

رسانه‌های معاصر: بین تبادل دانش و انتقال تجربیات هنر تجسمی*

سمیر فاروق حسنین عفیفی**

مترجم: طاها صنیع‌زاده***

۱. دانشجوی دکتری تخصصی تاریخ تطبیقی و تحلیلی هنر اسلامی، گروه مطالعات عالی هنر، دانشکده هنرهای تجسمی، دانشکدگان هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

پیشگفتار مترجم

بدون تردید یکی از معضلات کنونی جامعه علمی و دانشگاهی در منطقه غرب آسیا، فقدان ارتباط مؤثر علمی میان پژوهشگران کشورهای پیشستاز در آن است. به‌طور سنتی برخی کشورهای عربی مانند مصر و سوریه در زمینه پژوهش‌های حوزه هنر دارای جایگاه ویژه‌ای بوده‌اند؛ اما تبادلات علمی، فرهنگی و هنری میان جوامع دانشگاهی ایران و این کشورها متناسب با ظرفیت‌های موجود نیست. شاید مهم‌ترین شاهد بر این مدعا، تعداد قلیل کتب و مقالات علمی و هنری است که در طول سالیان اخیر از زبان عربی به فارسی و یا برعکس ترجمه شده‌اند. همچنین تمایل کمتری در میان محققان ایرانی برای رجوع به منابع علمی جهان عرب و آگاهی از جدیدترین یافته‌های پژوهشگران آن، نسبت به منابع لاتین، به‌چشم می‌خورد. در این راستا، دغدغه مترجم بر آن است که بتوان از طریق ترجمه منابع علمی و هنری از زبان عربی به فارسی، بابی در ارتباطات فرهنگی میان ایران و کشورهای عربی گشود. مقاله حاضر، به چند جهت دارای اهمیت است:

نخست آنکه موضوع آن (یعنی رسانه و ظرفیت آن در حوزه آموزش هنر)، جدید و به‌روز است و می‌تواند مورد استفاده هنرمندان و هنرپژوهان ایرانی قرار گیرد. دوم، انجام پژوهش توسط یکی از اساتید حوزه هنر در کشور مصر است که به جهت ملازمت پژوهش با فضای دانشگاهی و تکیه بر نظریات علمی در حوزه رسانه، نتایج آن را درخور توجه نموده است. سوم، همراهی بُعد عملی این پژوهش که آن را از یک تحقیق نظری صرف به یک پژوهش کاربردی تبدیل کرده و تجارب حاصل از آن می‌تواند در آموزش دانشگاهی هنر در کشور مورد توجه قرار گیرد؛ و در نهایت آنکه این پژوهش می‌تواند زمینه‌ای جهت آشنایی پژوهشگران ایرانی با یافته‌های علمی جهان عرب در حوزه هنر و رسانه باشد. در ترجمه متن پیش رو، کوشش بر آن بود تا از ترجمه تحت‌اللفظی اجتناب و با درنظر گرفتن وفاداری به متن، برگردان فارسی تا حد امکان روان و قابل فهم باشد؛ همچنین تلاش شد تا برای برخی واژگان تخصصی که معادل عین‌به‌عین آن در زبان فارسی موجود نیست، نزدیک‌ترین معادل استفاده شود.

* مقاله پژوهشی حاضر در زبان اصلی (عربی) با عنوان «الإعلام المعاصر: بین تداول المعرفة ونقل خبرات الفن التشكيلي» (2021) در نشریه بحوث فی التریبه الفنیه و الفنون متعلق به دانشگاه حلوان در مصر منتشر گردیده است.

Doi: 10.21608/SEAF.2021.145671

** استادیار نقد و تحلیل هنری، دانشکده آموزش هنر، دانشگاه حلوان، حلوان، مصر
*** taha.sanizadeh@ut.ac.ir

چکیده

بدون تردید مهم‌ترین ویژگی عصر پسا فناوری در حوزه ارتباطات، علاوه بر حذف محدودیت‌های فیزیکی، کاستن از نیاز به زمان و مکان است. امری که سبب ایجاد یک انقلاب اطلاعاتی بی‌پایان شده است. افزایش ژرفای سواد فرهنگی در مخاطب آثار هنر تجسمی دیگر تنها به تقویت تجربه از طریق دانش‌اندوزی محدود نمی‌شود؛ بلکه تعامل مستقیم و ارتباط با جامعه هنری به واسطه استفاده از رسانه‌های معاصر، نقش فعالی در ساحت آفرینش و گسترش هنر تجسمی (در شاخه‌های هنری متنوع) ایفا می‌کند. هرچه دانش مخاطب درباره تاریخ هنر، سبک‌ها

روش‌ها و تکنیک‌های مختلف آن افزون‌تر باشد فرهنگ او عمیق‌تر شده و تجربه‌اش افزایش می‌یابد و این امر به او توانایی رسیدن به مراحل بالاتر در حوزه درک و تحلیل هنری را می‌دهد. به این ترتیب، زمانی که فرایندهای فنی و ذهنی را که هنرمند در هنگام خلق اثر هنری خود طی می‌کند، به واسطه رسانه ثبت (و به مخاطبان منتقل) می‌گردد، رسانه می‌تواند دانش را به چیزی ملموس (برای مخاطبان) تبدیل کند. این امر به رشد درک هنری و ارتقای آگاهی زیبایی شناختی فرد و جامعه کمک می‌کند.

این پژوهش به دنبال تبیین چگونگی بهره‌گیری از رسانه‌های معاصر به عنوان پایگاه دانشی مهم در هزاره سوم، در گسترش و انتقال تجربیات هنر تجسمی محلی و جهانی است. همچنین در پی تشریح امکاناتی است که رسانه‌ها از طریق این ارتباط هنری بی‌پایان برای توسعه برنامه‌های درک و تحلیل هنری ارائه می‌دهند؛ موضوعی که به واسطه فرآیند ارتباط متقابل بین عموم مخاطبان هنر - به ویژه دانشجویان هنر تجسمی - و فعالیت‌های هنری متنوعی که در اینترنت برگزار می‌شود ممکن شده است. بنابراین، مطالعه حاضر تلاشی برای نمایش جایگاه رسانه‌های معاصر در ارتقای دانش زیبایی شناختی در بین تعداد فراوانی از مخاطبان اینترنت است. اهمیت این پژوهش در آن است که می‌تواند در زمینه رشد فرهنگ بصری، بهبود فرصت‌های یادگیری برای مخاطب و یافتن راه‌حل‌ها و رویکردهای جدید در جهت کمک به مخاطب در درک عمیق‌تر آثار هنر تجسمی، نقش آفرینی کند. به این منظور، تجربه عملی مرتبط با برنامه درسی دانشجویان سال پنجم دانشکده «آموزش هنر» انجام شد که بر تعیین نقش رسانه‌ها و ارتباط آن‌ها با انتشار تجربیات هنر تجسمی در پرتو تغییرات فرهنگی معاصر، با استفاده از مهارت‌های ارتباط زبانی بصری و فناوری رسانه‌ها تمرکز دارد. این رویکرد به دانشجو امکان دسترسی به بیشترین میزان اطلاعات متناسب با توانایی‌ها و سطح عملکردش را می‌دهد، و درک بهتری از ابزارها و تکنیک‌های هنرمندان را در بیان ایده‌هایشان با روش‌های مختلف فراهم می‌کند.

این موضوع نقش مؤثری در تشویق بسیاری از دانشجویان دارد و به آن‌ها امکان می‌دهد تا (در حوزه درک هنر) به عمق بیشتری بروند و تجربه و کشف کند؛ به گونه‌ای که بهبود مستمر آن‌ها را تضمین کند و آن‌ها را به حوزه‌های دانشی مختلف مرتبط سازد. به این ترتیب، یک توسعه فرهنگی بصری شکل می‌گیرد که به دنبال ارتقای جامعه است و به نوبه خود بر فرآیند توسعه انسانی در حوزه آموزش تأثیر می‌گذارد. این امر به افزایش درک مخاطب از فرهنگ تجسمی مصر و جهان کمک می‌کند.

واژگان کلیدی: رسانه‌های معاصر، تبادل دانش، هنر تجسمی.

مقدمه

عصر حاضر با پیشرفت سریع و همه‌جانبه فناوری متمایز می‌شود؛ امری که که بر رسانه‌ها و به ویژه رسانه‌های اجتماعی^۱ تأثیر گذاشته است. این پیشرفت‌ها مسئولیت مستقیم مؤسسات آموزشی را در آماده‌سازی دانشجویان برای مواجهه با چالش‌های عملی و همگامی با این پیشرفت‌های عظیم افزایش داده است. این امر نیاز به تغییر در روش‌های تدریس و ایجاد راه‌های جدید برای کسب اطلاعات فراتر از روش‌های سنتی دارد. رسانه‌های نوین وظایف بنیادینی دارند که به مواجهه با چالش‌های روزگار و تحولات اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی کمک می‌کنند. به دلیل اهمیت این رسانه‌ها، مؤسسات آموزشی سرفصل‌های درسی برای آموزش اهمیت رسانه‌ها در انتقال اطلاعات و مفاهیم ایجاد کرده‌اند. این رسانه‌ها با استفاده از عناصر بصری، صوتی و متحرک، معنای جدیدی به پیام‌های ارتباطی می‌دهند که با روش‌های سنتی متفاوت است. بدون تردید هنر در ساده‌ترین شکل خود، ابزاری برای ارتباط و انتقال تجربیات عاطفی است. این یکی از مهم‌ترین اصولی است که رسانه‌های معاصر بر آن استوارند. از این طریق اکنون می‌توان به بزرگ‌ترین نمایشگاه‌های هنری مجازی دسترسی پیدا کرد و آثار هنری بی‌شماری را مشاهده کرد. این آثار هنری امکان آشنایی با فرهنگ‌های متنوع و متفاوت را در کمترین زمان ممکن فراهم می‌کنند و منجر به ظهور رویدادهای ویژه‌ای در زمینه ادراک دیجیتال از طریق اینترنت می‌شوند. بنابراین، پژوهشگر (نگارنده) بر این باور است که تدریس دروس تاریخ هنر، نقد و ادراک هنری، به ویژه درس «هنر در رسانه‌ها»، به دانشجویان سال پنجم دانشکده «آموزش هنر» در رشته «فرهنگ‌سازی با هنر»، این فرصت را به آنان می‌دهد تا از مهارت‌ها و امکانات رسانه‌های معاصر و فناوری اطلاعات به گونه‌ای استفاده کنند که به ایجاد انگیزه در دانشجویان هنر برای یادگیری ادراک هنری به شیوه‌ای عمیق‌تر کمک کند. همچنین، این امر جنبه‌های حسی و عاطفی آن‌ها را ارضا کرده و آن‌ها به نحو مؤثری داده‌ها را دریافت می‌کنند.

رسانه‌های معاصر: بین تبادل دانش و انتقال تجربیات هنر تجسمی

- ایجاد یک الگوی جدید در استراتژی آموزش و یادگیری در موضوعات ادراک هنری.

- ارتقای سطح درک، توانایی درونی نقد و سطح فرهنگی و هنری دانشجویان و کسب تجربه زیبایی‌شناختی مناسب توسط آن‌ها.

اهمیت پژوهش

- این پژوهش در یافتن راه حل‌ها و رویکردهای جدید برای تقویت ادراک هنری می‌کوشد، که به افزایش ادراک مخاطب و بهبود فرصت‌های یادگیری کمک می‌کند.

- استفاده از شبکه اینترنت در توسعه برنامه‌های ادراک هنری.

- بررسی فضای مجازی به عنوان یک موجودیت موازی با واقعیت و مسائل پیرامون آن.

- این پژوهش به افزایش کارایی و اثربخشی سیستم‌های آموزشی کمک می‌کند و در گسترش آگاهی مرتبط با فناوری اطلاعات نقش دارد؛ در نتیجه، در تربیت نیروی انسانی مورد نیاز جوامع در عصر حاضر موثر است.

- رسانه‌ها، به ویژه شبکه‌های اجتماعی، به عنوان ابزار فرهنگی مؤثری برای تبادل اطلاعات پیرامون دستاوردهای علمی و هنری (جامعه) عمل می‌کنند.

محدوده پژوهش

- این پژوهش محدود به بررسی نقش‌هایی است که رسانه‌های معاصر می‌توانند به عنوان پایگاهی برای تبادل دانش و انتقال تجربیات در زمینه هنرهای تجسمی ایفا کنند؛ این امر در چارچوب سرفصل واحد درسی «هنر در رسانه‌ها» تعیین شده که در برنامه درسی سال آخر مقطع کارشناسی دانشکده «آموزش هنر» دانشگاه حلوان مصوب شده است.

- نمونه آماری به دانشجویان سال پنجم دانشکده «آموزش هنر» در رشته «فرهنگ‌سازی با هنر» (که در سرفصل دروس مصوب دانشکده حلوان برای دانشجویان سال آخر دوره کارشناسی تصویب شده) محدود می‌شود، تا اطلاعات لازم برای دستیابی به اهداف این مطالعه جمع‌آوری شود.

روش‌شناسی مطالعه

این تحقیق بر روش توصیفی-تطبیقی تکیه دارد تا به نقش رسانه‌ها به عنوان پایگاهی برای تبادل دانش و انتقال تجربیات در تولید و گسترش هنرهای تجسمی و غنی‌سازی ادراک هنری دست یابد.

۱- رسانه‌های معاصر

جامعه جهانی شاهد تغییراتی فرهنگی است که ناگزیر رخ داده‌اند و رسانه‌ها در این تغییرات نقش اصلی و مهمی ایفا می‌کنند. این تغییرات ناشی از فناوری‌هایی است که به تمام جنبه‌های زندگی نفوذ کرده‌اند؛ از جمله می‌توان از گسترش نقش شبکه اینترنت، گسترش فضاهای مجازی متنوع و ادغام و تداخل آن‌ها با جهان واقعی یاد کرد. این فناوری‌ها «فرهنگ الکترونیکی» را شکل داده‌اند

این روش، متفاوت از روش‌های سنتی تدریس (مانند سخنرانی) که بر حفظ و تکرار و ساده‌سازی اطلاعات تکیه دارند خواهد بود. بنابراین، دانشجو باید خود به گفت‌وگو بپردازد و تغییرات را با چشمان خود درک کند. این امر نسلی آگاه و دارای دانش بصری ایجاد می‌کند که می‌تواند عمیق و با تسلط درباره تجربیات شخصی (هنری) خود صحبت و آن‌ها را توصیف کند؛ چرا که فرصت بحث، گفت‌وگو، تصور و تجربه مراحل آفرینش هنری را داشته است. از این رو، مطالعه حاضر تلاش می‌کند تا نقش هنر در رسانه‌ها را کشف کرده و آن را در پرتو تحولات مفاهیم هنر و زیبایی برای توسعه مهارت‌های تحلیل و ادراک هنری در میان دانشجویان هنر، از طریق تبادل دانش و انتقال تجربیات هنرهای تجسمی، عمق بخشد. این مهم، به واسطه راه حل‌های نوآورانه‌ای انجام می‌شود که دانشجو را به فردی فعال، پویا و در تعامل با اثر هنری تبدیل می‌کند. همچنین باعث می‌شود او بیش از پیش به فهم (از هنر) برسد، به ادراک هنرهای تجسمی و فرهنگ بصری دست یابد و در مواجهه با اطلاعاتی که دریافت می‌کند و با آن‌ها تعامل دارد، به منتقدی آگاه‌تر تبدیل شود.

مسئله پژوهش

مسئله پژوهش در دو سوال زیر مطرح می‌شود:

- چگونه می‌توان از رسانه‌های معاصر به عنوان پایگاهی برای تبادل دانش و انتقال تجربیات هنرهای تجسمی بهره برد؟
- رسانه‌های معاصر چه نقشی می‌توانند در ایجاد محیطی تعاملی ایفا کنند تا به توسعه ادراک هنری و گسترش فرهنگ بصری در میان مخاطبان هنر به‌طور عام (و دانشجویان هنرهای تجسمی به‌طور خاص) کمک کند؟

فرضیه‌های پژوهش

- رسانه‌های معاصر به عنوان پایگاهی برای تبادل دانش و انتقال تجربیات، نقش مؤثری در گسترش فرهنگ و تجربیات هنرهای تجسمی مصر در سطح محلی و جهانی ایفا می‌کنند.
- در بخش کاربردی و عملی پژوهش، رسانه‌های معاصر به عنوان یک نظام موازی و محیطی برای تعامل و ارتباط هنری، به توسعه فرهنگ بصری و همچنین ادراک هنری در میان مخاطبان هنر به‌طور عام -و به ویژه دانشجویان هنرهای تجسمی- کمک می‌کنند.

اهداف پژوهش

- بهره‌برداری عمیق‌تر از امکانات نوین رسانه‌ها در توسعه هنرهای تجسمی محلی و جهانی.
- توسعه برنامه‌های ادراک و تحلیل هنری، در پرتو امکاناتی که رسانه‌های معاصر (از طریق فرآیند ارتباط متقابل بین مخاطب و رویدادهای هنری که در اینترنت برگزار می‌شوند)، ارائه می‌دهند.
- حمایت از توسعه دروس بخش نقد و تحلیل هنری با استفاده از فناوری‌هایی که به ایجاد یک محیط تعاملی کمک می‌کنند و باعث می‌شوند روش‌های تدریس با تغییرات و تحولات عصر حاضر همگام شوند.

و همچنین شبکه‌های اجتماعی مانند فیسبوک، یوتیوب، توئیتر، اینستاگرام و سایر پلتفرم‌ها تکیه دارند که تأثیر مهم و مؤثری در جوامع معاصر دارد. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از بارزترین جلوه‌های رسانه‌های معاصر، این فرصت را برای مخاطبان فراهم کرده‌اند که در تولید برنامه‌های رادیویی یا تلویزیونی مورد علاقه خود - مثلاً با ارائه پیشنهادهای به تهیه‌کنندگان برنامه یا مشارکت در طرح سؤالات برای مهمان برنامه - مشارکت کنند؛ اصطلاح «رسانه‌های اجتماعی» به استفاده از فناوری‌ها و تکنیک‌های اینترنت همراه، مانند تلفن همراه^۴ برای تبدیل ارتباطات به یک گفت‌وگوی تعاملی اشاره دارد. اندریاس کاپلان^۵، متخصص فناوری اهل آلمان، و مایکل هانلین^۶، متخصص فرانسوی، رسانه‌های اجتماعی را این‌گونه تعریف کرده‌اند: «مجموعه‌ای از برنامه‌های کاربردی اینترنتی که بر پایهٔ ایدئولوژی و فناوری وب ۲.۰ ساخته شده‌اند و امکان ایجاد و تبادل محتوای تولیدشده توسط کاربران را فراهم می‌کنند» (ویکی‌پدیا، ۲۰۲۰). شبکه‌های اجتماعی اینترنتی پس از این به‌عنوان رسانهٔ اجتماعی آزاد جدید یا رسانهٔ جایگزین شناخته شدند. این شبکه‌ها شاهد رشد و گسترش چشم‌گیری هستند و از یک ایدهٔ مجازی که ارتباطی با واقعیت نداشت، به ابزاری رسانه‌ای تبدیل شده‌اند که تقریباً در هر لحظه مورد استفاده قرار می‌گیرند. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان رسانه‌های مستقیم و بدون محدودیت در زمینهٔ انتشار داده شناخته می‌شوند جایی که همه می‌توانند فرستنده و گیرنده باشند؛ برخلاف رسانه‌های سنتی که رسانه‌های واسطه‌ای هستند و به‌شکل ارسال پیام به سمت دریافت جمعی عمل می‌کنند. افراد از شبکه‌های اجتماعی برای انتقال اطلاعات، تبادل ایده‌ها و تجربیات و ارتباط فرهنگی استفاده می‌کنند، که این امر به غنای ذهن و فرهنگ مخاطب کمک می‌کند و ذوق عمومی را پرورش می‌دهد. از این طریق، حجم دانش در میان عموم مردم افزایش می‌یابد و کیفیت علم و فرهنگ بهبود پیدا می‌کند. تبدیل اطلاعات به دانش هدفی است که کاربران اینترنت به دنبال آن هستند و تحولی که پس از آن رخ می‌دهد، انتقال از جامعهٔ اطلاعاتی به جامعهٔ دانش‌محور است. این تحول منجر به ایجاد فرهنگی پویا از تفکر و خلاقیت می‌شود که ارتباط بین مخاطب و هنرمند را تسهیل و تبادل ایده‌های هنری را ممکن می‌سازد؛ امری که به نوبهٔ خود به توسعهٔ فرهنگ هنری کمک می‌کند. به این ترتیب، رسانه‌های معاصر از طریق توسعهٔ جنبه‌های آموزشی و شناختی، در فرآیند پیشرفت جامعه مشارکت می‌کنند.

۲-۱ رسانه‌های معاصر و تبادل دانش

پیشرفت‌های سریع فناوری باعث تغییر راه‌های ارتباطی بین افراد شده است؛ به‌طوری که بیشتر افراد به فناوری اینترنت و تلفن همراه علاقه‌مند و مسلط شده‌اند. این دو قدرتمندترین نیروهای فناورانه در جهان فناوری اطلاعات و ارتباطات مدرن هستند.

و ایدهٔ «جامعه اطلاعاتی» را به وجود آورده‌اند که به فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات متکی است. رسانه‌ها در معنای معاصر خود، به‌عنوان منبع مهمی برای آگاهی‌بخشی، تشکیل اندیشه و ارزش‌های زیبایی‌شناختی تلقی می‌شوند و تأثیر زیادی در فرآیند شکل‌گیری دانش زیبایی‌شناختی و هنری دارند؛ چرا که اکنون در دسترس تمامی اقشار و طبقات جامعه قرار گرفته‌اند. علاوه بر این، رسانه‌ها در شکل‌گیری علایق و تمایلات افراد نیز تأثیرگذارند. رسانه‌ها «همهٔ فناوری‌ها و ابزارها را ادغام می‌کنند؛ ابزار آن‌ها همهٔ عناصر اجتماعی است؛ واژگان چاپ‌شده، صداها، تصاویر، آیکون‌ها و رنگ‌ها. آن‌ها مرزها و تقسیم‌بندی‌های سخت و انعطاف‌ناپذیر قدیمی بین فرهنگ محلی و جهانی را از بین می‌برند» (همشری، ۲۰۱۲، ۵۷). این ویژگی‌ها اهمیت رسانه‌ها را در فرآیند توسعه کشورها و جوامع انسانی نشان می‌دهد. «فرهنگ دیجیتال به‌عنوان مفهومی جدید و پیچیده تلقی می‌شود که در آن فرایندهای دیجیتال امروزی به‌طور فزاینده‌ای با جهان فرهنگ و هنر در هم تنیده شده‌اند؛ از جمله، می‌توان از جنبه‌های مختلف هم‌گرایی بین فرهنگ‌ها، رسانه‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی، و تأثیر بر اشکال جدید ارتباطات یاد کرد. بنابراین، امروزه باید فرهنگ را به‌عنوان فرآیندی باز و پویا درک کرد که بر ارتباطات تعاملی متکی است و نمی‌توان آن را به‌عنوان یک سیستم بسته در نظر گرفت. فناوری اطلاعات و ارتباطات، به‌ویژه اینترنت، ابعاد جدیدی را از طریق تغییر رابطه ما با جهان دانش ایجاد کرده است» (Uzelac, 2008, 4).

۱-۱ ابزار رسانه‌های معاصر

به‌طور کلی، رسانه به تمامی روش‌ها و ابزارهایی اطلاق می‌شود که اطلاعات را به عموم مردم منتقل می‌کنند؛ مانند رادیو، تلویزیون، روزنامه، مجلات، کتاب‌ها، سینما، تبلیغات و اخیراً شبکه‌های اجتماعی که به یکی از مهم‌ترین نهادهای مرجعی تبدیل شده‌اند که در شکل‌گیری شخصیت، افکار و ارزش‌های جوانان تأثیرگذارند. رسانه‌های دیداری، خواندنی و شنیداری به‌عنوان منبع مهمی برای آموزش و راهبری در هر جامعه‌ای محسوب می‌شوند و با وجود تفاوت در علایق و سطح فکری و اجتماعی مخاطبان، تأثیر زیادی بر آنان دارند. رسانه‌ها یکی از عناصر اصلی در شکل‌دهی به فرهنگ جامعه هستند. رسانه‌های معاصر شاهد تحولات تکنولوژیکی بزرگی بوده‌اند که همراه با جهشی عظیم، ارتباطات را از طریق اینترنت به شکل تعاملی و گسترده ممکن ساخته‌اند. رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون یا رادیو، دیگر به‌عنوان منابع اولیه اطلاع‌رسانی محسوب نمی‌شوند؛ بلکه منابع و ابزارهای رسانه‌ای الکترونیکی ظهور کرده‌اند که با زبان رسانه‌های معاصر^۲ کار می‌کنند. این رسانه‌ها با انقلاب اینترنت پدیدار شدند و بر فناوری‌های جدیدی مانند فروم‌ها^۳ و وبلاگ‌ها در شبکهٔ اینترنت

رسانه‌های معاصر: بین تبادل دانش و انتقال تجربیات هنر تجسمی

و انتظارات فرهنگی، نیازهای روحی و دیدگاه‌ها قرار دارد. این فرضیات بر واکنش‌های مخاطب به پیام‌های رسانه‌ای تأثیر می‌گذارند. بنابراین، فرایندهای انتخابی که برای مخاطب در مواجهه با رسانه‌ها رخ می‌دهد عبارتند از:

- مواجهه‌گزینی: تمایل افراد به جلب توجه آن‌ها توسط پیام‌های رسانه‌ای است؛ به‌طوری که احساس می‌کنند این پیام‌ها ممکن است با مواضع و جهت‌گیری‌های آن‌ها هماهنگ باشد.

- ادراک‌گزینی: بازسازی ذهنی و روانی پیام رسانه‌ای است؛ به‌نحوی که معانی آن با باورها، مواضع و جهت‌گیری‌های دریافت‌کنندگان آن پیام‌ها هماهنگ شود.

- به‌خاطر سپردن‌گزینی: فرآیندی است که در آن دریافت‌کننده تمایل دارد اطلاعات را به‌گونه‌ای بهتر و برای مدت طولانی‌تر به‌خاطر بسپارد که با مواضع، جهت‌گیری‌ها و ترجیحات آن‌ها هماهنگ باشد.

- دخل و تصرف‌گزینی: به معنای هدایت دریافت‌کننده به سمت عمل است، در حالی که آزادی عمل در نحوه رفتار را حفظ می‌کند.

بنابراین، یادگیری اجتماعی از طریق رسانه‌ها در یک یا همه حوزه‌های یادگیری از طریق مشاهده اتفاق می‌افتد. فرد از رسانه‌ها رفتارها، افکار و ویژگی‌ها را می‌آموزد؛ و از تمام فرایندهای شناختی و روانی که از طریق آن‌ها یادگیری اتفاق می‌افتد (مانند توجه، به‌خاطر سپردن، تکرار و انگیزه) استفاده می‌کند.

۱-۲-۲-۲-۱ نظریه انتشار نوآوری‌ها^۹

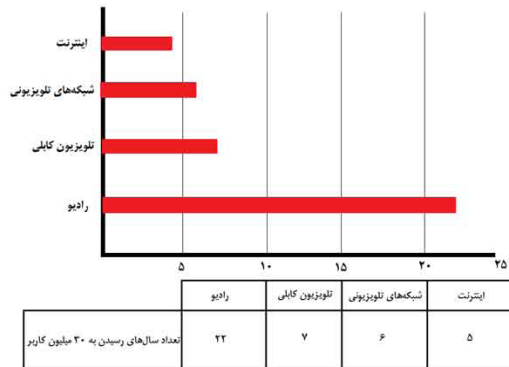
این نظریه توسط دانشمند آمریکایی اورت راجرز^{۱۰} در سال ۱۹۶۲ در کتابش با عنوان «انتشار نوآوری‌ها» مطرح شد. فرضیه این نظریه بر آن است که رسانه‌ها در افزایش دانش درباره نوآوری‌ها مؤثرتر هستند، در حالی که کانال‌های ارتباط شخصی در شکل‌گیری مواضع درباره نوآوری جدید مؤثرتر عمل می‌کنند. بر اساس این نظریه، «وجود نوآوری‌های جدیدی که به نظام اجتماعی وارد می‌شوند ممکن است با گذشت زمان به پذیرش تدریجی بینجامد. این امر بسته به مجموعه‌ای از متغیرها و شرایطی است که به آن محیط اجتماعی که این نوآوری‌ها به آن وارد می‌شوند، تعلق دارد» (Britannica, 2020). نظریه انتشار نوآوری‌های راجرز یکی از نظریه‌های اساسی در عصر مدرن است که به پدیده پذیرش اختراعات جدید توسط جوامع می‌پردازد. منظور از انتشار، فرآیندی است که از طریق آن، دانش درباره یک نوآوری یا اختراع از طریق چندین کانال ارتباطی بین افراد در یک نظام اجتماعی منتشر می‌شود. راجرز دریافت که رابطه‌ای بین انتشار نوآوری‌ها و وقوع تغییرات اجتماعی وجود دارد. میزان انتشار نوآوری‌ها به اثربخشی ارتباطات درون نظام اجتماعی بستگی دارد؛ به‌نحوی که ایده جدید منتشر می‌شود و از مراحل دانش، ادراک و آزمایش عبور می‌کند. راجرز

«جامعه اطلاعات جهانی که در حال تکامل است تا به مدل غالب تبدیل شود، جامعه دانش است. انقلاب علمی بر انتقال از مدرنیته به پسامدرنیته متمرکز است» (حجازی، ۲۰۱۱، ۶۲). «فرهنگ دیجیتال» به یکی از عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ بصری تبدیل شده است. اصطلاح «فرهنگ دیجیتال» «به داده‌های جدیدی اشاره دارد که جهان پیشرفت علمی و تمدنی آن‌ها را مفروض ساخته است. این فرهنگ، مردم جهان را متحد ساخته و آن‌ها را به سمت تشکیل دانشی گسترده سوق داده است. این جامعه متحد با نام‌های مختلفی از جمله «جامعه دانش» و «جامعه اطلاعات» شناخته می‌شود؛ جایی که دانش به مهم‌ترین منبع توسعه در جامعه تبدیل می‌شود» (Shefiri, 2018). همچنین، بهبود فرصت‌های یادگیری برای مخاطب از طریق دسترسی آسان به اطلاعات و ارزش‌های هنری به کمک اینترنت و یافتن راه‌حل‌ها و رویکردهای جدید، توانایی او را برای درک عمیق‌تر آثار هنر تجسمی افزایش می‌دهد. «فرهنگ به‌عنوان محتوا نمی‌تواند به راحتی از ظرفی که آن را حمل می‌کند جدا شود، و این ظرف در اینجا، وسیله ارتباط دیجیتالی است که مسئولیت توسعه تولیدات فرهنگی را بر عهده دارد و از سوی دیگر، آن را برای مردم تسهیل می‌کند. به این ترتیب دو پایه‌ای که فرهنگ بر آن‌ها استوار است محقق می‌شود: پیشرفت مستمر بدون وقفه و دستیابی به دموکراسی عقلانی و عاطفی در جامعه» (جواد، ۲۰۰۳، ۱۵). با گسترش استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در سطح جهانی «نیاز به تحقیقات بیش‌تر در مورد جنبه‌های فرهنگی و اثرات ناشی از پیشرفت در فناوری اطلاعات و ارتباطات احساس شد. پذیرش فناوری اطلاعات (IT) به بخشی اساسی از برنامه تحقیق و توسعه سازمان‌ها تبدیل شده است» (Igbaria, 1993، 83). در عصر اطلاعات و فرهنگ الکترونیکی، از نظریه‌های مختلف برای درک چگونگی پذیرش فناوری‌های رسانه‌ای جدید توسط کاربران و آشنایی با آن‌ها استفاده می‌شود. پژوهشگر (نگارنده) در بخش کاربردی (عملی) مطالعه حاضر بر دو مورد از مهم‌ترین این نظریه‌ها - یعنی «نظریه تأثیر گزینی» و «نظریه انتشار نوآوری‌ها» - تکیه کرده است:

۱-۲-۱-۲-۱ نظریه تأثیر گزینی^۹

نظریه تأثیر گزینی تأکید می‌کند که رسانه‌ها تأثیر زیادی بر ادراک مخاطب دارند و فرد از محتوای رسانه‌ها، آن‌چه را که با دانش قبلی او هماهنگ است گزینش می‌کند و از آن‌چه با آن در تضاد است اجتناب می‌ورزد. پژوهشگر (نگارنده) بر این باور است که نسل‌های جدید از نظر ذهنی توانایی بیش‌تری برای درک فناوری دارند و بیش‌تر به رسانه‌های فناورانه برای توسعه دانش علمی خود متکی هستند. همچنین، فرهنگ الکترونیکی به افزایش ادراک مخاطب کمک می‌کند و این ادراک بر پنج عنصر استوار است: ادراک ذاتی، ادراک محیطی، ادراک فراگیرانه، ادراک مادی و ادراک فرهنگی. این عناصر تأکید می‌کنند که ادراک، تحت تأثیر فرضیات

نظریه انتشار نوآوری‌ها به‌طور کامل بر آنچه در اینترنت و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌شود، به‌خصوص در این مرحله که ویروس کرونا (کووید-۱۹) گسترش یافته است- قابل اعمال است.



شکل (۲). تعداد سال‌هایی را نشان می‌دهد که رسانه‌ها برای رسیدن به ۳۰ میلیون کاربر زمان صرف کرده‌اند. مأخذ: (https://www.researchgate.net)

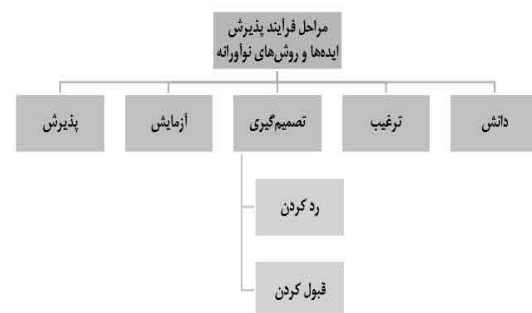
جهان به‌طور کلی به نوآوری‌ها و اطلاعات چشم دوخته است. همان‌طور که در شکل (۲) نشان داده شده است، پژوهشگران اعتقاد دارند که اینترنت و وب با سرعتی بسیار بیشتر از هر رسانه دیگری به مخاطبان دسترسی پیدا می‌کنند. جیمز دیرینگ^{۱۱} (محقق آمریکایی) مجموعه‌ای از دلایل را بیان کرده است که «طبق آن‌ها وب مزیت نسبی برای کاربران فراهم می‌کند؛ از جمله این که انسان‌ها می‌توانند از طریق وب در قامت افرادی آگاه و مطلع ظاهر شوند؛ همچنین می‌توانند به اطلاعات منتشرشده به روشی که مناسب شرایطشان است، دسترسی پیدا کنند. علاوه بر این، مرورگرهای وب و وبسایت‌های دیگر که برای دسترسی به اطلاعات استفاده می‌شوند، ساده و بدون پیچیدگی هستند. این موضوع کاملاً با نظریه انتشار نوآوری‌ها مطابقت دارد» (Dearing, 2018). بنابراین، فرهنگ الکترونیکی به افزایش ارتباطات و توسعه فرهنگی کمک می‌کند. همچنین به پژوهش هنری و اقدامات دانشجویانی که آمادگی نوآوری و تولید ایده‌های جدید خلاقانه و انجام رویدادهای بینافرهنگی را دارند، یاری می‌رساند. ارتباطات فرهنگی بین کشورهای مختلف نه تنها از گسترش و قدرت تنوع فرهنگی ناشی شده است، بلکه از سهولت تبادل اطلاعات که جریان‌های فرهنگی را از طریق رسانه‌های معاصر از جایی به جای دیگر منتقل می‌کنند، سرچشمه می‌گیرد.

۳-۱ رسانه‌ها و انتقال تجربیات هنر تجسمی

پیشرفتی که رسانه‌های معاصر شاهد آن هستند، به دلیل جهش علمی در زمینه ارتباطات و فناوری اطلاعات است. مجموعه‌ای از نوآوری‌های الکترونیکی پیاپی وجود دارد که بر رویدادهای زندگی روزمره همه ساکنان زمین تأثیر می‌گذارد. واقعیت مجازی به نوعی موجودیت موازی با جهان واقعی تبدیل شده است که محیط فراهم‌شده توسط

پذیرش فرآیند ایده‌ها و نوآوری‌های جدید را به‌طور کلی به‌عنوان «فرآیند ذهنی» تعریف می‌کند که فرد از زمان شنیدن یا آگاهی از ایده یا نوآوری تا زمانی که آن را می‌پذیرد، طی می‌کند. شکل (۱) پنج مرحله اصلی نظریه انتشار نوآوری‌ها را نشان می‌دهد که فرآیند پذیرش ایده‌ها و روش‌های نوآورانه از آن‌ها عبور می‌کند و به نحو ذیل ترتیب یافته‌اند:

- مرحله دانش (آگاهی): در این مرحله، فرد برای اولین بار با ایده جدید یا نوآوری آشنا می‌شود. هیچ‌کس نمی‌تواند مطمئن باشد که این آگاهی به‌صورت خودجوش یا عمدی ایجاد شده است. این مرحله کلید راه برای مراحل بعدی است.
- مرحله ترغیب (علاقه): در این مرحله، فرد تمایل پیدا می‌کند تا بیشتر درباره ایده، اطلاعات کسب کند و به دنبال داده‌های بیشتری در ارتباط با آن باشد. فرد از نظر روانی بیشتر به ایده یا نوآوری وابسته می‌شود.
- مرحله تصمیم‌گیری: در این مرحله، فرد دانش و اطلاعات جمع‌آوری‌شده درباره ایده جدید یا نوآوری را در پرتو دیدگاه، رفتار و شرایط فعلی خود و آنچه از آینده انتظار دارد، بررسی می‌کند و در نهایت تصمیم می‌گیرد که یا ایده را رد کند یا آن را در عمل آزمایش کند.
- مرحله آزمایش: فرد ایده جدید را در محدوده کوچکی به‌صورت آزمایشی به کار می‌گیرد تا سودمندی آن را در شرایط خاص خود مشخص کند. اگر از سودمندی آن متقاعد شود، تصمیم می‌گیرد آن را بپذیرد و به‌صورت گسترده به کار گیرد، اما اگر متقاعد نشود، آن را رد می‌کند.
- مرحله پذیرش: این مرحله با ثبات نسبی مشخص می‌شود. فرد پس از آن که از سودمندی و مزایای آن متقاعد شده است، به تصمیمی برای پذیرش ایده جدید رسیده است.



شکل (۱). مراحل نظریه انتشار نوآوری‌ها (Diffusion of Innovations Theory) را نشان می‌دهد.

رسانه‌های معاصر: بین تبادل دانش و انتقال تجربیات هنر تجسمی

دانشجویان سال پنجم «دانشکده آموزش هنر» ارتقا می‌دهد. در این راستا، دانشجویان، یک پروژه^{۱۲} را به صورت گزارش^{۱۳} تصویری هنری یا مصاحبه^{۱۴} هنری در قالب یک برنامه تلویزیونی آموزشی-فرهنگی (شامل گفت‌وگو با یک هنرمند از جنبش هنر تجسمی معاصر مصر) انجام می‌دهند. ترجیحاً این گفت‌وگو در کارگاه هنرمند (به عنوان نمونه‌ای از تبادل دانش و انتقال تجربیات هنر تجسمی از منابع اصلی آن) انجام می‌شود. سپس دانشجو آن را بارگذاری و به اشتراک می‌گذارد و از طریق یکی از رسانه‌های غیر چاپی و رایج مانند یوتیوب، فیسبوک، اینستاگرام و سایر شبکه‌های اجتماعی به نمایش می‌گذارد. مطالعه حاضر از نظریه «تأثیر گزینشی» و نظریه «انتشار نوآوری‌ها» که پیش‌تر ذکر شد، برای انجام آزمایشی که می‌تواند در غنی‌سازی و تقویت فرهنگ بصری و برای تسهیل گر و مدرس آموزش هنر مفید باشد، استفاده کرده است.

۲-۱ نمونه آماری

در چارچوب تدریس درس «هنر در رسانه‌ها» برای دانشجویان سال پنجم (رشته فرهنگ‌سازی با هنر در دانشکده آموزش هنر، دانشگاه حلوان) و در کلاس تاریخ هنر، پژوهشگر (نگارنده) هر کلاس از دانشجویان سال پنجم را به دو گروه تقسیم کرده است. میانگین تعداد هر گروه ۱۰ نفر (با میانگین سنی ۲۳ سال) بود که نمونه آماری تحقیق را تشکیل می‌دهند. این نمونه به دلایل زیر انتخاب شد:

- این دانشجویان در آستانه اتمام دروس دانشکده -به ویژه دروس تاریخ هنر، نقد و تحلیل هنری و زیبایی‌شناسی- هستند. این موضوع به آن‌ها این توانایی را می‌دهد که معیارهای نقد هنری را به طور کلی به کار بگیرند؛ زیرا سطح فرهنگی، فنی و هنری آن‌ها به حدی رسیده است که تجربه زیبایی‌شناختی مناسب را کسب کرده‌اند. این موضوع اهمیت نمونه‌گیری در انجام تحقیق حاضر را نشان می‌دهد؛ زیرا نمونه‌ها باید به اطلاعات تاریخی درباره جنبش‌های هنری مختلف، درک ویژگی‌ها، تکنیک‌ها و روش‌های مختلف آثار هنری، شیوه‌های اجرا، طبقه‌بندی مواد و ابزارهای مورد استفاده در تولید آثار هنری، شناخت نظریه‌های زیبایی‌شناختی و ارتباط بین سبک‌های مختلف در جنبش‌های هنری مسلط باشند.

- دانشجو در طول دوره تحصیل خود بر تمرین و مطالعه شاخه‌های مختلف هنر تجسمی تسلط یافته و تکنیک‌ها و روش‌های اجرایی گوناگون، چه مدرن و چه سنتی، را فرا گرفته است. همچنین، دانشجو به ارزش‌های فرمی و هنری به دلیل تجربه هنری که از ساخت و شکل‌دهی آثار هنری مختلف کسب کرده، دست یافته است. این موضوع به درک عمیق‌تری از ارزش‌های زیبایی‌شناختی نهفته در آثار هنری و کشف روابط فرمی کمک می‌کند. دانشجو با مواد، روش‌ها و تکنیک‌های هنری استفاده شده در اجرای اثر هنری آشنا می‌شود و مراحل مختلفی را که هنرمند در طول تولید اثر

آن در فضای اینترنت، (استفاده از) برنامه‌های کاربردی بسیاری را ممکن کرده است. تا جایی که به طور مؤثر به عنوان جایگزینی برای همه ابعاد زندگی، به ویژه در زمینه آموزش، استفاده می‌شوند. همچنین بسیاری از این برنامه‌ها در زمینه هنرهای تجسمی نیز استفاده می‌شوند و در دسترس هنرمند و مخاطب قرار دارند. هنرمند همیشه به مخاطبی نیاز دارد که تجربه هنری خود را با او به اشتراک بگذارد، زیرا مخاطب ترویج‌دهنده تجربه زیبایی‌شناختی هنرمند است. فضای مجازی اینترنت، پایگاه گسترده‌ای از مخاطبان چندفرهنگی را تشکیل می‌دهد که یکی از مهم‌ترین بنیادهای فرآیند ارتباطات است. به رغم آنکه یک نمایشگاه واقعی، فرصت مشاهده و لذت بردن از تعداد محدودی از آثار هنری را فراهم می‌کند، به لطف فناوری ارتباطات، می‌توان از تعداد نامحدودی از نمایشگاه‌های هنری بازدید کرد و حتی می‌توان به جای صرفاً مشاهده آثار هنری، آن‌ها را خریداری کرد. همچنین برای مخاطبان، بسیار آسان است که در رویدادهای هنری متنوع موجود در پلتفرم‌ها و شبکه‌های اجتماعی شرکت کنند؛ همچنین از طریق آن‌ها می‌توانند در هر زمان ممکن با تجربیات متنوع و متعدد مواجه شوند. این امر منجر به ظهور جنبشی فراگیر و مستقل می‌شود که تبادل تجربیات زیبایی‌شناختی، هنری و همچنین فنی در درون جامعه مجازی هنرهای تجسمی را (که در حقیقت تصویری دقیق از واقعیت است) شامل می‌شود. این امر بین هنرمند و مخاطبانی که ابزارها و واژگان ارتباطی مشابهی با هنرمند دارند، واقع می‌شود. این جهان جدید برای هنرمند به عنوان یک گالری بی‌کران و بدون محدودیت مکانی یا زمانی عمل می‌کند. امری که مستلزم ظهور نوع دیگری از تعامل است که به لذت بردن و دریافت دیجیتال از طریق اینترنت مربوط می‌شود؛ علاوه بر آن ظهور نسل‌های جدیدی از منتقدان و نظریه‌پردازان دیجیتال نیز به همین امر ارتباط دارد. همه این‌ها جامعه مجازی جدیدی را تشکیل می‌دهند که دغدغه خلاقیت هنری دارد و آن را از طریق سازوکارهای کاملاً جدیدی که خودکفا و موازی با جوامع هنری واقعی هستند، تمرین می‌کند.

۲- بخش کاربردی (عملی) پژوهش

چنان‌که پیش‌تر در بخش چارچوب نظری پژوهش به آن پرداخته شد، این مطالعه به دنبال داشتن جنبه کاربردی است؛ از این رو، در پی بهره‌برداری از امکانات نوظهور رسانه‌ها در گسترش و تبادل فرهنگ هنر تجسمی محلی و جهانی (به عنوان زبان ارتباطی که در حال حاضر نمی‌توان از آن چشم‌پوشی کرد) خواهد بود. امری که از طریق فرآیند ارتباط متقابل بین مخاطب و فعالیت‌های هنری در فضاهای مختلف مجازی و رسانه‌ها، به ویژه اینترنت، محقق می‌شود. ارتباط میان مخاطب و آفرینش هنری در فضای مجازی، به ایجاد یک محیط تعاملی کمک می‌کند که سطح فرهنگی و هنری و همچنین توانایی لذت بردن و نقد آثار هنری را در میان

و برخی نیز مسئول موسیقی و جلوه‌های صوتی مناسب بودند. گروهی از اعضا مسئول مونتاژ و برخی دیگر مسئول اجرای برنامه و مصاحبه با هنرمند بودند. پس از اتمام تولید پروژه هر گروه یک تیتراژ طراحی کرد که با موضوع و محتوای مصاحبه هماهنگ بود. پژوهشگر (نگارنده) نیز با پیگیری (و نظارت بر) گروه‌های دانشجویی نمونه پژوهش، مصاحبه‌هایی را با آن‌ها در دانشکده یا از طریق ارتباط الکترونیکی ترتیب داد تا مفاهیم مربوط به اجرای عملی را توضیح دهند و مشکلات را بررسی و موانع پیش‌روی هر یک از آن‌ها را برطرف کند.

۳-۲ نتایج اجرای عملی پژوهش

با توجه به مراحل بیان‌شده، بخش عملی پژوهش انجام شد و مطابق با برنامه درسی، پژوهشگر نتایج فعالیت پژوهشی گروه‌ها را در هفته قبل از آخرین هفته ترم دریافت کرد. این فعالیت شامل ارائه یک سی‌دی برای هر گروه و دربرگیرنده محتوای فعالیت پژوهشی بود. علاوه بر این از دانشجویان خواسته شد تا این محتوا را در شبکه‌های اجتماعی پرتعداد مانند یوتیوب، فیس‌بوک، اینستاگرام و سایر شبکه‌های اجتماعی آپلود و به اشتراک بگذارند. شکل (۳) تصویری از صفحه نمایش^{۱۵} را نشان می‌دهد که در آن یکی از مصاحبه‌های هنری در حال پخش در پلتفرم یوتیوب است.



شکل (۳). تصویری از صفحه نمایش پلتفرم یوتیوب را نشان می‌دهد که در آن یکی از مصاحبه‌های هنری در حال پخش است.

مأخذ: https://www.youtube.com/watch?v=gmlzmFCzv_4&t=330s

پژوهشگر (نگارنده) هر گزارش و مصاحبه هنری را به‌طور جداگانه بررسی کرد تا درباره آن با دانشجویان مباحثه انجام شود. هدف این بود که میزان بهره‌مندی هر دانشجو در هر گروه، از این تجربه و اجرای عملی ارزیابی و مشخص شود که دانشجویان تا چه حد از امکانات نوظهور رسانه‌ها در توسعه هنر تجسمی از طریق ارتباط مستقیم و متقابل بین مخاطب و هنرمند بهره برده‌اند. همچنین، فرضیه‌های تحقیق مورد آزمایش قرار گرفتند. در ادامه، تعدادی از پروژه‌های هنری اجرا شده توسط برخی از گروه‌های دانشجویی نمونه پژوهش، ارائه و تحلیل شد. این پروژه‌ها شامل مصاحبه‌های هنری تصویری با برخی از اساتید این دانشجویان در دانشکده بود که بخشی از جنبش هنر تجسمی معاصر مصر را تشکیل می‌دهند.

هنری طی کرده است، به‌طور ذهنی بازسازی می‌کند. این تجربیاتی که دانشجو در طول سال‌های تحصیل در دانشکده کسب کرده، به او جسارت لازم برای گفت‌وگو با هنرمند را می‌دهد.

۲-۲ اجرای عملی پژوهش

پژوهشگر (نگارنده) اجرای عملی برنامه پیشنهادی پژوهش را در هفته هشتم ترم تحصیلی - پس از برگزاری آزمون میان‌ترم دانشجویان - مطابق با برنامه درسی این درس آغاز کرد. از دانشجویان خواسته شد تا یک فعالیت پژوهشی را به‌صورت عملی انجام دهند که جایگزین ارائه مقالات پژوهشی معمول در موضوعات درسی شود. این فعالیت به‌عنوان یکی از روش‌های ارزیابی دانشجویان در قالب فعالیت‌های کلاسی در نظر گرفته شد. اجرای این پروژه پیشنهادی همزمان با تدریس موضوعات واحد درسی «هنر در رسانه‌ها» انجام شد؛ به‌نحوی که هر هفته، یک جلسه دوساعته سخنرانی به این موضوع اختصاص یافت. در این جلسات، موضوعات مربوط به برنامه درسی (با هدف کشف و تعمیق نقش هنر در رسانه‌ها در پرتو تحولات مفاهیم هنر و زیبایی در طول زمان) ارائه شد. پژوهشگر در اجرای عملی تحقیق از تعدادی از موضوعات مصوب درسی به شرح ذیل بهره برده است:

- رابطه بین هنر و رسانه‌ها از طریق انتشار و تولید
- مفهوم رسانه، روش‌های ارتباطی و رسانه‌های چندگانه
- اهمیت رسانه‌ها در انتقال و بیان مفاهیم هنری و زیبایی‌شناختی
- آشنایی با نظریه‌های ارتباطات و ارتباط اجتماعی مشترک
- مطالعه زبان هنری به‌مثابه وسیله‌ای برای ارتباط بصری
- نقش مقاله، نقد هنری و نوشتار ادبی در انتقال تجربه نقد هنری به مخاطب
- بررسی چاپ به‌عنوان یکی از رسانه‌ها و نقش آن در انتشار و تولید آثار هنری، با مثال‌هایی از پاپ آرت و هنر عکاسی
- ویدئو به‌عنوان ابزاری برای ارتباط و انتشار و تولید آثار هنری: مثال‌هایی از ویدئو آرت.
- رسانه‌های نوین و معاصر و رابطه آن‌ها با هنر تجسمی
- نقش کامپیوتر در انتشار و تولید آثار هنری: مثال‌هایی از هنر کامپیوتری
- نقش اینترنت در انتشار و ارتباط بین هنرمند و مخاطب (نمایشگاه‌های مجازی موزه‌ها و نقش آن‌ها در توسعه توانایی بصری و ارتباطات)

در این راستا، هر گروه کارگاهی را تشکیل داد و در ابتدا بر روی تعیین نام گروه توافق شد. سپس سناریویی تهیه شد که شامل ترسیم کامل روند پروژه بود. پس از آن، یک رهبر برای گروه انتخاب و نقش‌ها بین اعضا بر اساس علایق و مهارت‌های هر یک تقسیم شد. برخی از اعضا مسئول فیلم‌برداری مصاحبه، برخی دیگر مسئول ضبط صدا

رسانه‌های معاصر: بین تبادل دانش و انتقال تجربیات هنر تجسمی

احترام به ذهن و سلیقه آن‌ها را برمی‌انگیزد، مشاهده کنند. به گفته او، این وظیفه واقعی هنر در قبال جامعه است. وی معتقد است که مجسمه‌سازی بخشی اساسی از فرهنگ مردم مصر است؛ زیرا این هنر قدمتی ۷۰۰۰ ساله دارد و مصریان باستان عاشق مجسمه‌سازی بودند؛ همان‌طور که تاریخ و معابد مصریان باستان و موزه‌های جهان گواهی بر این موضوع هستند. بنابراین، جای تعجب نیست که نوادگان آن‌ها این استعداد را به ارث برده‌اند که هنوز هم جهان را شگفت‌زده می‌کند. او همچنین اشاره کرد که علاوه بر ارائه آثار میدانی، نمایشگاه‌های انفرادی نیز برگزار می‌کند تا تجربه شخصی خود را از طریق دیدگاهش به واقعیت منتقل کند.



شکل (۵). مجموعه‌ای از تصاویر مصاحبه با هنرمند عصام درویش.

در ملاقات هنری که توسط دو تن از دانشجویان با هنرمند وائل درویش انجام شد شکل (۶)، هنرمند دیدگاه هنری خاص و منحصر به فرد خود را که از تجربیات شخصی متعدد در زمینه نقاشی و تصویرگری شکل گرفته بود، به اشتراک گذاشت. او می‌گوید: «هنر در مفهوم معاصر خود تمایل دارد از همه محدودیت‌ها رها شود و باید از هرگونه پیچیدگی فکری فلسفی، مذهبی و ایدئولوژیک خالی شود. معیار هنر، ارزش است، و ارزش است که خوب را از بد و موقت را از ماندگار جدا می‌کند. بدون ارزش، هنری وجود ندارد و بدون هنر، ارزش معنای خود را از دست می‌دهد.» او افزود که هنر زمانی به جامعه تعلق دارد که شرایطی را که جامعه در آن زندگی می‌کند منعکس کند. این شرایط شامل مسائل اجتماعی، سیاسی فرهنگی و غیره است که بر همه اشکال هنر تأثیر می‌گذارند. شکل (۷) تعدادی از تصاویر ویدیویی را نشان می‌دهد که شامل مصاحبه‌ای با هنرمند جوان محمود احمد است. در این مصاحبه، یکی از دانشجویان نقش مجری مصاحبه را برعهده داشته است. محمود احمد در این مصاحبه به بسیاری از سؤالاتی که در ذهن مخاطبان وجود داشت پاسخ می‌دهد و توضیح می‌دهد که چگونه شخصیت هنری او

به‌عنوان مثال، در زمینه نقاشی (به ترتیب الفبا) با هنرمندانی مانند حسام صقر، سلمی العشری، عادل ثروت، عماد أبوزید، محمد المسلمانی، نادیه وهدان و وائل درویش و در زمینه مجسمه‌سازی، با هنرمندانی مانند حسن کامل و عصام درویش و در زمینه سفال و سرامیک، هنرمندانی مانند اشرف کمال، امانی فوزی و سمیر حسین مصاحبه انجام شد. علاوه بر این، مصاحبه‌هایی با برخی از هنرمندان حاضر در سی‌امین دوره رویداد سالن جوانان^{۱۶} (۲۰۱۹) انجام شد که همزمان با اجرای عملی تحقیق توسط دانشجویان بود. همچنین این برنامه‌ها شامل تعدادی گزارش‌های تصویری درباره هنر و آموزش هنر به‌طور کلی بود. به‌عنوان مثال، یکی از این مصاحبه‌های هنری، بازدید از کارگاه سفالگری هنرمند امانی فوزی بود. در این مصاحبه، او درباره سیر زیسته خود در حوزه سفالگری محلی و جهانی و عشق خود به تدریس این رشته در دانشکده «آموزش هنر» که خودش نیز از آن فارغ‌التحصیل شده بود، صحبت کرد. این هنرمند در پاسخ به سؤالات تیم تهیه‌کننده، به رابطه خاص و لذت‌بخش خودش با خاک رُس منطقه اُسوان^{۱۷} اشاره کرد. همچنین، او درباره استقبال جهانی از درمان از طریق هنر و خروج انرژی منفی از بدن با استفاده از کار دستی با خاک رس اسوانی توضیح داد. او تفاوت‌های اساسی در نحوه کار با خاک رس اسوانی و تکنیک‌ها و مراحل آن را به‌عنوان یک دانشجوی سفالگری با یک سفالگر و هنرمند که در رویدادهای بین‌المللی شرکت می‌کند، تشریح کرد. شکل (۴) مجموعه‌ای از تصاویر گرفته شده از ویدیوی این مصاحبه را نشان می‌دهد.



شکل (۴). مجموعه‌ای از تصاویر مصاحبه با هنرمند امانی فوزی.

مأخذ: https://www.youtube.com/watch?v=gmlzmFCzv_4&t=330

در ویدیو مربوط به شکل (۵)، عصام درویش درباره زیست هنری خود در زمینه مجسمه‌سازی صحبت می‌کند. او از کودکی به این هنر علاقه‌مند بود و از زمان دانشجویی در دانشکده «آموزش هنر»، مجسمه‌سازی را به‌عنوان حرفه خود انتخاب کرد. وی از آن زمان به مطالعه مجسمه‌سازی مصر باستان پرداخته است و آن را منبعی قدرتمند و تأثیرگذار می‌داند. در پاسخ به سؤالات دانشجویان، او بر اهمیت وجود آثار مجسمه‌سازی در خیابان‌ها و میدان‌های عمومی تأکید کرد و افزود که مردم باید آن دسته از آثار هنری را که

شغلی متنوع و در دسترس فارغ التحصیلان (معلم طراح دکور، نقاش، کارگردان فیلم و انیمیشن، طراح گرافیک، طراح لباس، طراح - شامل طراحی و ساخت هر محصول هنری- و هنرمند تجسمی) را که به لطف تجربیات پنج سال تحصیل در دانشکده کسب می کنند معرفی می کند. بر اساس اصل تبادل دانش، این گزارش تصویری پس از بارگذاری در اینترنت، بازدیدهای بسیاری در پلتفرم های شبکه های اجتماعی به دست آورده است.



شکل (۸). گزارشی تصویری و معرفی گونه درباره دانشکده «آموزش هنر» را نشان می دهد.

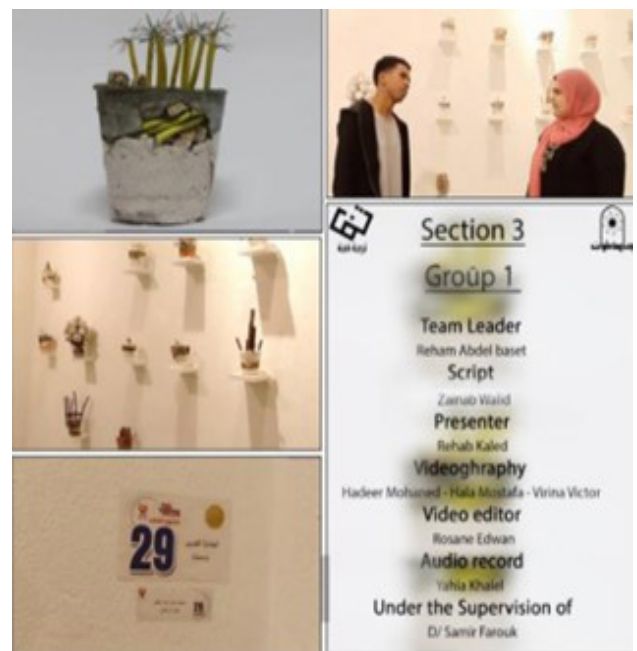
نتایج و پیشنهادات پژوهش نخست؛ نتایج پژوهش

- رسانه های معاصر که در قالب شبکه های اجتماعی ظهور کرده اند، به عنوان پایگاهی برای تبادل دانش و انتقال تجربیات هنر تجسمی عمل می کنند. این رسانه ها نقش مؤثری در گسترش فرهنگ هنر تجسمی - به ویژه هنر مصری - در سطح محلی و جهانی ایفا می کنند. همچنین این رسانه ها محیطی تعاملی (آموزشی و فرهنگی) ایجاد می کنند که از منابع اصلی هنر تغذیه می شود. این روش در انتقال دانش نسبت به روش های سنتی برتری دارد.
- رسانه های معاصر - به عنوان یک حقیقت موازی و محیطی برای تعامل و ارتباط هنری - به رشد فرهنگ بصری و همچنین توانایی تحلیل هنری در میان مخاطبان هنر به طور کلی و به ویژه دانشجویان هنر تجسمی کمک می کنند.
- دانشجویان تجربیات علمی و مهارتی در زمینه های هنری دیگر غیر از هنر تجسمی (مانند نوشتن سناریو، ضبط صدا، تنظیم موسیقی و جلوه های صوتی اجرای برنامه یا مصاحبه، و غیره) کسب می کنند همچنین، آن ها با زبان تعامل و ارتباط در اینترنت و سایت ها و پلتفرم های شبکه های اجتماعی که امروزه به یک ضرورت تبدیل شده است، آشنا می شوند.
- سطح تحلیل و توانایی نقد هنری فردی و سطح فرهنگی و هنری دانشجویان و کسب تجربه زیبایی شناختی مناسب آن ها ارتقا می یابد.

به عنوان یک هنرمند غیرآکادمیک شکل گرفته است. او همچنین در این مصاحبه درباره اثر هنری خود «نمایشگاه گل ها» (که در سی امین دوره رویداد سالن جوانان شرکت کرده و جایزه بزرگ آن را در زمینه چیدمان محیطی دریافت کرده است) صحبت می کند.



شکل (۶). مجموعه ای از تصاویر مصاحبه با هنرمند وائل درویش.



شکل (۷). تعدادی از تصاویر مصاحبه با هنرمند محمود احمد را نشان می دهد.

شکل (۸) تعدادی از تصاویر ویدئویی را نشان می دهد که شامل یک گزارش تصویری با عنوان «آموزش هنر چیست؟»^{۱۸} است. این ویدئو یک محتوای معرفی گونه و آموزشی درباره دانشکده «آموزش هنر» و رشته های تحصیلی آن شامل طراحی نقاشی، سفالگری مجسمه سازی، فلزکاری، مشاغل هنری (نجاری، نساجی چاپ) نقد و تحلیل هنری و علوم آموزش هنر است. همچنین، زمینه های

رسانه‌های معاصر: بین تبادل دانش و انتقال تجربیات هنر تجسمی

کتاب‌های غیر عربی

- Carpendale, Sheelagh (2008), **Preservation of Art in the Digital Realm**, University of Calgary, Canada.
 Igbaria, M. (1993), **User Acceptance of Microcomputer Technology: An Empirical Test**, Omega Int. J. of Mgmt Sci. i
 Uzelac, Aleksandra (2008), **Digital Culture, The Changing Dynamics**, Institute for International Relations Zagreb.
 van der, Hendrik (2012), **Measuring cultural participation**, UNESCO Institute for Statistics, Canada.

وبسایت‌ها

- "Britannica, "Diffusion of innovations
<https://www.britannica.com/topic/diffusion-of-innovations>, 19-08-2020.
 Dearing, James: "Diffusion of Innovations Theory, Principles, And Practice", <https://www.researchgate.net>, February 2018.
 Falah Zaeid, Haider: "Diffusion of innovations theory", <https://www.researchgate.net>, 20-08-2020
 Fawzy, Amany: <https://www.youtube.com>, December 25, 2018.
 Shefiri, Fatiha: "The impact of digital culture on the educational system", <https://www.balagh.com>, June 20, 2018
 Wikipedia: "Social Media", <https://ar.wikipedia.org>, 12-07-2020.

پی‌نوشت

1. social media
2. Contemporary Media
۳. انجمن‌ها و محیط‌های گفت‌وگو در فضای مجازی
4. Mobile Phone
5. Anderas Kaplan
6. Michael Haenlein
۷. Web 2.0: اصطلاحی که به گروهی از فناوری‌ها و برنامه‌های کاربردی شبکه که منجر به تغییر رفتار شبکه جهانی وب (اینترنت) شده اند، اطلاق می شود. این اصطلاح برای اولین بار در کنفرانس توسعه وب که در سال 2003 در سانفرانسیسکو برگزار شد، توسط دیل دوگرتی، نایب رئیس شرکت اوریلی مدیا مطرح شد.
8. Theories of Selective Influence
9. Diffusion of Innovations Theory
10. Everett Rogers
۱۱. James Dearing: استاد نظریه ارتباطات، گروه ارتباطات، دانشگاه ایالتی میشیگان، ایالات متحده آمریکا
12. Project
13. Reportage
14. Interview
15. Screenshot
۱۶. رویداد هنری سالن جوانان (به عربی: صالون الشباب / به انگلیسی: The Youth Salon)، آخرین دوره آن (دوره ۳۵ ام) در سال ۲۰۲۵ برگزار گردید (مترجم).
۱۷. اسوان مرکز استان به همین نام در جنوب مصر و حاشیه رودخانه نیل است (مترجم).
18. What is Art Education?

- رویدادهای هنری که در اینترنت برگزار می‌شوند نیازهای فراگیر (یادگیرنده) را در درک و فهم آثار هنر تجسمی برآورده می‌کنند. این رویدادها با ارائه محرک‌های شنیداری و دیداری متنوع، به عنوان ارائه‌ای چندوجهی از فرهنگ‌های مختلف عمل می‌کنند که ویژگی‌های تغییرات فرهنگی و اجتماعی را نشان می‌دهد. این رویدادها با آموزش و تمرین انواع هنرها و مهارت‌ها، به فرد و جامعه او کمک می‌کند تا پیشرفت کند و از طریق تبادل فرهنگی و علمی، توانایی مخاطب را در تحلیل آثار هنری مختلف افزایش می‌دهند. این امر به رشد حواس فرد در جهت درک فرم‌های زیبایی یاری رسانده، او را به انسانی تحلیل‌گر تبدیل می‌کند.
 - در موضوعات تحلیل هنری، الگویی جدید در راهبرد آموزش و یادگیری ایجاد می‌کند.

دوم؛ مهم‌ترین پیشنهادات

- بایستی مطالعات تخصصی بیشتری در زمینه‌های هنری و درباره رسانه‌های معاصر و نوظهور و نقش آن‌ها در توسعه فرهنگ بصری انجام شود.
 - ضرورت ایجاد یک کتابخانه دیجیتال که بخشی از کارگاه تحلیل هنری در هر دانشکده هنر باشد و برنامه‌های آن بر اساس رسانه‌ها و ارتباطات معاصر تدوین شده باشد.
 - استفاده از رسانه به مفهوم معاصر آن برای معرفی روش‌ها و دیدگاه‌های جدید و نوآورانه در تدریس دروس بخش نقد و تحلیل هنری به‌طور کلی و تدریس تاریخ هنر به‌طور خاص در دانشکده، با توجه به تحولات عصر حاضر؛ این روش‌ها باعث می‌شوند که دانشجوی هنر در آینده دریافت‌کننده‌ای فعال برای دانش باشد. همچنین او را به مشارکت و همکاری با هم‌کلاسی‌های خود تشویق می‌کند و او را به خوداتکایی، تحقیق و مطالعه سوق می‌دهد.
 - حمایت از توسعه برنامه درسی «تحلیل و نقد هنری» با فناوری‌هایی که روش‌های تدریس، آن را هم‌سو با تغییرات عصر حاضر تنظیم می‌کند.

منابع و مأخذ

کتاب‌های عربی

- جاد، سهیر (۲۰۰۳)، **وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.**
 - حجازي، مجدي أحمد (۲۰۱۱)، «الثقافة الإلكترونية في ظل مجتمع المعرفة، تحليل سوسيولوجي حول استخدام الشباب الشبكة الانترنت والمدونات»، بحث منشور المجلة العربية العلم الاجتماع مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب جامعة القاهرة، مصر، ع ۸.
 - عطيه، محسن (۲۰۰۱)، **الفنان والجمهور، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.**
 - همشري، عمر أحمد محمد (۲۰۱۲)، **الثقافة الإلكترونية بوابة مجتمع المعرفة، المؤتمر الثالث والعشرون للإتحاد العربي للمكتبات والمعلومات وزارة الثقافة والفنون والتراث، الدوحة، قطر، المجلد ۳.**
 - سيمونيان، جورج نوبار (۲۰۰۴)، **الثقافة الإلكترونية، مكتبة الأسرة.**