائرية الشكل وهي نوع من المعجنات التي تشتهر فيها الولايات المتحدة ويطلق عليها تسمية الدونات، وتم رصف هذه المعجنات بشكل تتكئ احدها على الأخرى وتختلفان من حيث سطحها الخارجي، فاحدها مغطاة بالشوكولاتة بخلاف الأخرى ولكنها تتساوى بالحجم، وقد صفت هذه المعجنات على أرضية خضراء مرتبة ونقية جداً واستخدم الفنان الخلفية المعتمة لجعل المعجنات تبرز في المقدمة وأكثر تجسيم ووضوح، ومشهد المعجنات ينظر لها ينظر لها من منظور امامي، ربما كان نقلاً مباشراً عن مشهد امام الفنان او عن صورة فوتوغرافية أو من الممكن انه استخدم هذا التنظيم اللوني لقطع الحلوى لتظهر بهذا الترتيب محققاً مظهراً أكثر إثارة. ويلاحظ على العمل بصورة عامة انه أنشئ بدقة عالية ولم يهمل أي تفاصيل دقيقة. ومن المتعارف عليه ان الدونات هي اكله ذات رواج واسع في أمريكا على الرغم من أصولها الهولندية، اذ غدت الدونات مرتبطة بالخصوصية الأمريكية، سيما في مرحلة نظام (السوبر او الخارق) التي تبنته الولايات المتحدة في فترة ما، اما فيما يتعلق بمسألة التقريب الذوقي فانه يُبنى بالدرجة الأساس على لعبة الغرائز والاستهلاك ومنها حب الطعام، فالدونات دخلت الى امريكا وتم تطويرها وصدرت الى العالم على انها ذات هوية أمريكية، تم تداول الدونات جيل بعد اخر دون الحاجة الى معرفة مصدر انتاجها الأصلي مما يوحي بوجود تقارب ذوقي عالمي، وتم التوصل الى هذا التقارب عن طريق طرح مثل هكذا نتاجات، باعتبار ان الدونات اصبح انتاجها وشهرتها وانتشارها عالمياً وليس حصراً في أمريكا، وعليه لم يتضح في العمل هذا مفهوم التسويق، فربما ان قضية انتاج الدونات لم تقدم شي بحد ذاتها ولكن مسألة الاعجاب والتأثر بها يفتح المجال لأجل تمرير منتجات من نوع اخر او للتشجيع على ثقافة الاستهلاك التي جاءت فيها الرأسمالية العالمية وهذا ما قد يمثل مصدر قوة الدعاية الأمريكية، وان اختيار الفنان للمظاهر الأمريكية تكمن في اعجاب الفنان لهذه الموضوعات، وخصوصاً ان أمريكا من البلدان الداعمة للحريات الفكرية، وهنا بذل الفنان الأمريكي جهده ليكون محط اعجاب لدولته او ما يعبر عن اعجابه بها، فيصدر منها ومنجاتها وبأبى حلة وبمحض إرادته لإعجابه بدولته وانتمائه وليس لتسلط قوة أخرى، ففكرة الدونات على الرغم من بساطتها الا انها تبين انتماء الفنان، ومن خلالها ربما اوضحت فكرة ان أمريكا متقدمة على الآخرين بما تمتلكه من الرقي، وهذا ما يجعلها جديرة بهذا التقدم عبر انتاج الشيء الجميل وتصديره للآخرين بحيث انها لم تصدر منتجات فقط وانما صدرت ذوقاً مميزاً ولا بد من ان يكون محط اعجاب الآخرين، وبذلك اكدت اللوحة على ان امريكا تنتج ما يشكل محط جذب من ثم لا بد من اتباعها طواعية، فاستخدمت أمريكا اثاره الفنان لينتج لنا مادة جاذبة حتى وان كان الجذب باللاوعي عن طريق استحضار المغيب، فطرح هكذا منتجات وبهذه الصيغة تجعل من المرجح ان تكون محط اعجاب، وهذه احد الأساليب الذكية التي استخدمتها المراكز للتأثير في الآخرين، ومتى ما كان المركز يتمتع بشيء من الممكن ان يميزها عن غيرها لا بد من استثماره ليكون محط جذب واعجاب من ثم يكون محط تأثير فهم وفي النهاية يقادوا لما يراد لهم ان يبلغوا، وهذا بالفعل يمثل نتاج معركة ثقافية انتصرت فيها أفكار معينة على اغلب دول العالم وبأسلوب مؤثر وبمنتهى اليسر والبساطة.



### انموذج (2)

اسم الفنان: جان نوح

اسم العمل: حلم الليالي الفرنسية

الخامة: اكريليك على ورق

سنة الإنجاز: 2022م

القياس: 79×57 سم

المصدر: (www.artfinder.com)

يحتوي المشهد على مجموعة من النساء بعضهن بشعر أشقر والبعض الآخر اسود وبملامح تبدو أوروبية يرتدين فساتين ومزينات بحلي مع تسريحات شعر مختلفة كأنها تعود الى فترة الخمسينات من القرن العشرين، وقد وقفن في صف واحد متكئات على عارضة وكانت انظارهن متوجهة بترقب نحو جهة واحدة لربما لمشاهدة عرض ما وعلى ما يبدو في مناسبة خاصة محاولة من الفنان لتقديم مشهد كلاسيكي قديم لاحد ليالي السهرات الباريسية. على اعتبار ان العمل إشارة لفرنسا ولكي يضمن نقل المتلقي الى تلك الحقبة التاريخية القديمة من خلال العمل، لهذا كان التركيز على شكل الفساتين والاقراط وتسريحات الشعر، فمقدمة العمل تمثل الموضوع الرئيسي وفي الخلف فضاء اسود مع بعض النقاط بلون مغاير لربما لإضافة حركة، وحتى لا يبتلع اللون الأسود المشهد او ليجعل التركيز على المقدمة. بعد ان اصبحت فرنسا من البلدان ذات الجنبه السياحية وقد اولت اهتماماً خاصاً للفعاليات والمهرجانات الفنية على اختلاف مظاهرها، وكذلك اشتهرت بوجود أماكن ترفيهية وثقافية كدور الاوبرا الراقية والسيرك والحانات والمراقص الرخيصة؛ لذلك اختار الفنان مفردة من هذه الاماكن وسيدات بمظهر معين وقد ابدى اهتمام خاص بالموضة كتسريحات الشعر وطريقة اللبس التي ميزت النساء الباريسيات في فترة زمنية سابقة عن غيرهن، لربما في إشارة واضحة الى فرنسا التي لطالما كانت و(لا زالت) ايقونة للموضة العالمية، وبحكم تقارب الفكرة العامة حول فرنسا بانها بلد الجمال والموضة والفن، فمن المرجح سيكون هناك جذب ذوقي اتجاه الاعمال التي تحمل مفردات ذات علاقة بفرنسا وبالأسلوب الفرنسي وبالذوق الفرنسي سيما ان هذا العمل قدم مشهد نساء فرنسيات بحلة معينة اشتهرت فيها فرنسا خلال حقبة زمنية سابقة، وترفع الفنان في هذا العمل عن الإشارة المباشرة لاي موضوع دعائي تسويقي لمفردة محددة، بل قدم تسويق للمفهوم والفكرة العامة. فالنساء موجودة في كل مكان الا ان ظهورهم بهذه الطريقة الجميلة والانيقة ضمن توليفة تشير الى فرنسا التي اشتهرت بهذا النمط من الموضة والنشاطات الفنية الترفيهية الذي قامت بتصديره للعالم، أراد الفنان منه إعادة التذكير بالذوق الفرنسي القديم الذي افتتن به بحكم ما رآه وما سمعه فرنسا من كون اثرت على الوافدين كما اثرت على فنانيها الأصليين وشكلت عامل جذب جمالي للجميع، فأصبح الكل يصورها بهذه الهيئة الجميلة او يشير لها بكل ما هو انيق وجذاب، فلا يمكن وصفها بغير ذلك حسب ذلك التصور. اما الدافع الذي جعل الفنان يختار موضوع ومفردات العمل هو كونه من الوافدين (internet/28) لفرنسا، وتأثر بسلطة جمالها لدرجة أراد تصدير وعرض الأفكار الفرنسية للأخرين عطفاً على مسألة الاستدراج الذوقي النابع من مدى تأثر الفنان بالذوق الفرنسي وشدة اعجابه به، لذلك مثل هذا الاعجاب سلطة على الفنان لكنها سلطة غير مباشرة.



### انموذج (3)

اسم الفنان: وانغ جوانجي

اسم العمل: ماو يلوح بالمرج الأسود

الخامة: طباعة على الفلين

سنة الإنجاز: 1989م

القياس: 80×120 سم

المصدر: (www.artsy.net)

يمثل العمل الفني بوستردعائي يحتوي مخطط لهيئة انسان من الخلف وبدون ملامح يلوح بيده ويحتل ثلثي اللوحة ويتمركز فيها وسطها وباللون الأصفر وعلى خلفية حمراء، بينما يحتل الثلث الأعلى من اللوحة مربع اسود اللون اخترقته خطوط بيضاء صغيرة، ونلاحظ استخدام الفنان علاقة ترابط ما بين الأحمر والأصفر مع تداخل لخطوط سوداء متقطعة وحروف انكليزية باللون الأبيض والأسود، مع تشكيلات هندسية تتداخل مع مفردات اللوحة وشكل الانسان الخالي من التفاصيل والتي تشير بوضوح الى هوية الزعيم الصيني (ماوتسي تونغ) الذي يعد ايقونة صينية في التاريخ الحديث. وقد اختار الفنان مفردات واضحة ومبسطة ودعائية في أن واحد موظفاً كل ما يرمز لدولته و انتمائه متفاخراً بهذا الانتماء ورموزه السياسية، فاختر هيئة ماوتسي تونغ وبهذا الحجم على حساب مساحة اللوحة إشارة الى الهيمنة السياسية لهذه الشخصية، وعلى الرغم من اختيار الفنان أسلوب التقليدي الصيني القديم لاختلاف الإلية في اختيار الاشكال واستخدام مفردات من تاريخ الصين الحديث دون العودة الى ارضها الحضاري، بل اكتفى بالصيغة الحالية للصين الحديثة. حيث توجه الفنان الى أحد الأساليب العالمية المعاصرة للوصول للعالم وهي واسلوب (البوت ارت) المعتمد على التأثير المباشر، من خلال بساطة علاماته لذلك يكون الفنان قد أراد إيصال فكرته بأسلوب قابل للفهم، ولا شك ان البوسترات الدعائية ذات التركيز العالي القائمة على الاختزال والتبسيط والرموز هي الأقرب لتحقيق غايته، لإيضاح ان الفكر الشيوعي والصين الحديثة على الرغم من كونها أحادية الفكر الا انها قابلة للانخراط وللفهم من قبل الاخرين وان وتكون جزءاً مهماً في المنظومة العالمية. ان موضوع العمل الفني على الاغلب يحمل في طياته دعاية سياسية بامتياز، قدمت بأسلوب بعيد عن التقاليد الخاصة بالرسم الصيني الا بفكرة البساطة، وان ارتباط العمل بالقومية الصينية حصل عن طريق الاستعانة بالمفردات والدلالات اللونية، فترجح الباحثة بانه لا يوجد دفع ذوق في أراد الفنان توجيه الناس نحوه بقدر ما هو ما انجذب الفنان نحو الذوق العام والمقبول سيما ان مجرد دعاية وتمجيد وتفاخر للصين وسياستها الحديثة بين المحافل العالمية فلا بد من الاعتماد على ما هو مقبول عالمياً. كذلك لم يتطرق الفنان للتسويق بمفردات خاصة سواء محلية او عالمية تدل أي مفهوم تجاري، الا انه احتوى على فكرة التسويق السياسي التي مفادها بأن الصين ذات قوة تنظيمية عالية مرتكزة على مخططات الفكر الشيوعي والثورة الماوية بدلالة التكوينات الهندسية الموزعة على مساحة المنجز الفني. تميل معظم الأنظمة السياسية أحادية الفكر ومنها الشيوعية الى استخدام الفن للتعبئة السياسية، وذلك ما بدى واضحاً من خلال ما هو موجود في العمل الفني من مفردات، كالألوان والرموز والشخصيات ذات الخصوصية الأيديولوجية. ولكن على الاغلب هي بداعي التسلسل المباشر عليه، مما جعلها نابعة من التزام الفنان وانتمائه و ايمانه بما يحمله الفكر الاشتراكي، لذلك لم يستخدم أسلوب صيني تقليدي بل أراد التباهي في انتمائه وبصيغة عالمية.

انموذج (4)

اسم الفنان: ايريك بولاتوف

اسم العمل: روسيا في باريس

الخامة: زيت على كانفس

سنة الإنجاز: 1992 م

القياس: 154× 220 سم

المصدر: (www.artnet.com)



يمثل العمل صورة لشوارع تنتشر فيه السيارات ذهاباً و اياباً، يحتل التكوين الثلث الأسفل من اللوحة ليصل الى اخر امتداد نقطة الثلاثي، في مناخ ضبابي يخيم على

الجو العام في اللوحة ربما إشارة قصدية من الفنان، في حين ترك ثلثي اعلى اللوحة عبارة عن فراغ بقصدية لكي يبرز العلم في اعلى يمين اللوحة، وعلى جانبي الشارع أعمدة كهربائية ورايات متزينة بالعلم الروسي والفرنسي بالتعاقب، وفي امتداد الطريق ثمة عدد من البنائيات التي بالإمكان تصنيفها كأنها ابنية حكومية او قصور مزينة بقباب واعمدة تعلوها نماذج نحتية مذهبة. لذلك فالهيئة العامة والأجواء تمثل مشهداً لمساحة ذات خصوصية رسمية تتمتع بدرجة واضحة من التنظيم والفخامة. وقد قدم الفنان خلال العمل استعارات عدة تشير الى انتمائه واهمها هي صورة العلم الروسي الحديث بعد تفكك الاتحاد السوفيتي عام 1991، ويلاحظ اظهار الفنان اللوحة بصورة ضبابية لربما ايحاءاً لأجواء روسيا الباردة واختيار مكان فرنسي يحمل تسمية امبراطور روسي. اعتمد الفنان الأسلوب الواقعي والذي غالباً ما تميز به الفن الروسي المتمثل بالواقعية الاشتراكية، على الرغم من تنفيذ الاجواء الضبابية التي توجي الى حد ما بأسلوب الانطباعيين على وجه التحديد في بعض من أعمالهم الترويجية لفرنسا فالفنان لعب على نقطتين: استخدام الأسلوب الشائع الذي يميز الفن الروسي ولكن بروح الانطباعية الفرنسية، فلم يكن الامتزاج في العلامات والمشهد بل حتى اسلوبياً نتيجة انتقال الفنان الى باريس فترة من الفترات (11/internet)، لذلك نلاحظ المزاجية الروسية الفرنسية في المنجز الفني وعليه قد توصل الفنان الى تمازج ذوقي ما بين العالمية ومحليته، ولم يبحث عن المقاربة الذوقية للأخرين اتجاه أسلوبه المحلي. اما فكرة التسويق فهنا أراد الفنان الترويج السياسي لبلده بعد التغيرات التي طرأت عليها ودخولها للعالم مرحباً به وخصوصاً ان المشهد كأنه لشارع معد لبروتوكولات الاستقبال الرسمية وللإحياء بالفخامة باستخدام التماثيل على جانبي الممران تقديم روسيا بهذا التنظيم والصورة المنمقة للأخرين لابد ان هناك دو افع ورائها، لربما منها تأثير سلطة انتماء الفنان الشخصي، لذلك تعتمد اظهار الجانب الجميل من دولته عطفاً على تأثير الدولة حتى وان كان بصورة غير مباشرة، لان روسيا من البلدان الاشتراكية المبنية على فكر محدد يشجع مبدأ التعبئة والتعنصر والانحياز الشديد للبلد.

## النتائج والاستنتاجات

### النتائج:

- تبين السعي الفني نحو التقريب الذوقي مع السياق العالمي عموماً، من خلال اعتناق الفنان للأساليب المعاصرة، كما في النماذج (1، 2، 3)، مما يكشف ان الفنانين منساقون نحو هيمنة الذوق العالمي، او انهم يسيارونه على اقل تقدير.
- شكلت الاعمال الفنية في المركز الأمريكي واساليبها المعتمدة نقطة جذب للأخرين، بعدما حققت انموذجاً ذوقياً عالمياً، يشكل مادة جاذبة ويتفق الاخر على الاعجاب به. وهذا ما قدمه الانموذج (1).
- اعتمد الفنان في الانموذج (2) على كون باريس نقطة جذب عالمية للعديد من النواحي، بما فيها الجانب الفني، فأصبحت وجهة الفنانين من كل انحاء العالم، فالفنان الفرنسي المعاصر ولأجل إحياء هذه المكانة أراد ان يجذب المتلقين حول منطقته وذوقه الفرنسي الخالص.
- حققت النماذج (1، 2، 3، 4) تأكيداً على الهوية المحلية بالاعتماد على ما يملك من ارث حضاري وخصوصية محلية.
- لم يعتمد الفنان الا على المواضيع التي تظهر الجانب الدعائي الذي يبين جمال دولته ومواضيعها كما في النماذج (1، 2، 3، 4). وبذلك كان للانتماء حضور واضح في مخيلة الفنان.

### الاستنتاجات:

- بعض المراكز البائدة للأساليب الفنية، تقدم رسائلها غير الجمالية بشكل مباشر، وبعضها تحت قناع الصورة الفنية، ويعود ذلك لقوة المركز وحضوره العالمي.

- شكلت الخطابات غير الجمالية جزء متأصلاً في العديد من التجارب الجمالية وتشير الى ما هو اوسع من هوية الفنان واسلوبه الفردي.
- للخطابات غير الجمالية العديد من أذرع التمثيل، وتعتمد بشكل مباشر على عاطفة الفنان ليدافع عنها حتى مع جهلة بذلك.
- كانت الاعمال الفنية العالمية وفي العديد منها وسيطا دعائياً وترويجياً بغض النظر عن مدى ارتباطه الواضح مع المادة المراد منه الاعلان عنها.

#### التوصيات

- توصي الباحثة بضرورة التعريف بمسار توحيد الاذواق ضمن تدريس المواد التخصصية (التاريخ/ النقد/ علم الجمال) لما له من اهمية في توعية طلبة الفنون الجميلة لذلك المسار الموجه.
- كذلك توصي الباحثة بإقامة ندوات تخصصية مستمرة عن ذلك المسعى الخفي الذي يرافق النتاجات الفنية، يكون المشتركين فيه من التدريسيين في كليات الفنون الجميلة.

#### المقترحات

- انشاء دراسة عن (مسارات الاذواق الرجالية والنسائية في ظل العولمة: دراسة وفق الفن التشكيلي)
- انشاء دراسة عن (انعكاس الذوق الشرقي في نسخ التجارب التشكيلية الغربية).

### References

- Brooker, p. (1995). Modernism / Post modernism. (Trans) Alloub, A.W. V1. Dubai: Cultural foundation Publications
- Gulavani, S. S. & Kulkarni, M. . (2022). Role of social media in marketing in 21st century." Journal of the Maharaja Sayajirao University of Baroda", V.56. No.1, ISSN: 0025-0422
- Nawai, F.b. & Buslanam, H. (2022). Convergence of Cultures Through Social Media Sites & Community Security, V1. Aqlam Journa
- Pieterse, J. N. (2006). Globalization and culture, Global Mélange. (Trans.) Kasrawa. Egypt: Egypt: National Translation Center
- Rosenblatt, R. (2011). Consuming Desires: Consumption Cultur and The Pursuit of Happiness. V1, (Trans.) Abdul Razzak, L. Cairo : Cairo National Center of Translation
- Abboud, Z. J. (2021). The Technique of Digital Art & its Reflection among the Recipients. . 27, (112)Journal of The Faculty of Basic education, V
- Abdul Aziz, Z. (2000). The Game of modern art between freemasonry and America. Cairo: Cairo: Angelo Egyptian Publisher
- Abu Ayyash, S.D. (2015). Lexicon of Art terms, V2. Jordan : Jordan Noble publishers
- Al – Shidi, A.B.A. (2013). The Globalization of Culture and Thought Between Concept and Impact, V2. Riyadh: Riyadh, Madar AL-Watan publishers
- AL Fayrouz Abadi,. (2008 ). ALMuhyet Dictionary, v1. Cairo: Cairo.Dar ALHdith
- Al- Mubarak, A. (1973). Modern Artistic Trends According to the Theory of Herbert Read. Iraq: Iraq: Ministry of Information Publications
- Badawi, A. (1978). Social Science Dictionary, v2. Beirut: Beirut: Nasheron publishers
- Bumuner, K. (2010). Critical Theory of Frankfurt School from Max Horkheimer to Axel Honneth.v1. Algeria.Edtlons Ehkhtlef publisher
- Cohen, R. (2021). Reasons to Support the Arts in 2021((NAAPPD. <https://www.americansforthearts.org/by-program/reports-and-data/legislation-policy/naappd/10-reasons-to-support-the-arts-in-2021>
- Edman, I. (2020). Arts and The Man: A Short Introduction to Aesthetics. (Tran)Habeeb, M.A. Egypt: Egypt: Arab Press Agency
- G. o. (2004). Majam AL-Wasit. vd4, Egypt

- Grzegorz.K. (2012). Truth, Errors, and Lies Politics and Economics in A Volatile World(Trans.) Salah Eldin. Egypt: Egypt, Hindawi foundation
- Hamad, D.A. (2012). The Impact of Cultural Globalization on The Citizens of AL-Diffa AL -Garbeya. Unpublished M.A. Thesis. Nablus. Palestine
- Hamida, B.Y.& Abdul Majeed. (2020). he Role of Social media Sites on The Consumers Purchasing Decision Via Internet: A Study of a Sample of Algerian Consumers Via Social media sites Journal of Economic Reformst. Integration into The World Econ
- Ibn Manzur. (1981). Lisan Al Arab v1. Egypt: Dar Al Maaref.Cairo. Egypt
- Ibrahim, Z. (1973). Artist and Human Studies in Aesthetics and Philosophy of Art. Cairo, Gharib Library
- Khayat, Y. (1950). Dictionary of Scientific and Technical Terms,. Beirut: Beirut, Dar Laysan AL-Arab
- Khresan, B. (2006). A Study in The Western Cultural Project. Damascus, Dar Al – Fikr
- Lodi ,M . (2023). How the Ugliest Shoe on the Market Became the Coolest (and Most Comfortable) Footwear You Could Possibly Own. <https://www.wellandgood.com/crocs-history>
- Malouf. (1956). Al- Monged fe Al- Lughha.v19. Beirut: Beirut, Catholic
- Muller, J, Elgar, F. (1988 ). A Century of Modern painting. Baghdad: Dar Al-Mamoun for translation and publishing
- Mustafa, B. (2017). Droob ma ba'ad Al Hadatha. Egypt, Hindawi publisher
- Nadaraja, R. and Yazdanifard, R. (2014). Social media marketing: advantages and disadvantages. ResearchGate
- Nasser, A., (2010). Art and Authority. V1., Dohaa: Dohaa, Qatar: Ministry of Culture, Arts & Heritage
- Newmeyer, S. (1960). The Story of Modern Art. (trans.) Younan,R. Cairo : Angelo -Egyptian Library
- Nye, J.S& Donnahue, J.D. (2002). Governance in A Globalizing World. (trans) Al- tareh. Saudi Arabia: Saudi Arabia AL-Obeikan
- S. M.-A. (2007). Postmodernism: Its Manifestations and Criticisms. Morocco: Tubkal publishing
- Saliba, j. (1982). Majaam AL falsify. V.1. Beirut. Lebanon: Dar Al-Kitab Al- Lubnani
- Tungate, Mark . (2021). The Story of Santa Claus, Coca-Cola and Haddon Sundblom,branding in asia. <https://www.brandinginasia.com/hacking-santa-the-story-of-santa-claus-and-coca-cola>
- [www.artfinder.com](http://www.artfinder.com). n.d
- [www.artnet.com](http://www.artnet.com).n.d
- [www.artsy.net](http://www.artsy.net). n.d
- [www.okharris.com](http://www.okharris.com). n.d