

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/330667057>

تقنيات الاتصال واثرها على الهوية البصرية للمنتج التصميمي

Conference Paper · January 2018

CITATIONS

0

READS

2,562

2 authors:



Bashar Al Khaafaji
University of Technology, Iraq

5 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Ghadah Ghalib
University of Technology, Iraq

4 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Art Movement [View project](#)



Art Movements [View project](#)



جامعة جنوب الوادي

المؤتمر الدولي الرابع

الفنون التشكيلية وخدمة المجتمع

(الفنون البصرية بين إشكالية الحداثة والهوية)

كلية الفنون الجميلة بالأقصر

في الفترة من ٢٢ - ٢٤ يناير ٢٠١٨

البحث بعنوان:

تقنيات الاتصال واثرها على الهوية البصرية للمنتج التصميمي

غادة غالب عبد الوهاب

مدرس مساعد - قسم هندسة العمارة

الجامعة التكنولوجية

بغداد - العراق

90103@uotechnology.edu.iq

بشار شامل كاظم

مدرس - قسم هندسة العمارة

الجامعة التكنولوجية

بغداد - العراق

90103@uotechnology.edu.iq

٢٠١٨

الملخص:

شهد العقد الأخير نمواً متزايداً و متسارعاً في تكنولوجيا الاتصال انتقلت فيه اساليب التصميم من جمالية الأداء الى جمالية الأداء و التفاعل، ولظهور (الوسيط الرقمي) ودخوله المجالات المختلفة ادى الى تطور العملية التصميمية بما يوفره من امكانات تطويرية وتطبيقية ادت الى تكثيف عمليات الانتاج واختصار الزمن والكلفة ومد افاق جديدة في الجانب الجمالي والابداعي بما توفره التقنية من برامج فنية وبما اتاحت من افاق جديدة في مجال استخدام البرامج الرقمية المختلفة فدخلت التقنيات في جميع جوانب الحياة واطلقت قوة المحاكاة والتخيلات اللامحدودة وقد تزايد الاهتمام بتطوير تقنيات الاتصال في السنوات الاخيرة من الاختصاصات المختلفة، و بذلك تاثرت الهوية البصرية الى حد كبير بهذه المستجدات التكنولوجية حيث حولت هذه التقنيات المنتج التصميمي الى مشهد ديناميكي متغير، لذا وجب على المصمم دراسة مدى تأثير الجوانب التقنية بصورة اساسية على الهوية البصرية للمنتج بما تمتلك من امكانات تطويرية وتطبيقية، من هنا ولد الشعور بمشكلة البحث في مدى تأثير تقنيات الاتصال الحديثة على الهوية البصرية للمنتج التصميمي، وفرضية البحث في توظيف هذه التقنية في تعزيز الهوية البصرية للمنتج المعلن عنه، وهنا جاء هدف البحث (الكشف عن مقترحات التطور المتسارع لتقنيات الاتصال والمعلومات واثرها على الهوية البصرية للمنتج التصميمي، مع بيان دورها لما تحمله من رسالة معلوماتية مهمة) ليقدّم البحث دراسة في أدبيات هذا الموضوع مع دراسة لعدة نماذج عربية وعالمية وتحليلها باستخدام المنهج الوصفي التحليلي للوصول الى النتائج ومناقشتها في الاستنتاجات النهائية وتقديم التوصيات والمقترحات.

الكلمات المفتاحية:

تقنيات الاتصال المرئي، الهوية البصرية، المنتج التصميمي

- التقنيات: هو تطبيق الاكتشافات العلمية والمعرفية لانتاج اشياء معينة تقوم بمهام معينة لحل مشكلات الانسان. (ص١١٦٧) و عرفت تقنيات الاتصال بانها: تعبر عن الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الالكتروني والتقنيات السلوكية واللاسلكية والوسائط المتعددة وهي تعمل على انتاج وجمع وتخزين المعلومات بأسلوب غير مسبوق يعتمد على النص والصوت والصورة والحركة واللون وغيرها من مؤثرات الاتصال التفاعلي الجماهيري. (ص٢٠٩، ٢٠٨)
- الهوية البصرية: مجموعة الصفات التعبيرية البصرية الناتجة عن التنظيم المكاني فضلاً عن الفعاليات والأحداث الحاصلة في المكان فضلاً عن ان الهوية نتاج تفاعل مع الخصائص المكانية للقيم الإنسانية. (ص٢٣٣)
- المنتج التصميمي: يقصد به البحث هنا بانه رسالة اعلانية من نتاج تصميم يكون لتقنيات الاتصال دور في اخراج هذه الرسالة، والتي تم استخدام البرامج الحاسوبية في تصميمها. (ص٢٦١٦)
- ثورة التقنية: ان التطور الهائل في تقنيات الاتصال غيرت انماط كثيرة على مختلف المستويات واحدى هذه المستويات هي الهوية البصرية للمنتج التصميمي ، فكانت تعبر عن روح العصر الذي شهد عولمه كل شيء (١٠) ص٢٥.
- التقنية في المنتج التصميمي : وعرفت من حيث النظرة التصميمية بأنها (تفعيل ذهني لمخططات ومرسمات عملياتية آنية القرار والبدء، أساسها الارتكازي إنشائي يأخذ بالمتكون الشكلي الفضائي، الصفاتي المظهري المستند على مضمونية ذات هدفية...فكرية وتطبيقية، استشرافية...ذات صياغات إنمائية وتهديبية وغرض متوخى مسبقاً، وهي وليدة من مؤثر أو مجموعة مؤثرات). (ص١٨، ٥)، ويمكن تعريف التقنية في التصميم ايضا: هي الضرورة القصوى التي توضح لنا ما ينبغي أن يكون عليه المصمم من تواصل مع الحلقات العلمية المتطورة الاكتشافات والنظريات الحديثة، التي تحقق متعة ومنفعة ذلك العصر، لذا فهي تعني التطبيق النظامي للمعرفة العلمية كعمليات،

وتعني الأدوات والأجهزة والمواد الناتجة عن تطبيق المعرفة العلمية كنواتج للعمليات، وتقنيات الحاسوب خير مثال على التفاعل بين العمليات ونواتجها. (ص٢٢١، ١٩٤)

المقدمة:

شكّلت التقنيات الحديثة في أهم جوانبها حصيلة مهمة من المعارف المختلفة تتواصل و تتصل بالميادين المختلفة، ونلاحظ كذلك حجم تأثيرها على الهوية البصرية للمنتجات التصميمية المختلفة سواء كانت مخرجاتها على مستوى واجهات الابنية و الجدران او على الواح العرض الضوئي الاخرى وغيرها فنلاحظ حجم التغيير الواسع الذي طرأ عليها، وحدثت تقنيات الاتصال تغييرات مادية واعتبارية وكذلك اثرت في تغيير أساليب صياغة الرسالة الإعلانية وطريقة إيصالها وتلقيها من قبل المستهدفين منها كمؤسسات أو أفراد، و استعرض البحث كذلك أهمية التقنيات الرقمية في تغيير توجهات الانسان الجامعة الى مستجدات الحياة العصرية والى لوجه فضاءات العالم الحقيقي والافتراضي من اطرها التقليدية المحدودة الى اطار واسع بعيد الحدود ليجد قنوات اتصالية جديدة هو في حاجة لها. وظهر ذلك جلياً في مجالات عدة و منها تقنيات العرض الضوئي على المساحات الخارجية العملاقة بنوعها ذات العرض الثابت أو المتحرك^١ والعروض التفاعلية الجدارية او اللوحية على الاجهزة الشخصية وادوات عرضها كافة ومدى تاثر الهوية البصرية للمنتجات التصميمية بهذه التقنيات.

الاطار النظري:

أ. تقنيات الإتصال:

لقد اصبح الاهتمام بتقنيات الاتصال يتزايد وياخذ ابعادا اكثر عمقا وشمولا واهمية وتأثيرا وبخاصة من خلال تطور الادوات والتقنيات الاتصالية الحديثة التي زادت من فاعلية الاتصال الجماهيري اذ ان تقنيات الاتصال ومنجزاتها المستمرة وسريعة التطور ومايتصل بها من تكنولوجيا المعلومات انما يمثلان ثورة اخرى انطلقت مع تصاعد الاحساس بان الواقع الاتصالي القائم لم يعد كافيا للوفاء باحتياجات ذلك المجتمع الجديد (١٩، ص٣٩٦) ، وهكذا وجدنا على مدى تاريخ العمليات الاتصالية التي فرضها وجود الانسان كمخلوق لا يمكنه ان يعيش بدون اتصال بالآخرين فتقنيات الاتصال هي مجموعة وسائل او نظم مختلفة توظف لمعالجة المضمون او المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري. (٢، ص١٦)

ان كل مجتمع يخلق ادواته الاتصالية التي تعبر عنها وتوفر لها الممارسات الاتصالية اللازمة التي تتطلبها اليات ذلك المجتمع الجديد وعندما نقول تقنيات الاتصال: نعني انها مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والادوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها اي توصيلها الى الافراد والمجتمعات. (١٤، ص١١)

ب. تقنيات تصميم وسائل الاتصال

تعد الحواسيب من اهم التقنيات المستخدمة في تصميم وسائل الاتصال المختلفة حيث قطعت الحاسبات الالكترونية شوطا كبيرا في مجال التصميم واهتمت في تطور وتقدم نظم التصميم (١٦، ص٢٨)، ومن أهم الاسباب التي تجعلنا نلجأ الى الحاسوب وتقنياته هي:

- حاجة المنتج التصميمي للتعديل والتطوير المستمر
- حاجة المنتج التصميمي للاستجابة السريعة لمتغيرات سوق العمل
- حاجة المنتج التصميمي الى دقة الاداء (١٣، ص٢٥-٢٦)

حيث ان التطور السريع في تقنيات الاتصالات ادى الى ان يشغل الحاسب وبرامج الكمبيوتر دورا كبيرا لدعم الانشطة الحياتية ومنها فن تصميم وسائل الاتصال المختلفة فنحن نعيش الان عصر التكنولوجيا الرقمية ومايعرف بعصر الرقمنة فكل شيء اصبح رقمي واصبحت كلمة digital من الكلمات المتداولة في حياتنا اليومية (٦، ص٢٦٧)

¹ وتشمل الشاشات التلفزيونية العملاقة او لوحة العرض الالكترونية الثابتة Large Format Display

حيث يعود الفضل في ظهور الابداع في المنتجات التصميمية المختلفة الى توظيف التقنية في كافة المجالات وولوج الحاسوب عالم الابداع حيث يخلق ذلك قوة تأثير على التلقي (٣١، ٤٤) (٣١)

ج. خصائص تقنيات الاتصال:

من اهم خصائص تقنية الاتصال الرقمية من خلال تمايزها عن المجالات الاخرى هي: (٢٣، ٢٦٣)

- التفاعلية : وهي المزج بين اكثر من تكنولوجيا معلوماتية واتصالية تمثلها اكثر من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي وهو توصيل الرسالة الاتصالية.
 - التحولية : يمكن لها أن تحوّل معلومات من وسط إلى آخر مثال إرسال رسالة مسموعة إلى رسالة مكتوبة أو منطوقة مثل الشاشات الاعلانية والمطبوعات
 - الكونية : هي البيئة التي تفعل هذه التكنولوجيات لأنها تستعمل فضاء أكبر في أي ناحية من العالم وتسمح بتدفق رأس مال المعلومة في عاصمة المعلومات، لا مركزيتها سمحت بازدهارها في البيئة العالمية خاصة في التبادل التجاري الذي يسمح بأن يتجاوز مشكل الزمن و المكان. (١٩-٢٠-٢١)
- يسعى البحث لبيان دور تقنيات الاتصال في إدراك مكنون الرسائل بطريقة سهلة وإيصالها الى الجمهور المستهدف حيث ان التطور في هذه التقنيات افرزت تغييراً جذرياً في معتقدات وقناعات وثقافات المجتمعات المختلفة وهذا ما انعكس بشكل واضح على كثير من المنتجات التصميمية.

د. الهوية البصرية

تعني الهوية لغوية حقيقة الشيء او الشخص المطلقة المشتملة على صفاته الجوهرية ، وياتى مفهوم الهوية بمعنى التميز (خص الشيء) أي انفرد به (٧، ٨٨٨)، أما الهوية في الاصطلاح الفلسفي القديم قد استقر ليدل على ماهو ما به الشيء هو لوصفه وجودا منفردا متميزا عن غيره، (١٢، ٢٦) ويرى ((Portegess)) بأن الهوية البصرية هي شخصية المنتج المتوافقة مع البيئة المحيطة وهي ما يجعل المكان متميزا عن غيره من الأماكن ومألوفا في نفس الوقت ، ذلك لأن الهوية هي لغة المكان (٨، ٣٥).

ترتبط هوية المنتج التصميمي بثقافة المجتمع، بخصائص شكلية ورموز فيزيائية، لتعبر عن المعاني الجوهرية، والقيم الثقافية السابقة، (٨، ١٧). لكن هذا الجوهر الذي يكمن فيه معنى الهوية، ومن ثم تميزه خصائص شكلية، لا يشترط ارتباطه برموز أو عوامل ثابتة، كما ان القيم الثقافية اصلاً هي مركب من الثابت والمتغيرات (٣، ٩٨) .

وبناءً عليه نجد ان الصورة المادية للهوية البصرية قد تأخذ اشكالا متغيرة عبر الزمان والمكان، ولكن معنى الهوية يبقى واضحاً، وذلك بحسب طريقة فهمنا وادراكنا لمعاني هذه الاشكال، فالهوية تعبير عن معنى الشخص والخصوصية التي تميز مجتمعاً أو بيئة بعينها، وهي تظهر حالة الوجود بصفة معالم مادية أو سلوكية يتم ادراكها بصيغة معينة، لتعبر عن صفات وخصائص كيان الإنسان وحقيقته الوجودية وتميز هويته عن غيرها وتخلق لغة تفاهم مع مختلف الطبقات فتؤثر فيهم بشكل سريع وتحدث التغيير الى المستوى الافضل (٢٢، ٦)

و تعرف الهوية البصرية إجرائياً في هذا البحث بأنها مجموعة الصفات التعبيرية البصرية الناتجة عن التنظيم المكاني فضلاً عن الفعاليات والأحداث الحاصلة في المكان و الهوية نتاج تفاعل الفكر مع الخصائص المكانية للمنتج.

هـ. المنتج التصميمي المعاصر:

ان ما يميز اي منتج تصميمي هي العلاقة بين بعده البنائي الفني والجمالي من جهة ووظيفته من جهة اخرى وتعتمد فاعلية هذه العلاقة على خبرة وابداع المصمم في تنظيمه للعلاقات بين المفردات البصرية في اطار معين (١٥، ١٧) وسوف يتطرق البحث الى المنتجات التصميمية بوصفها الوسيط المادي لعملية الاتصال من اعداد الرسائل الاعلانية و تقنيات عرضها واطهارها الى الجمهور من فكرة و رؤيا تحمل في طياتها هوية المنتج او هوية المؤسسة المنتجة او الحدث. حيث و تشمل هذه التقنيات:

١- لوحات العرض الضوئي العملاقة: و هي عبارة عن شاشات يستخدم فيها لافتات الكترونية للاعلام عن المنتجات او المعلومات وتكون بشكل LED..LCD والبلازما وشاشات الاسقاط الامامية التي تحاكي الناس المتجمعة في مراكز التسوق والمطارات والشوارع التجارية واماكن اخرى (٢١ص٢)، الشاشات الاعلانية باتت جزءاً لا يتجزأ من بيئة الطرق والساحات العامة في أغلب دول العالم، وهي بجانب أهميتها الاقتصادية والتنقيفية والإرشادية، تنطوي أيضاً على أبعاد جمالية لها أثرها النفسي الإيجابي على سالكى الطرق من راكبي السيارات أو المشاة الذين يجدون في الإعلانات على جوانب الطرق الكثير من اللمسات الفنية والجمالية والإبداعية التي تسرّ النظر ومن مميزاتهما:

- تحسين الإنتاجية و الكفاءة و تطوير الخدمات و المنتجات؛
- سرعة الإستجابة لمتطلبات الجهة المستفيدة (24, p.1)

٢- العرض الضوئي على المساحات والواجهات العملاقة: من خلال اجهزة الاسقاط الضوئي على واجهات المباني الضخمة او المساحات الكبيرة المسطحة، ويتم من خلال اجهزة عرض البيانات المخصصة التي تسقط حزم الضوء من مستويات مختلفة وبابعاد محددة على السطوح المتنوعة.

٣- العرض الضوئي التفاعلي: سواء كانت من خلال الواح العرض الضوئي او من خلال تقنية الاسقاط الضوئي على الجدران وواجهات الابنية وتمتاز باضافة كامرات التتبع او مجسات الحركة لتسجيل ردود الافعال وعملة التفاعل الانى مع العرض.

٤- اجهزة العرض الشخصية: تجمع بين النصوص والصور للتعبير عن فكرة ما وتهدف الى التأثير على المشاهد، تعتمد هذه الاجهزة على الحوار بين المرسل والمتلقي عبر رسالتها الاعلانية ، الاحداث في هذه الاجهزة تشبه الاحداث في هذا العالم الذي نكاد نراه من بعيد كاننا ننظر اليه من خلف زجاج فئرى الاشكال والحركات للناس ورائه لكننا لا نسمع ولا ندرك مايجري هناك (١٧ص٩٧-١٠٠)، ومن اكثر اجهزة العرض الشخصي استخداما هي مراقيب الحاسب الشخصي والحوايب اللوحية اضافة الى الاجهزة النقالة الخلوية الذكية.



معبر شيبويا في طوكيو



ساحة تايمز سكوير بمدينة نيويورك

بناء الاطار المفاهيمي			
تقنيات الاتصال	اهدافها	تفاعلية	تخلق تفاعل اجتماعي
		تحولية	المحاكاة البصرية (تحويل معلومات من وسيط مقروء الى مرئي) مع التاكيد على العرض والتعبير
		الكونية	تخطي حاجز الزمان والمكان
الهوية البصرية	الصفة الجوهرية	الفكر	رموز والتعبير عن المعاني
	التمايز والانفراد	لغة المكان	تفاعل المنتج مع الخصائص المكانية والقيم الانسانية
	الخصوصية	الشفافية	ادراك على نحو مباشر طبيعة انتقال المعلومات
مخرجات المنتج التصميمي		لوحات العرض الضوئي العملاقة	
		العرض الضوئي على المساحات العملاقة	
		العرض الضوئي التفاعلي	
		اجهزة العرض الشخصية	

إجراءات البحث:

أ. الاجراءات التطبيقية

اعتمد البحث الى المنهج الوصفي واسلوب الدراسة التحليلية لاختبار العينات المنتخبة من مجتمع البحث بهدف الوصول الى النتائج المتوخاة.

ب. العينة البحثية

استند البحث الى مصادر مكتبية والشبكة الدولية للمعلومات الانترنت لانقاء عينه قصدية من نتاجات التصميم للرسائل الاعلانية والتي تدخل في مجال انتاجها و اخراجها تقنيات الاتصال الرقمية الاعلانية كمحفز اساسي في انشائها وتنوعت بين العرض الضوئي الثابت والاسقاط الضوئي بنوعيه التفاعلي و الساكن و ما يعرض على اجهزة العرض الشخصية خلال متصفحات الشبكة العنكبوتية الواسعة (الانترنت).

ج. اداة الاختبار

استند البحث الى استمارة التحليل كوسيلة للاختبار عن طريق تحديد المؤشرات المستخلصة من الاطار المفاهيمي المذكور سابقا والجدول رقم (١) المعد منها لتحديد اهم محاور التحليل التي تقضي الى نتائج محددة يمكن استخلاصها من مجتمع البحث.

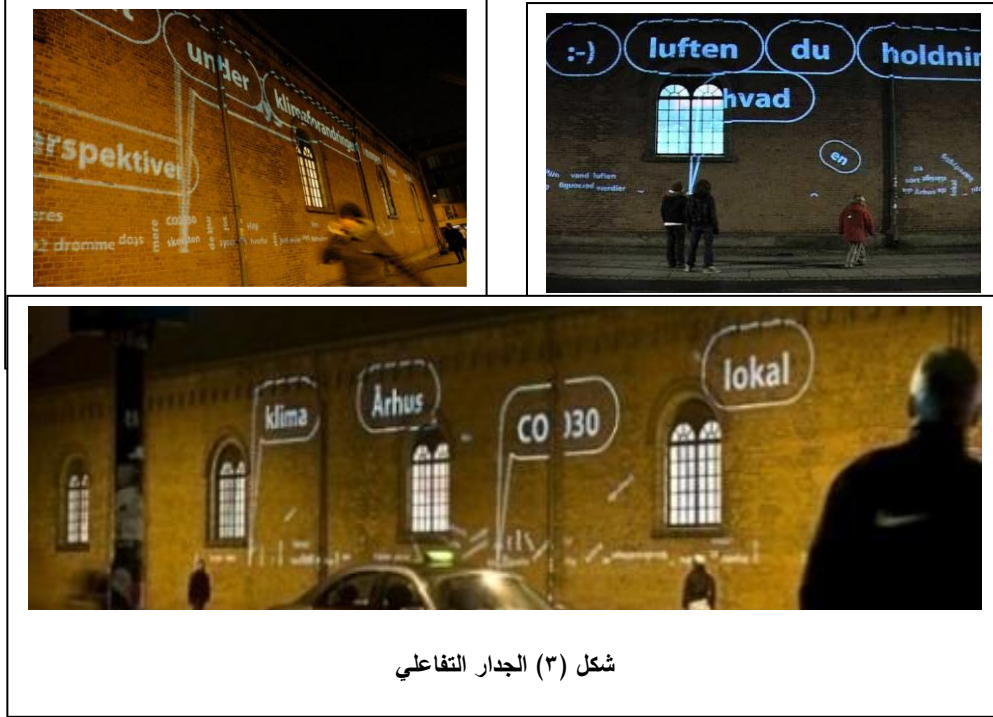
التحليل:

١- عينة رقم (١). (2009). CLIMATE ON THE WALL.

هو عبارة عن مولد تفاعلي للرسائل المناخية التي تستخدم كأنها ستارة المسرح الخلفي تظهر فعالية هذا العرض التفاعلي على الجدار من خلال مولدات العرض وكامرات تتبع وتسجيل ردود الافعال على الجدار وتكون فرصة لفهم تطورات المناظرة المناخية من خلال المؤتمرات السنوية المناخية ومنها مؤتمر kyoto. (25,P.7). معرض المناخ (٢٠٠٩) حيث يمكن للناس في مدينة

المؤتمر الدولي الرابع
الفنون التشكيلية وخدمة المجتمع

أرهوس المشاركة والتفاعل في تحسينات المناخ باستخدام المناخ على الحائط حيث تعرض الجمل للحياة الحضرية الرقمية، وتستخدم واجهة ريد هوسيت (المبنى التاريخي) للعرض عن طريق الإسقاط الضوئي على الواجهة، تتضمن العديد من الجمل المتعلقة بالانبعاثات الكربونية والقضايا المناخية تطفو فوق رؤوس المارة على شكل بالونات نصية، إذا توقف الشخص، فإن الجمل فوق الشخص تنمو وتحول إلى بالون او فقاعة تحوي الن بداخلها. وبهذه الطريقة، كان الناس قادرين على الانشاء والتلاعب بالجمل المتعلقة بتغير المناخ وانبعاثات الكربون¹.



تحليل المشروع :

ان فكرة تصميم هذا الجدار خلقت اثارة بشكل جذاب ومالوف مع الكلمات المكتوبة عليه والتي يستخدمها الناس لوضعها مع بعض في جمل قصيرة)	تفاعلية: تخلق تفاعل اجتماعي بين الناس والمنتج التصميمي	اهدافها	تقنيات الاتصال:
تحولت هنا الكتابات والجمل الى الی بالونات صغيرة حيث تتساقط الكلمات كالفقاعات من الاعلى الى الاسفل ان بالونات تحتوي كلمات تتعلق بما يدور في المحاضرة المناخية مثل (اشجار ، ناس ، مناخ ..)	تحويلية : المحاكاة البصرية (تحويل معلومات من وسيط مقروء الى مرئي) مع التاكيد على العرض والتعبير		
	الكونية		
ان مثل هذه التقنيات انتقلت بالفكر الى العالمية	نتاج عالمي مركزي	الفكر	الهوية البصرية

للمزيد من المعلومات حول فكرة العرض من الموقع الالكتروني : <https://vimeo.com/26423771>¹

حصول التفاعل من خلال ان الانسان المار ممكن ان ينزع هذه البالونات الكلامية وتحريكها وتكوين جمل مناخية مثلا (اشجار اكثر، سيارات اقل) والتفاعل والتعبير عن رأيه	تفاعل المنتج مع الخصائص المكانية والقيم الانسانية	لغة المكان	
الجدار الاعلاني متوافق مع البيئة لانه يخلق بيئة جاذبة تجبر المتلقي على الوقوف امام الواجهة الاعلانية وتسمح لهم بانتزاع الكلمات وجرها عبر الحركة على طول البناية	شخصية المنتج متوافقة مع البيئة		
هناك شفافية عالية في ادراك المعلومات وطبيعة انتقالها	ادراك على نحو مباشر طبيعة انتقال المعلومات	الشفافية	
وفرت هذه التقنية عروض كرافيكية تفاعلية فائقة التقدم تعطي لمستخدمي هذا العرض انطباعات مختلفة.	لعرض الضوئي التفاعلي (اسقاط ضوئي على الجدار)	المنتج	مخرجات التصميمي

٢- فيديو العرض الضوئي لفندق (اتلانيس في دبي) ٢٠٠٨:

واتلانيس بالم هو مجمع فندي سياحي ضخم موجود في دبي، يقع الفندق على نخلة الجميرة في الحجاز شمال الجزيرة وهو اول فندق في العالم يحمل ٨ نجوم^٢ وعند افتتاح الفندق تم تجهيز مساحة عرض بسطح ١٠٠ متر × متر للجمهور المدعو من ٢,٠٠٠ من نجوم العالم على مدار يومين على الشاطئ، حيث استخدمت واجهة الفندق بوصفها خلفية العرض للاسقاط الضوئي و أقنعة النوافذ ذات اللون الوردى كانت مصنوعة من فيلم مثقب للرؤية باتجاه واحد، مما سمح للمواد المستخدمة بالتمازج مع هوية نظام ألوان المبنى، في حين تم طلاء النوافذ لمعالجة مسألة امتصاص الضوء.

كانت قصة عرض الفيديو للعرض، بعنوان ولادة رمز، معززا بالقصة الأصلية من اتلانيس وكيف نظرت الإلهة في الرموز في جميع أنحاء العالم، والبحث عن مكان لوضع أتلانيس، قبل أن ينتهي في النخلة (دبي). وقد لعبت إلهة نفسها الممثلة الهندية، تشورا.

اتاحت التقنية المستخدمة جميع أدوات الإسقاط التقني على نطاق واسع مع العديد من الاجهزة من كريستي^٣، امتدت الصورة المعروضة ٢٢٠ × ٩٥ متر بنسبة عرض ١٦ : ٩، مما يجعلها واحدة من أكبر شاشات العرض من أي وقت مضى. عبر أبراج أتلانيس الملكية، وكانت أبعد مسافة إسقاط من وراء سطح العرض - من منصة تعيين ٨٠ مترا إلى البحر، وعلى بعد ٢١٢ متر من المبنى. لاستيعاب هذه المسافة رمي ٤,٦-٦,٠ : ١ استخدمت عدسة التكبير^(٣)

¹ <https://www.atlantisthepalm.com/ar/>

² https://ar.wikipedia.org/wiki/أتلانيس_دبي

³ <https://www.christiedigital.com/>



شكل (٦) الصورة الضوئية للموسيقى



شكل (٧) الصورة توضح اشهر ابراج العالم

التحليل لهذا المشروع

تقنيات الاتصال	اهدافها	تفاعلية	
		تحولية	تحولت هنا جميع العروض الموسيقية والزخارف الهندسية واشكال امواج البحر الى صور تقنيه رقميه على واجهة الفندق
		الكونية	
الهوية البصرية	الفكر	صفاته الجوهريّة	الانتقال بفكر وهوية المنتج من المحلية الى العالمية لخلق نوع من الاتصال العقلي والروحي مع هذه الواجهات
	لغة المكان	تفاعل المنتج مع الخصائص المكانية والقيم الانسانية	حصول التفاعل بين المبنى والمكان وبين المبنى والانسان من خلال هذه العروض التي تعتبر وسيلة لتعرف المتلقي على العرض ومايحتوي من مشاهد
		شخصية المنتج متوافقة مع البيئة	الواجهة الاعلانية تتميز بتنوع المشاهد مما يؤدي الى تاثير هذا المبنى على بيئته كبير بسبب هذه العروض التي تستقطب الناس من مختلف الاماكن لمشاهدة العروض الفنيّه

المؤتمر الدولي الرابع
الفنون التشكيلية وخدمة المجتمع

الشفافية	ادراك على نحو مباشر طبيعة انتقال المعلومات	الشفافية ناتجة من المتعة الحسية التي توفرها الواجهة الرقمية مع خلق تجربة متجددة للمتلقي
مخرجات المنتج التصميمي	العرض الضوئي على المساحات العملاقة	تعتبر هذه التقنية مؤثرة لتفعيل فضاء الحدث

٣- الشاشة الاعلانية في ساحة المسرح الوطني / بغداد:

تعد ساحة المسرح الوطني في بغداد مثال للفضاء المركزي حيث يكون ملتقى طرق عدة وموزع لكثير من المناطق المهمة في بغداد ويقع فيه المسرح الوطني الذي يعد من المسارح الرائدة في بغداد لتقديم العروض الفنية المختلفة يتميز المسرح بلوحات العرض الضوئي العملاقة تعرض فيها مجموعة من الاعلانات ان دخول هذه التقنية اظهرت عمارة المسرح وكأنه حالة من حالات الاعلان، وهي من (الشاشات العملاقة)^١ في قلب العاصمة بغداد، واستخدمت في البث الترويجي والارشادي ايضا.



شكل (٩) يبين لوحات العرض الضوئي العملاقة الاعلانية الموجودة على جدار المسرح الوطني

التحليل لهذا المشروع

^١ مصطلح شاشة يستخدم في لغة الاعلان المحلي وهي مساحة العرض الضوئي التي تتكون من مصفوفة لوحات العرض الضوئي.

المؤتمر الدولي الرابع
الفنون التشكيلية وخدمة المجتمع

		تفاعلية			
ان هذه الشاشة الرقمية ادى الى خلق سطوح نشطة تعمل على نقل الاحداث والمعلومات وخلق المحاكاة البصرية	المحاكاة البصرية (تحويل معلومات من وسيط مقروء الى مرئي) مع التاكيد على العرض والتعبير	تحويلية	اهدافها		تقنيات الاتصال
		الكونية			
اعلان وترويج و اعلام ارشادي		متنوع	الفكر		الهوية البصرية
حصول التفاعل بين المبنى والمتلقي (لوجود هذه الشاشات) ويمكن ان تسبب الزيادة في فترة المكوث للمشاة المارة	تفاعل المنتج مع الخصائص المكانية والقيم الانسانية		لغة المكان		
خلق فضاء حيوي	ادراك على نحو مباشر طبيعة انتقال المعلومات		الشفافية		
	تعتبر هذه الواجهة احد الآليات لتفعيل فضاء الساحة والشوارع المحيطة		لوحات العرض الضوئي العملاقة		مخرجات المنتج التصميمي

٤- اعلان متحرك على غلاف مجلة التايم الامريكية^١ ، ويمثل هذا الاعلان عن مقال في مجلة التايم عن التكنولوجيا^٢ عن ارتداء التكنولوجيا الرقمية في معصم اليد بعنوان: متصل دائما .. ساعة أبل هي مجرد بداية. كيف يمكن لارتداء التكنولوجيا ان يغير حياتك .. ارتداؤها التكنولوجيا سوف تغير حياتك اعجبك أم لا ويعد الاعلان المطبوع على غلاف مجلة التايم احد طرق الاتصال الأكثر تحصيلا للمشاهدات من قبل الجمهور وهي تصدر بنسختين مطبوعة والكترونية.

¹ <http://time.com/3326576/never-offline/>

² This appears in the September 22, 2014 issue of TIME.



ان هذا الغلاف حقق تفاعل من خلال اثاره الانتباه بوجود قبضة اليد التي تدل على الهيمنه والقيمة اللونية العالية	تفاعلية		
ان فاعلية الشريحة الالكترونية المطبوعة ودقة الاشكال المستعملة وتحقيق وحدة الاقناع من خلال وحدة العناصر المتنوعة الشكلي واللوني	المحاكاة البصرية (تحويل معلومات من وسيط مقروء الى مرئي) مع التاكيد على العرض والتعبير	تحويلية	اهدافها تقنيات الاتصال:
شكل الساعة كشريحة مزروعة في اليد اعطى بعدا اخر في فهم التطورات المستقبلية	تخطي حاجز الزمان والمكان	الكونية	
ناتج من تفكير ابداعي ايحائي لمحور خيالي ابتكاري اذ جسد فكرة اليد المخترقة للفضاء بقبضة تدل على القوة	نتاج عالمي مركزي	الفكر	الهوية البصرية

حصول التفاعل بين ساعة ابل المزروعة في المعصم والتي تعكس جميع بيانات الجسم واللباقة البدنية بتصوير خيالي ناتج من القدرة على تكوين الصور المقاربة للحقيقة	تفاعل المنتج مع الخصائص المكانية والقيم الانسانية	لغة المكان	
اسهمت التقنيه ذات التباين العالي في اظهار التنوع الساحب للانتباه نحو دافعية وظائفية لتحقيق بعد اتصالي وتواصل يثير انتباه المتلقي وتشويقه	شخصية المنتج متوافقة مع البيئة		
اختراق اليد للفضاء ووجود الارقام والاشكال وتراكبها داخل اليد وحركتها التي تبين الاداء التفاعلي للمنتج المعلن عنه	ادراك على نحو مباشر طبيعة انتقال المعلومات	الشفافية	
الاعلان المتحرك في اجهزة العرض الشخصية			مخرجات المنتج التصميمي

النتائج ومناقشتها :

في ضوء استمارات التحليل و الدراسات السابقة في الاطار النظري تم التوصل الى مجموعة من النتائج :

- ١- ان لتقنيات الاتصال الحديثة قوة تأثير على المتلقي والتفاعل معه من خلال امكانية الضوء والصوت والحركة و هذا التطور التقني كان له الاثر البالغ لدى المصمم اذ ابتعد المنتج التصميمي عن الاسلوب التقليدي الى اساليب جديدة من حيث مغايرة الالوان واستعارات شكلية وبرامج وتقنيات حاسوبية
- ٢- حققت تقنيات التعريض الضوئي فاعلية على مستوى النشاط الاجتماعي والتكنولوجي وتعمل على تحقيق الاهداف المرجوة منها سواء اعلامية او تجارية او ثقافية.
- ٣- ان المعلوماتية قدمت العديد من التطبيقات في مجال نقل وايصال المعلومة وان تقنيات الاتصال عبرت عن مفاهيم غيرت العالم المادي الى عالم يعمل فيه الخيال والعلم معا.
- ٤- ان استخدام تقنيات الاتصال على الشبكة العالمية وبالتالي مخرجات العرض على الاجهزة الشخصية جعلت الحدود الزمانية والمكانية غيد محددة.
- ٥- ان انظمة الاتصالات هي انظمة اجتماعية حيث لا يحدث الاتصال بدون الاعلان حيث تلعب التقنيات الرقمية في الواجهات المتحركة دور كبير حيث تضيف للمبنى الهوية وسمة خاصة به تجعل من المبنى محط استقطاب المتلقين.
- ٦- اثرت التقنيات الرقمية على الهوية البصرية للمنتج التصميمي بشكل تطوري حيث ساهم التطور الرقمي بابرار فاعلية الفكرة على جميع المستويات وادى الى ناتج ابداعي ايجابي.
- ٧- حققت النماذج المحللة فاعلية في الاتصال البصري من خلال وجود المضمون التعبيري والرمزي عبر التمثيل الشكلي للمعنى خلال الرمز والصورة والنص الثابت والمتحرك والذي يستدرج سائر الحواس مجتمعة بوتيرة واحدة للمتلقي مما يدفعه للتفاعل معه .

الاستنتاجات:

- ١- يمكن لقوة تأثير تقنية الاتصال دور كبير في تطوير الهوية البصرية للمنتج التصميمي.
- ٢- يمكن للاستقطاب الكبير من خلال تقنيات العرض الهائل ان يعزز الخطاب البصري وبالتالي الهوية والخصوصية.
- ٣- مكنت التقنيات التفاعل المباشر مع النتاج التصميمي الاعلاني من خلال تحري النص والصورة او اضافتها تؤدي الى تنمية خيال الجمهور حول تطور تقنيات العرض وبالتالي المنتج التصميم يكون اكبر تفاعلا وتأثيرا بهم).
- ٤- من الممكن ان تكون الهوية والخصوصية للمنتج التصميم عابرة للحدود الزمانية والمكانية.
- ٥- امكانية اضافة التأثير الهام الى المباني العامة و الخاصة بجعلها احد الادوات الناقلة للمنتج التصميم الاعلاني.
- ٦- تاحت التقنية اضاء الهوية والدلالات الرمزية الى المباني من خلال العرض الضوئي وتكثيف الصور والرموز والنصوص التي تضي له ذلك والعكس ممكن بان تكون المباني المهمة والتاريخية جزء من هوية المنتج التصميمي وخطابه تعزيزا لخطاب الهوية وخصوصيتها.
- ٧- برزت فاعلية تاثير تقنيات الاتصال الرقمي على الهوية البصرية بما يحقق تصور للتفكير المستقبلي كما برزت فاعلية التقنيه لظهور التحدي الزماني بقصد الاثارة.

التوصيات:

- التوسع فبي الاداء والدراسات حول المنتج التصميم التفاعلي كونه تجربة جديدة لامكانية مرونة الرسالة الاعلانية و اشراك المتلقي في قراره ورأية وبالتالي فان هذا المتغير يتطلب الدراسة لمدى تأثيره في اشكالية الهوية والخصوصية.
- ان عبور حدود الابعاد الزمانية والمكانية في اظهار المنتج التصميمي تتطلب دراسة اشكالية الهوية في ظل تحدي تطور التقنية في الحاضر والمستقبل.
- دراسة اثر تعدد الوسائط المستخدمة كمساحات او لوحات عرض المنتج التصميم وتأثيرها في اضاء الهوية المكانية او الزمانية في المنتج التصميمي.
- دراسة ردود افعال الثقافات المختلفة حول هوية المنتج التصميمي من خلال ادوات العرض التفاعلي وباستخدام الشبكة المعلوماتية الواسعة للتوسع في دراسة اثر الكونية والتحول بوصفها اهدافا مهمه في الاتصال البصري.
- دراسة اثر تغير اللغة المكانية في المنتج التصميم وانعكاسها على هويته وخصوصيته من خلال تنوع اماكن العرض والتفاعل في الحدود المكانية.

المراجع

الكتب

١. احمد زاهر، تكنولوجيا التعليم وتصميم وانتاج الوسائل التعليمية ، القاهرة ، الطبعة الاولى ، المكتبة الاكاديمية ، ١٩٩٧
٢. البكري، اياد شاکر، تقنيات الاتصال بين زمنين، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣.
٣. الجادري، رفعت، حوار في بنية الفن والعمارة، لندن، رياض الريس للكتب والنشر، ١٩٩٥.
٤. حجازي، مصطفى، حصار الثقافة بين القنوات والدعوة الاصولية، الدار البيضاء، المغرب، المركز الثقافي العربي، ١، ١٩٩٨.
٥. الحسيني، أياد حسين عبد الله، فن التصميم (الفلسفة النظرية. التطبيق)، الشارقة، الامارات العربية المتحدة، ج٢، ١، الشارقة: (دار الثقافة والإعلام)، ٢٠٠٨.
٦. الحسيني، أياد حسين عبد الله، فن التصميم (الفلسفة النظرية. التطبيق)، ج٣، الشارقة، الامارات العربية المتحدة، ١، الشارقة: (دار الثقافة والإعلام)، ٢٠٠٨.

٧. الحلواني، محمد خير، المنجد في الاعراب والبلاغة والاملاء، بيروت، مكتبة دار الشرق، ط٤، ١٩٧٠.
٨. الحيدري، سناء ساطع عباس، الانتماء المكاني في التجمعات السكنية، بغداد، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة التكنولوجية، ١٩٩٦.
٩. دانا، سيمون، الدليل الكامل إلى التصميم الرقمي الثلاثي الأبعاد، بيروت، دار العربية للعلوم، ٢٠٠٤.
١٠. الدليمي، عبد الرزاق محمد احمد، اشكالية تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الصحافة، بغداد، المجلة العراقية للمعلومات، الجمعية العراقية للمكتبات والمعلومات، مج ١١، ع ١-٢، ٢٠١٠.
١١. رسمي، موسى انتصار و الواسطي، خليل ابراهيم، التصميم الرقمي وتقنيه الاتصالات الحديثة، بغداد، دار الفراهيدي للطباعة والنشر، ط١، ٢٠١١.
١٢. شريح، محمد عادل، إشكالية الهوية في الفكر الإسلامي الحديث، دمشق، دار الفكر، ٢٠١١.
١٣. شفيق، حسنين، الاخراج الصحفي الالكتروني، القاهرة، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، ٢٠٠٩.
١٤. شكري، عبد المجيد، تكنولوجيا الاتصال الجديد في انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩٦.
١٥. صالح، باسم محمد، سمات الحداثة في التصميم الطباعي - الاعلان التجاري أنموذجا، جامعة واسط، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، المجلد ٢٢: الاصدار ٢٢، الصفحات: ٤١٤-٤٣٤، بحوث الفنون والاعلام، كلية الفنون الجميلة، ٢٠١٦.
١٦. فخري، حكمت رشيد، تكنولوجيا الاتصال ودورها في تطور التصميم الطباعي، بغداد، مجلة الاكاديمي، العدد ٦٨، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، مطبعة كلية الفنون التطبيقية، ٢٠١٤.
١٧. محمد، نصيف جاسم، في فضاء التصميم الطباعي، سورية، دمشق، دار الينابيع، الطبعة الاولى ٢٠١١.
١٨. محمد، نصيف جاسم، الابتكار في التقنيات التصميمية للإعلان المطبوع، بغداد، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، قسم التصميم، ١٩٩٩.
١٩. مضحي، جمال عسكر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطور الصحافة، تكريت، مجلة اداب الفراهيدي، جامعة تكريت، كلية الاداب، قسم الاعلام، العدد (٤) ايلول، ٢٠٠٤.
٢٠. الموسى، عصام سليمان، ثورة وسائل الاتصال وانعكاساتها على مراحل تطور الإعلام العربي القومي، المستقبل العربي، السنة ١٨، العدد ٢٠٥، آذار/مارس ١٩٩٦.
٢١. هنودي، داليا طلال ايوب، دور الوسائط الاعلامية في تفعيل الفضاء الحضري، بغداد، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم هندسة العمارة، الجامعة التكنولوجية، ٢٠١٤. اجتماعية، العدد ١٧/ديسمبر/٢٠١٤
٢٢. ال هيتي، هادي نعمان، الاتصال والتغيير الثقافي، بغداد، الموسوعة الصغيرة، منشورات وزارة الثقافة، ١٩٧٨.
٢٣. يوسف، د. حديد/نصيرة، أ. أ. براهيم، تكنولوجيا الاتصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية، الجزائر، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية: العدد ١٧/ديسمبر ٢٠١٤

مواقع إلكترونية

24. Fritsch, J. and Dalsgaard, "media facades beyond interaction", in proceedings of OzCHI, 2008, 20/11/2017.
25. Fritz, Susanne, "Media Façade", Form - The leading European design magazin, www. Architonic.com /instut/ media façade 2008, 20/11/2017

26. http://www.memoireonline.com/01/10/3125/m_Limpact-des-TIC-sur-lentreprise3.html#toc5 22/5/2011
27. https://www.gse.harvard.edu/sites/default/files/guide/HGSE_BrandGuidelines_ed-links-11-14.pdf.2/11/2016
28. <http://rebeccaglaser.wordpress.com>28.3/10/2017
29. http://en.wikipedia.org/wiki/Times_Square29..22/4/2017
30. <https://timetowakeupnews.wordpress.com/2014/09/01/extreme-weather-world-events-earth-changes-prophetic-updates-september-1-25-2014-elul-5774>
31. <http://www.adweek.com/digital/magazine-cover-of-the-week-times-answers-issue23>.25/5/2017
32. Atlantis Spectacular Sees Largest Christie HD Projection:
(<https://www.christiedigital.com/en-us/visual-solutions-case-studies/projector-installations/all-case-studies/Atlantis-Spectacular-Sees-Largest-Christie-HD-Digital-Projection>).4/11/2017