

الاعلام والعمارة أثر الإعلام في تشكيل الهوية المعمارية

*أ.م.د. باسم حسن هاشم الماجدي¹، أ.م.د. أحمد هاشم حميد العقابي¹، زينب خالد رشاد²

(1) أستاذ مساعد، قسم هندسة العمارة، الجامعة التكنولوجية، بغداد، العراق

(2) مهندسة باحثة

الملخص

تناولت الطروحات المعرفية العامة دراسة مفاهيم عدة تنوعت في تأثيرها على حقل العمارة ومفرداته الأساسية ومنها مفهوم الاعلام وما له من اثر في ابراز الملامح العامة للعمارة في العصر الحديث بحسب الواقع والظروف المتوفرة من جهة وعلى تأسيس وتشكيل هوية متوازنة ومستقرة ضمن المجال المعماري العام وبصيغ وأشكال متعددة ومتنوعة وبمستويات عديدة ضمن الاطار المعرفي النظري العام لهم جميعا من جهة اخرى. يهدف البحث لتعريف الاسس العامة للرؤية المعرفية لمفهوم الاعلام ودوره وتأثيره في حقل العمارة وفي تشكيل الهوية المعمارية وهذا ما شكل مشكلة البحث المعرفية والتي جاءت بصيغة (عدم وضوح التصور المعرفي حول تأثير مفهوم الاعلام على العمارة بشكل عام ودوره في بناء وتشكيل الهوية المعمارية بشكل خاص). اما منهج البحث فقد تناول الطرح المعرفي العام حول مفهوم الاعلام وعلاقته بمفهوم الهوية المعمارية ضمن اطر نظرية ومفردات محددة ليتوجه البحث بعدها لتطبيق تلك الاطر على تطبيقات محددة في مجال الاعلام وتحليل نتائج هذا التطبيق واستكشاف وتوضيح حالات التحقق لمؤشرات تلك الاطر مع طرح الاستنتاجات النهائية التي ابرزت اهمية ودور الاعلام في رصد القضايا والمواضيع المعمارية ومعالجتها من خلال شقين (تقني وانساني) اضافة الى اهمية اعتماد تحقق تاثير الاعلام المعماري في تطوير العمارة وعلى قوة تحقق الغايات المباشرة لوظائف الاعلام واعتماد المجالات العلمية والفنية له وبمستويات معينة ما سيكون له الاثر على حالة تحقق الهوية المعمارية المتوازنة والمستقرة.

الكلمات المفتاحية: الاعلام, الهوية, الهوية المعمارية, الاعلام المعماري.

Media and Architecture

Media Effect on the Formation of Architectural Identity

Dr. Basim Hasan Al- Majidi¹, Dr. Ahmed Hashim Al-Aukabi¹, Zainab Khalid Rashad^{2*}

1) Assist. Prof., Dept. of Engineering Architecture, University of Technology, Baghdad-Iraq

2) Engineer researcher

Abstract:

The general cognitive literatures have been studied several concepts which have different effects on the field of architecture and its basic vocabulary, such as the concept of the media and its impact in highlighting the general features of architecture of the modern era, according to reality and the available circumstances on one hand and on the establishment for a balanced and stable identity within the overall architectural field, and within formulas and many varied forms in many levels within the general theoretical cognitive framework for all of them on the other hand. The research aims to define the general principles for the cognitive vision of the concept of the media and its role and influence in the field of architecture and in the formation of architectural identity, which forms the cognitive research problem and that comes as (there is lack in

clarity for the cognitive perception about the effect of the concept of media on architecture in general and its role in building and shaping the architectural identity in particular). The research methodology takes the Literatures which concern with general cognitive of the concept of the media and its relationship to the concept of architectural identity within theoretical frameworks and of specific vocabulary, then the research goes to apply these frameworks to specific applications in the field of information and analysis of the results of this application and explore the verification cases of such frameworks indicators, then introduces the final conclusions highlighted the importance of the media's role in the monitoring of issues and topics of architectural and processed through two-parts (technical and humanitarian) in order to change people's perceptions to the fact that architecture and the preservation of the identity of a society from the impact of globalization as well as the evolution towards global through equilibrium between technology and investment and between culture and traditions.

Key words: media, identity, architectural identity, media architect

مقدمة

تنوع التعامل المعرفي للطروحات العامة في حقل العمارة مع مفاهيم ومفردات عدة وأثر بعضها بشكل واضح وكبير على طبيعة التشكيل العام لمحددات ومؤثرات مهمة في الحقل ومن تلك المفاهيم المؤثرة جداً والغائبة عن الوعي البحثي المعماري هو مفهوم الاعلام وعلاقته بالعمارة وما له من تأثير كبير وواضح في صوغ رؤية معرفية وفكرية لواقع الهوية المعمارية وبشكل تعامل منهجي وعلمي واستراتيجي. وهنا فإن الطرح العام الذي سيتعامل مع توضيح أطر وافاق ذلك المفهوم وتأثيراته في العمارة لابد ان يمر بضرورة توضيح مفردات وقيم معرفية عديدة حول الموضوع في ضوء ما يمكن ان توفره الطروحات العامة من اسناد ودعم لتلك التوضيحات. وهنا لابد من الاشارة الفردية واهمية دراسة ذلك المفهوم وقيمه والجدة المصاحبة له وانعكاس تأثير ذلك بضوء غياب التغطية المعرفية عنه وما سيفرز من مؤشرات ذات أهمية بالغة لواقع الحقل البحثي المعماري بدءاً بالتركيز على دراسته كمفهوم مؤثر وتوضيح أهم الجوانب المحيطة به ومن ثم دراسة مفهوم الهوية المعمارية وتأثيرها به وصولاً لتحديد مؤشرات الطرحين السابقين وصوغهما في اطارين نظريين مستقلين ومتأثرين ببعضهما ومن ثم التطبيق على ما سيطرح من تطبيقات محددة في ذلك المجال وعرض ومناقشة وتحليل النتائج بشكل نوعي وكمي وطرح الاستنتاجات النهائية عن الموضوع.

مما سبق تبرز مشكلة البحث المعرفية كالآتي:

"عدم وضوح التصور المعرفي حول دور مفهوم الاعلام في العمارة بشكل عام والاثار العام في تشكيل رؤيه لهوية معمارية اعلاميه بشكل خاص".

أما عن هدف البحث فيطرح كالآتي:

"توضيح التصور المعرفي حول دور مفهوم الاعلام في العمارة بشكل عام والاثار العام في تشكيل رؤيه لهوية معمارية اعلاميه بشكل خاص"

أما عن خطوات البحث فيطرح الآتي :-

- طرح اطار معرفي عن مفهوم الاعلام ومجاوراته لبناء اطار نظري اول من الطرح السابق.
- طرح اطار معرفي عن مفهوم الهوية المعمارية وتأثير الاعلام عليها لبناء اطار نظري ثانٍ من الطرح السابق.
- إجراء التطبيق الخاص بالاطارين النظريين السابقين على تطبيقات محددة في مجال الاعلام المعماري وطرح وتحليل ومناقشة النتائج.
- توضيح وأستكشاف حالات التحقق لمؤشرات الاطر النظرية السابقة وما يمكن ان يتوضح لنا تصوره عن مفهوم الاعلام في العمارة وفي تشكيل رؤيه لهوية معمارية اعلاميه في الاستنتاجات النهائية.

1- الجزء الاول : الاعلام – المفاهيم العامة

1-1- مفهوم الاعلام

لغويًا/ الإعلام لغة: مصدر الفعل الرباعي أعلم، يقال: أعلم يُعلمُ إعلاماً.. وأعلمتهُ بالأمر: أبلغته إياه، وأطلعته عليه، جاء في لغة العرب: (استعلم لي خبر فلان وأعلمنياه حتى أعلمه، واستعلمني الخير فأعلمته إياه)^[1]. والإعلام في اللغة: هو التبليغ، ويُقال: بلغت القوم بلاغاً: أي أوصلتهم بالشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، ففي الحديث: "بلغوا عني ولو آية"^[2].

اصطلاحياً/ الإعلام: هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا بضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة بالداخل والخارج، وبالأساليب المشروعة لدى كل نظام ودولة.

ولكن "أوتوجروت" الألماني يعرف الإعلام بأنه هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه"^[3].

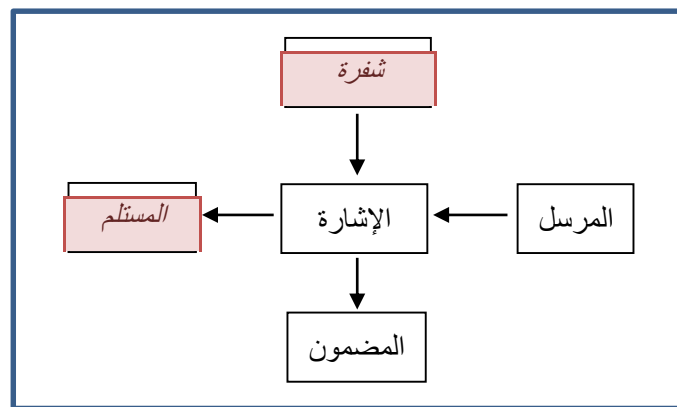
وهذا تعريف لما ينبغي بأن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام قد يقوم بتزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتنقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب لعقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنتشر تعاونهم لاجل المصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز وهكذا يجب أن يكون^[4].

وبذلك يمكن تعريف الإعلام بكونه نقل للمعلومات والمعارف والثقافات السلوكية والفكرية، بطريقة واسلوب معين من خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، وذلك بقصد التأثير، سواء عبر موضوعيا أو لم يعبر، وسواء أكان التعبير لعقلية الجماهير أم لغرائزها.

2-1- الاعلام كوسيلة اتصال وتواصل

الصحافة هي وسيلة اعلامية متعلقة بالمعلومات المقروءة/ المكتوبة فقط، أما الإعلام فهو اتصال بين طرفين بقصد إيصال معنى ما، أو قضية، أو فكرة، للعلم بها واتخاذ موقف معين تجاهها، أو بقصد التواصل وتبادل المعلومات والأفكار، من خلال نظام مشترك من الرموز لتزويد الجمهور بمعلومات ومعارف، ليعاونهم في اتخاذ قرارات بقضية من القضايا^[5]. ويشمل الاعلام كل وسائل الاتصال المتمثلة ب المرئي، المسموع، والمكتوب، وله دور في تعزيز القيم المجتمعية أو هدمها^[6] **والإعلام هو جزء من الاتصال**، فالاتصال اعم واشمل و لا بد من وجود شخص أو هيئة أو جمهور يهتم بالمعلومات فيمنحها أهمية فوق أهميتها، ويكون الإعلام عن تلك العملية الإعلامية التي تتم ما بين ميدان المعلومات وما بين ميدان نشرها^[7].

اذ يمثل الاتصال نقل المعلومات والأفكار من مصدر أو مرسل الى مستلم أو متلق، وهنا تنشأ الحاجة لوسيلة أو واسطة لهذا التبادل فالاتصال هو ارتباط مادي ولا بد من وجود الوسائل المادية لتحقيقه وهذه الوسائل وفقا لنظرية الاتصال كما وضعها Bell تتمثل بالمخطط المبين في الشكل (1).



شكل (1): الهيئة الممثلة للتواصل وفقا لفكرة (Bell)^[8].

والانسان بطبيعته قائما بوجوده على الاتصال فهو لا يستطيع أن لا يتواصل (يبقى صامتا). والتواصلية تتحقق نتيجة للفهم المتوخى من الرسالة من قبل المستلم وذلك على ما يقوم به التواصل من وظيفة اجتماعية، كالمعتقدات والرغبات وغيرها... وان عملية التواصل متلازمة مع عملية الاتصال، بل تكاد تكون شرطا لعملية التواصل، كونها المرحلة الاولى من مراحل التواصل، فلتحقيق التواصل لابد من توفير وسائل الاتصال اذ ان التواصل بين أشخاص ذوي خلفيات مختلفة كليا يمكن أن يحصل على مستوى أولي فقط، إذ أنهم قد يجدون أن قاعدتهم الوحيدة بالتواصل تكمن في أحاسيسه المشترك بالآلم الملموس المحيط بهم مباشرة^[9].

مما تقدم يمثل الاتصال بوفرة الوسائل الملموسة والمدركة بالحواس التي تعمل على نقل المعارف والمعلومات والأفكار وذلك من خلال نظام اجتماعي يخدم التبادل الدلالي الحاصل. كما يتضح ان الإتصال يشتمل على مرتكزات مادية بينما يتطلب التواصل جذور مشتركة (ثقافية) بين المرسل والمرسل اليه وحسب بيئة المجتمع وخلفياته الفكرية والثقافية والاجتماعية. وكناتج نهائي فان الاتصال يمثل مرحلة أولى من مراحل التواصل.

وان علماء الاجتماع يقولون: إن أي مجتمع ينبغي ان يضم عدداً من النظم الإجتماعية اللازمة لبقائه واستمرارية حياته، وإذا تُرست هذه النظم نجد أنها تقوم على الاتصال^[10]. ومثال على ذلك هو النشاط الاقتصادي، اذ يوجد فيه منتج، وموزع، ومستهلك. وإن لم يعرف المنتج ظروف المستهلك وحاجاته ورغباته من السلع، أو لم يعرف المستهلك ما لدى الموزع منها ومواصفات كل منها وأسعارها ومكانها، فإنه لن تكون هناك حركة تبادل تجاري، أو تعامل بينهما، وأن كلا منها لن يعرف الآخر ولن يتعامل معه، إلا إذا حدث هناك تفاعل بينهم يؤدي لمشاركتهم فيما يهمهم من الأمور^[11]، ويمكن ان ينطبق هذا ايضا على العمارة؛ فإذا لم يعرف الانسان الذي يستهلك العمارة (المستخدم) عن الأفكار الموجودة عند المُنتج (المعماري) بواسطة الموزع (المعماري الصحفي) فلن يتحقق التفاعل المطلوب بين المعماري والمستخدم^[12].

وان انتشار الفضائيات قد ساعدت ببناء تنافس، ادى الى تحسين جودة الاداء والانتاج الاعلام العالم بشكل عام، وفي البلدان العربية خصوصا، مما دفع كثيرا منها الى تطوير انتاجياتها، والبحث عن بدائل اكثر علاقة بالمواطنين، كما جعل بعضها يلتفت للمناطق النائية والمهمشة. واخيرا يمكن القول بان الاعلام العربي قدلا يكون ملزما بتقليد التوجه الغربي بكل ما فيه من حرية، فالشرقيون ابناء حضارة كبيرة لها عاداتها وجذورها الدينية التي تختلف عن قيم الغرب، ولكن لا بد من ايجاد تراكيب وبنى اعلامية جديدة، تكون صلة تفاعل وانسجام وتناغم بين اهل الحكم والناس لا وسيلة فرض وتوجيه^[13].

مما سبق يلاحظ ان الاتصال اعم واشمل وان العملية الإعلامية تتم ما بين ميدان المعلومات وما بين ميدان نشرها وان عملية التواصل متلازمة مع عملية الاتصال لذا الاعلام هو جزء من الاتصال وان القدرة على الاعلام وعلى إستقبال المعلومات أضحت من مرتكزات القدرة على السيطرة، وأن إدارة هذه الثروة الإعلامية لم تعد تقل شأنًا عن إدارة الثروات المادية الأخرى للشعوب وقدراتها وسياساتها، فقد كانت مشاركة بهذا الدور، وأصبحت الآن بفضل ثورة التكنولوجيا بعالم الاتصال لها دور رئيس في إحداث التغييرات من خلال تحقق التفاعل بين المعماري والمستخدم.

1-3- وظائف الإعلام وأهدافه:

يجب التمييز (لا الفصل) بين وظائف الإعلام وأهدافه.

1-3-1 أولا: وظائف الإعلام: هي الغايات المباشرة (القريبة) للإعلام وتشترك فيها كل الفلسفات الاعلامية وهي: التوجيه، التنقيف، تنمية العلاقات الاجتماعية، الترفيه، الإعلان والدعاية.

1-3-2 ثانيا: أهداف الإعلام: هي الغايات غير المباشرة (البعيدة) للإعلام، وتختلف باختلاف الفلسفة الاعلامية، ويمكن تصنيف أهداف الإعلام العربي الى عدة مستويات، وكل مستوى إلى جانبين سلبي وإيجابي:

أ- المستوى العلمي:

الجانب السلبي: مقاومه أنماط التفكير الخرافي.

الجانب الايجابي: تأكيد التفكير العلمي القائم على الموضوعية والسببية.

ب- المستوى الفكري:

الجانب السلبي: مقاومه أنماط التفكير الاسطوري.

الجانب الايجابي: تأكيد التفكير العقلاني القائم على المنطقية و العقلانية والروح النقدية والشك المنهجي.

ج- المستوى الديني:

الجانب السلبي: مقاومه أنماط التفكير البدعي.

الجانب الايجابي: تأكيد الفهم الصحيح للدين.

د- المستوى القومي:

الجانب السلبي: مقاومه النزعات المتطرفة.

الجانب الايجابي: تأكيد الانتماء القومي لا بالمعنى العرقي بل بالمعنى اللساني الحضاري.

هـ- المستوى الحضاري:

الجانب السلبي: مقاومه الأفكار المحاولة لإلغاء القيم الحضارية للامة (التغريب)، أو الإبقاء على التخلف الحضاري الذي يحول دون إظهار الدور الايجابي لهذه القيم (التقليد).

الجانب الايجابي: التأكيد على القيم الحضارية الاسلامية وتطويرها، أي لا على الإسلام كدين، بل على الإسلام كثورة اجتماعية ذات مضامين حضارية

و- المستوى السياسي:

الجانب السلبي: مقاومه الأفكار التي تُكرّس للتخلف والتبعية الاقتصادية ، والاستبداد والتبعية السياسية ، والتجزئة، و الجمود أو التغريب الحضاري.

الجانب الايجابي: التأكيد على الأفكار والمفاهيم التي تدعو للعدالة الاجتماعية والوحدة والحرية والاصالة والمعاصرة.

ز- المستوى العالمي:

الجانب السلبي: مقاومه الأفكار الداعية للانعزال عن المجتمعات المعاصرة.

الجانب الايجابي: التأكيد على قيم التعاون الدولي وإقرار التأثير المتبادل بين المجتمعات المسلمة والمعاصرة^[14].

4-1- مجالات الاعلام

أولاً: فلسفه الإعلام (المفاهيم الكلية المجردة التي تستند إليها العملية الاتصالية والاعلاميه)

ثانياً: علم الإعلام (القوانين الموضوعية التي تضبط حركة العملية الاتصالية والاعلاميه).

ثالثاً: فن الإعلام (أنماط وأشكال العملية الاتصالية والاعلاميه).

و التأصيل ينصب أساساً على مجالات الانطواء تحت إطار فلسفه الإعلام لا مجالات الانطواء تحت إطار علم الإعلام.

وبذا فان هذا الموقف يفهم عملية تأصيل الإعلام على أنها نشاط معرفي عقلي محدود بالوحي يبحث بمسلمات نظرية كلية سابقة على البحث بالعملية الاتصالية والاعلاميه.

وهو يقوم على أخذ وقبول إسهامات المجتمعات الغربية بمجال فلسفه الإعلام التي لا تناقض النصوص اليقينية الورود القطعية الدلالة ورد اورفرض ما يناقضها.

غير أن هذا لا يعني القبول المطلق لإسهامات المجتمعات الغربية في مجال الإعلام كعلم وفن، بل يعني أن معيار الأخذ أو الرفض بمجال علم الإعلام هو التجربة والاختبار العلميين ، وكذلك معيار الأخذ أو الرفض بمجال فن الإعلام مدى صلاحية الأنماط المختلفة للعملية الاعلاميه لواقع المجتمعات المسلمة والمشاكل التي يطرحها هذا الواقع^[15].

يلاحظ وجود ارتباط وثيق بين وظائف الاعلام واهدافه بالغاية المطلوبه بمستوياتها القريب والبعيد والتي تختلف باختلاف الفلسفة الاعلامية المتبعة ضمن أي مستوى من مستويات الاهداف بجزئية الايجابي والسلبي.

مناقشة:

مما سبق من طرح ضمن مفهوم الاعلام ووظائفه واهدافه وارتباطاته يتضح اهمية الاعلام في ابراز الجوانب الايجابية والسلبية تبعا للهدف المنشود والمراد تحقيقه على الامد القريب او البعيد ضمن اطر تهدف الى خلق الاتصال والتواصل بين المرسل

(المعماري) والمتلقي (عمامة الشعب) بهدف الاتفاق على جملة من الاطر المعرفية تمثل نواة الهوية لذلك المجتمع ومن هنا يمكننا التوصل الى صيغة اولية للاطار النظري الاول كما في الجدول (1).

5-1- طرح الاطار النظري الاول (مفهوم الاعلام).

وهنا سيتم طرح وتنظيم وترتيب المفردات المستنبطة من العرض المعرفي السابق لمفهوم الاعلام ومقارباته وكما مبين في جدول (1).

جدول (1): الاطار النظري الاول (مفهوم الاعلام) // (المصدر: الباحثين)

الرمز	القيم الممكنة	المفردات الثانويه	المفردات الرئيسية
X.1.1.1	التوجيه	الغايات المباشرة X.1.1	وظائف الاعلام X.1
X. 1.1.2	التثقيف		
X. 1.1.3	تنمية العلاقات الاجتماعية		
X. 1.1.4	الترفيه		
X. 1.1.5	الاعلان والدعاية		
X. 2.1.1	تأكيد التفكير العلمي القائم على الموضوعية والسببية	الجانب الايجابي	اهداف الاعلام X.2
X. 2.1.2	مقاومه أنماط التفكير الخرافي	الجانب السلبي	
X. 2.2.1	تأكيد التفكير العقلاني القائم على المنطقية والشك المنهجي	الجانب الايجابي	
X. 2.2.2	مقاومه أنماط التفكير الاسطوري	الجانب السلبي	
X. 2.3.1	تأكيد الفهم الصحيح للدين	الجانب الايجابي	
X. 2.3.2	مقاومه أنماط التفكير البدعي	الجانب السلبي	
X. 2.4.1	تأكيد الانتماء القومي	الجانب الايجابي	
X. 2.4.2	مقاومه النزعات المتطرفة	الجانب السلبي	
X. 2.5.1	التأكيد على القيم الحضارية وتطويرها	الجانب الايجابي	
X. 2.5.2	مقاومة أفكار (التغريب)	الجانب السلبي	
X. 2.6.1	التأكيد على الأفكار والمفاهيم التي تدعو للعدالة الاجتماعية والوحدة والحرية والاصالة والمعاصرة	الجانب الايجابي	
X. 2.6.2	مقاومه الأفكار التي تُكزّس للتخلف والتبعية الاقتصادية	الجانب السلبي	
X. 2.7.1	التأكيد على قيم التعاون الدولي	الجانب الايجابي	
X. 2.7.2	مقاومه الأفكار الداعية للانعزال	الجانب السلبي	
X.3.1.1	المفاهيم الكلية المجردة	X.3.1 فلسفه الاعلام	مجالات

X.3.2.1	القوانين الموضوعية	X.3.2 علم الاعلام	الاعلام X.3
X.3.3.1	التأصيل	X.3.3 فن الاعلام	
X.3.3.2	انماط واشكال العمليه الاعلاميه		
X.3.3.3	قبول اسهامات المجتمعات الغربيه بمجال الاعلام		
X.3.3.4	فرض معايير القبول والرفض بمجال فن الاعلام		

2- الجزء الثاني: الهوية – المفاهيم المعرفية

1-2- الهوية

1-1-2- المفهوم

و تعني الهوية لغوياً " حقيقة الشيء أو الشخص المطلقة المشتملة على صفاته الجوهرية و ذلك منسوب إلى (هو) [16].

اما اصطلاحياً فتمثل الهوية القدرة على الاستمرار وسط العموم بذاتية فاعلة ومميزة في البناء الحضاري وحافضة للأصول كأنماط أصلية ضمن السيرورة الزمانية او هي البحث في المتشابهات وسط الاختلافات عكس الخصوصية (البحث في الاختلافات وسط المتشابهات) [17].

2-1-2- المستويات

يؤكد (Meiss) في كتاب (Elements of Architectural Form) بانه هنالك ثلاثة مستويات رئيسية للهوية المعمارية وهي:

1- الهوية المعمارية للإنسان ككائن بشري (Architectural Identity for a Man as a Member of a Group):

إن هذا المستوى يتناول الحاجات العمومية الإنسانية و غالباً ما تكون الحاجات الفيزيائية و التجاوز على كافة الحاجات الأخرى مثل الحاجات البيئية و الطبيعية و التاريخية، و خير مثال على هذا المستوى من الهوية ما جاءت به حركة الحداثة ((Modern حيث نرى أن تركيزها أنصب على الجانب الوظيفي و البنائي و الفيزيائي مع إهمال كل المؤثرات المكانية و المناخية و الاجتماعية و الثقافية للمجتمع.

2- الهوية المعمارية للإنسان كعضو في جماعة (Architectural Identity for a Man as a Member of a group):

وهي نوع الهوية التي تعكس الحياة البيئية و الثقافية و الاجتماعية لجماعة أو مجتمع محدد و تهمل الفروقات و الاختلافات بين أبناء المجتمع الواحد، و أن هوية الفرد يستمدّها من هوية الجماعة و يركز البحث على هذا المستوى من الهوية كتعبير عن الهوية المحلية.

3- الهوية المعمارية للإنسان كشخص أو فرد (Architectural Person Identity):

وهذا النوع من الهوية يتعامل مع مقومات هوية الشخص و فصلها عن هوية المجتمع الذي ينتمي إليه، و هو عكس النوع الأول الذي يهتم بالعموميات، فهنا يهتم بالخصوصيات و الفوارق التي تميز هذا الشخص عن أبناء جلدته، و غالباً ما يكون الاختلاف هنا في تفاصيل الفكر و الثقافة لانه من البديهي أن المجتمع الواحد يكون تحت نفس الطرف البيئي و الاجتماعي السائد [18].

يتضح ان الهوية تمثل القدرة على الاستمرار بذاتية ضمن الاطر الحضارية ذات العموم وبمستويات تختلف حسب النظرة اليها وجانب التركيز الذي يريد ايصاله المرسل (المعماري) وتختلف باختلاف الثقافة لذلك المجتمع ويعمل الاعلام ضمن اليات مختلفة تختلف بحسب المستوى المراد ايصاله لتلك الهوية.

2-2- العمارة بين العولمة والعالمية

ترجع جذور العولمة للعالم الكندي مارشال ماك لوهان، حينما صاغ بنهاية الستينات مفهوم القرية الكونية بكتابه "الحرب والسلام في القرية الكونية" وكذلك في كتابه "العالم قرية كونية في إثناء حرب فيتنام". ويرجع البعض لمرحلة منتصف الثمانينات من القرن العشرين اذ احدث ضجة كبيرة.

ترسخ "مفهوم العولمة في حقل الاقتصاد والعلاقات الدولية، ليخرج بعدها، منذ منتصف الثمانينات (القرن العشرين) إلى حقول العلوم الإنسانية الأخرى". وعرفها علي حرب "بمعناها الظاهر هي التبادل المعمم على المستوى الكوني". وكذلك تشير العولمة إلى "التداخل المتنامي والكثيف في العلاقات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على الصعيد الكوني وهو التداخل الذي أصبح من المستحيل ضبط تأثيراته والتحكم فيه بالإجراءات التقليدية كإغلاق الحدود وقطع العلاقات الدبلوماسية".

بإعطاء صفة الكونية إلى العولمة فإنها بهذا المعنى "تمتد إلى كل مظهر وإلى كل جانب من جوانب الحياة، بحيث تؤثر كل منهما في الآخر، ولعل أهمها الجوانب الاقتصادية والسياسية والثقافية". وعند تركي الحمد هي "ظاهرة التوحد الثقافي والاقتصادي التي يشهدها عالم اليوم"^[19].

وفق هذا المنظور يظهر إن جوهر الشيء في ظهوره كعولمة أو عالمية لا يتحدد بصفته هو إنما من خلال النظرة إليه ومن خلال صيغ التعامل معه. فمتى ما كان (المصمم أو المتلقي) منساقاً بذاته دون إبرازها كان جزءاً من عولمته. تسيطر العولمة أو العالمية على مختلف الأصعدة ومنها الاعلام وبخاصة المعماري منها فالاعلام المعماري ينبغي ان يحافظ على الهوية والخصوصية لمجتمع ما من التأثير مابين العولمة والعالمية , ومادام هناك قوتين مهما كان مقدارهما فهناك تفاعل أي تجاذب وتنافر بينهما وعلى اساس هذه الحقيقة فان مثلا العولمة والهوية قوتين تحاول كل منهما ان تهيمن او تسيطر على الاخر فالعولمة المتأتية من الخارج تحاول فرض شروطها والهوية المحلية لها متطلباتها التي قد تتعارض مع ما تفرضه شروط العولمة، والسؤال الذي يطرح نفسه هنا هو ما طبيعة هذا التأثير والكيفية التي يعمل بها؟ وخصوصا بحالة المدن العربية التي تحمل ارثا حضاريا موغل بالقدم والعمق الفكري والذي يرجع لفجر الحضارات الاولى.

ومن هذا نجد انه هناك اربعة انواع من التفاعل بين الهوية والعولمة يعتمد على البعد الثقافي و الاقتصادي للمدينة وكما مبين في جدول رقم 2.

جدول (2): تفاعل الهوية والعولمة ضمن بعدي الثقافة والاقتصاد/ (المصدر: الباحثين)

	التفاعل بين الهوية والعولمة	البعد الاقتصادي	البعد الثقافي
1	تأثير ثقافي اقتصادي	قوي	قوي
2	ذوبان اقتصادي	ضعيف	قوي
3	ذوبان ثقافي	قوي	ضعيف
4	ذوبان ثقافي و اقتصادي	ضعيف	ضعيف

وبالتالي فان البلدان التي لها اقتصاد قوي و ثقافة ذات تأثير قوي فانها تفرض نمطها في البيئة الحضرية وهذا ما حصل في حالة امريكا و الدول الاوربية التي تحاول فرض انماطها التخطيطية على بقية بلدان العالم. اما البلدان العربية التي تمتلك بعداً ثقافي موغل في القدم والاصالة الا ان الجانب الاقتصادي فيها غير متكامل ولا يستطيع التنافس مع التكتلات الاقتصادية العالمية مثل المجموعة الاوربية مثلا او المجموعة الاسيوية ، نجدها تنساق مع القوى الاقتصادية الكبرى والتي تؤثر على مدنها الذي يحتم عليها استعمالات ارض محددة تتماشى مع المتطلبات الاقتصادية العالمية (الاقتصاد المعولم). اما الدول التي تمتلك قوة اقتصادية ولكنها لا تمتلك بعداً ثقافية فانها تحاول استيراد ثقافة العولمة التي هي بطبيعة الحال لا تتعارض مع ما موجود من ثقافة محلية لعدم عمق هذه الثقافة وهشاشتها.

اما الدول التي لا تمتلك البعدين (الاقتصادي و الثقافي) فهي بالغالب مجتمعات بدائية تعيش في عصر اخر غير عصر العولمة فهي بعيدة عن هذه المشكلة^[20].

والمقصود هنا بالتأثير القوي ليس بالضبط العمق التاريخي للثقافة اذ ان الثقافة الامريكية لا تملك البعد التاريخي الذي تمتلكه الثقافة العربية الا ان الوسائل والتقنيات الاعلامية التي يمتلكها الغرب من التأثير بحيث تستطيع تسويق ثقافتها الى بقية بلدان العالم، ففي الاحصائيات الحديثة بلغت الوكالات الاخبارية والاعلامية الامريكية اكثر من 80% من مجموع الوكالات العالمية الكبيرة، ومن هذا نجد كثافة التأثير للثقافة الامريكية بسبب الاعلام.

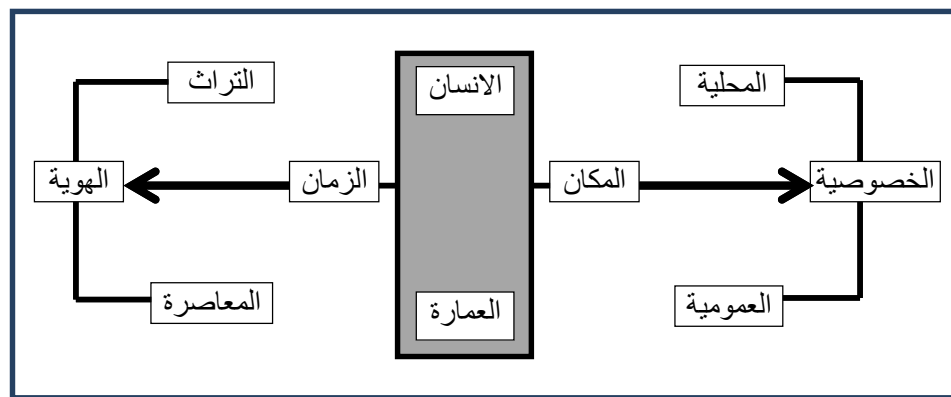
ويشير "الجابري" الى ان العولمة Globalization هي تمثل ارادة الهيمنة وهذا يؤدي لقمع واقصاء الخصوصية. بينما العالمية Universalizing فهي طموح للارتفاع بالخصوصية والذاتية للمستوى العالمي، والعولمة احتواء للعالم، والعالمية تفتح الى ما هو كوني وعالمي، وهو طموح مشروع، ورغبة بالأخذ والعطاء، وفي التعارف والحوار والتلاقح، انها طريق للتعامل مع الآخر بوصفه (الانا الثانية)، وطريق لجعل الاثر يحل محل الاثر. والعالمية اغناء للهوية الثقافية، اما العولمة فهي اختراق لها وتمييع واسقاط^[21].

ويرى "الجادرجي" العالمية بانها تمتاز بالانفتاح لتعميم المعرفة دوليا عن طريق انتقال العلوم والفنون وتتضمن مقوماتها قيم ومفاهيم حقوق الانسان واحترام القوانين. بينما العولمة فهي رغبة الدول المتقدمة بالسيطرة على بقية العالم بأجمعه والتحكم بمصير مختلف اقطاره، ولتحقيق هذا الهدف لابد من فقدان الفرد لخصوصيته وابعاده عن حاجات مجتمعه^[22].

فمع دخول عصر المعلومات و تطور وسائل الاتصال تغيرت مفاهيم المكان و الزمان و العلاقات الانسانية وأصبح الانسان يعيش وكأنه بعالم واحد صغير متصل، لذلك اصبح من الضروري تطوير مفاهيم العمارة بحيث تتلائم مع التغيرات المستقبلية المتوقعة قبل ان تفرض عليها مثلما حدث بعصر الحداثة و ما بعد الحداثة عن طريق تطوير مفاهيم تخطيط المدينة و المسكن بحيث لا تعتمد على ما توارثناه من الماضي فقط و لكن بناء على ما نحتاج اليه في المستقبل ايضا^[23].

وقد شاع استعمال مصطلح الخصوصية للوصف ضمن إطار المجتمع، والهوية في وصف الإنتماء إلى كيان إجتماعي كالأمة أو الإقليم، وبناء على مفهوم الهوية:

تكون الهوية في العمارة هي حقيقتها المشتملة على صفاتها الجوهرية التي تنفرد بها، إلا أن هذه الصفات غير ثابتة وغير مطلقة، إذ لا وجود للعمارة بصيغ مطلقة، بل تقوم وتمتلك صفاتها الأساسية ضمن إطار (الهوية – الزمان والمكان) وبتأثير الإنسان الذي يمثل محور وجودها، فهي تقوم بتلبية لحاجات مادية وروحية، الشكل (2) يوضح تلك العلاقة بين الخصوصية والهوية^[24].



شكل (2): العلاقة بين الخصوصية والهوية

ويقدم "عبد الله عبد الدائم" رؤيته الخاصة من خلال طرحه: ان التعامل مع العولمة القائمة ومع ما تحمله لا يكون بالخضوع لها خضوع المضطر كما لا يكون بنقدتها نقداً مجانياً أو رفضها اصلاً ومبدأً، بل بالحوار معها حواراً يحيلها من "عولمة" محملة بالمخاطر الى "عالمية" قومية وإنسانية^[25]. ويشير النقاد الى ان هذا ما اكده "فoster" في مصرف هونك كونك، حيث كانت التكنولوجيا للمصرف عالمية، ولكن تعبيرية المبنى وخصائصه الفضائية خاصة بالمكان المنفذ فيه، ان لم تكن محلية تماماً، فقد اكد المصمم على اهمية الحرفية لصنع هندسة العمارة كجزء من فلسفة عصرية جديدة، بالاضافة الى صنع الحضارة التكنولوجية التي تنقسمها الان كل البلدان المصنعة. وبينما لا تضمن تكنولوجيا الانتاج المنوع بنفسها تصميم الخاصية العالمية او حتى التماثلات المكانية والحضارية^[26]. تختلف النظرة للموضوع (النتاج) وتصنيفه عالمية او عولمة بحسب طبيعة المرسل وما يريد تحقيقه من اهداف وان الغاية المرجوة من الاعلام المعماري ينبغي ان منها المحافظة على الهوية والخصوصية لمجتمع ما من التأثير مابين العولمة والعالمية بهدف احداث حالة توازن بين استثمار التكنولوجيا المتاحة باختلاف انتاجها وبين متطلبات الثقافة والتقاليد المحلية وصولاً للارتفاع بالخصوصية الذاتية للمستوى العالمي.

2-3- الاعلام والعمارة المحلية

"ان العمارة فكرة تذهب ابعد من مجرد كونها تجميع امثل لمكوناتها الانشائية والمادية اذ انها خاصية بيئية ذات بعد انساني، وفيها توظيف متخصص لمواد البناء والانشاء لغرض اجتماعي يساعد بقاء عمل الناس، والتي تمكنهم من ان يعيشوا معا او البقاء وحيدين، وهي تعطي معنى لمهام الناس ونشاطاتهم اليومية. كما انها تحقق غرض وظيفي وبيئي من خلال تحقيقها الحياة الطويلة، والمواد المستدامة، والاستهلاك القليل في الطاقة، والمرونة بالاستخدام. كما انها لغرض اقتصادي ومالي، اضافة لكونها خاصية جمالية، تتحقق خلال تناسب من الكتل والخطوط، وتناغم بين المصمت والمفرغ، والمعمم والمضيء، أو الصور الظلية. وهي تعبير ثقافي محترم للمدينة ومحيطها، وهي رؤية للمستقبل، او تعبير لاحترام الماضي"^[27]. فإن العمارة كلغة تواصل ينبغي ان تكون حاملة للمعاني، وهنا تجب دراسة القواسم المشتركة بين الانسان العادي والمعماري، لتكون الشفرة بين المرسل والمستقبل موحدة ومفهومة، وهذه تتم من خلال تعليم الناس باللغة والرموز المعمارية، من خلال البحث عن الشفرة المشتركة بينهما. ومما سبق يتضح ان العمارة الأكثر فائدة وجدوى هي التي يدرك مصممها حقيقة كونها مسؤولية إجتماعية، وأن يشعر بأن انتاج هذا المبنى، او ذاك اكثر من كونه مجرد عملية فنية ومالية، بل ان العمارة تركيبة ضرورية بثقافة المجتمع. وهذا الذي يجعل الحاجة ملحة الى "حوار اجتماعي" عن العمارة المحلية، والذي يمكن تحقيقه من خلال الاعلام ووسائله.

وُجدَ ان اصطلاح الصحافة المعمارية (Architectural Journalism) يُقصد به المواد المعمارية المكتوبة/ المقروءة، كالصحف والمجلات المعمارية والكتب.

اما مصطلح الإعلام المعماري، (Architectural Media) فيغلب عليه معنى الادوات الاعلامية المستخدمة بحقل العمارة، مثل: الاوتوكاد، وبرامج التجسيم ثلاثي الابعاد، ولكنه قد يرد ايضاً ليعني الوسائل الاعلامية المتعارف عليها كالمذياع، والتلفاز، واستخداماتها المعمارية. اما مصطلح (Architectural Press) فقد ورد بمعنى صحافة معمارية بالمفهوم الاول نفسه، او يدل على دار نشر، او مطبعة تعمل في هذا المجال مثل (Princeton Architectural Press) التي تقع في نيويورك وتقوم بطباعة ونشر المجلات المعمارية^[28].

فالاعلام المعماري هو: الاعلام الذي يهتم في رصد القضايا والمواضيع المعمارية، ومعالجتها وذلك من خلال وسائل الاعلام المختلفة المسموعة و المرئية والمكتوبة.

ويمكن تقسيم دور الصحافة والاعلام بتطوير العمارة المحلية ضمن المحورين التاليين:

1- دور الإعلام بتطوير العمارة (الدور غير المباشر)

أ- بناء تقارب بين وجهتي نظر المستخدم والمصمم.

ب- الارتقاء بالثقافة المعمارية للمجتمع.

ت- تحقيق التعارف بين الشعوب والثقافات.
ث- الاعلام المعماري كونه رقيباً على بعض المعماريين والمهندسين والعاملين في قطاع التشييد والبناء مما حفزهم لتحسين ادائهم كونه يشكل سلطة رابعة عليهم.

ج- توثيق العمارة

ح- توفير المعلومات واقامة الحملات.

2- دور الاعلام بتطوير البيئة المبنية (الدور المباشر) من خلال الحملات الاعلامية على التصميمات المعمارية^[29].
والخلاصة التي يمكن تدوينها هنا هي ان الاعلام المعماري يتكون من شقين: شق تقني يعني بالادوات، وشق انساني يعني بالمعلومات، وانه يمكن للمبنى ان يكون بذاته صحافة مجتمعية ناجحة تروي العمارة من خلال مواده قصة ما^[30]. هذا بما يتعلق بعلاقة العمارة بالحياة اليومية كمعلومات، اما من ناحية ارتباط العمارة بالاعلام الرقمي كتقنيات وأدوات، فالفكرة الشعبية الشائعة للعمارة الرقمية تتمركز حول عمل الشكل وفق الموضة، وان العمارة من خلال تنصيب وعمل نفسها ضمن مثل معيارية جعلها لم تحقق شيئاً بل عززت ووثقت تغريب نفسها عن الحوار الثقافي والانتقادي، وادراك ان العمارة والمعماريين عندما يجعلون انفسهم وفق نظم معيارية فانهم بذلك يعزلون انفسهم واعمالهم عن واقع وحياة الناس^[31].

2-4- العاملان بمجال الاعلام المعماري

يمكن تصنيف العاملين بمجال الصحافة والاعلام المعماري من حيث المهام التي يقومون بها لتشمل الاعمال الآتية:

- 1- العمل بمجالات الكتابة والنقد المعماري، وتشمل هذه المهمة قيامهم بالكتابات الآتية:
 - أ- الكتابات الناقدة بوسائل الاعلام المقروءة كالمجلات المعمارية واعدة الصحف اليومية لاغراض الحفاظ العمراني، والدفاع عن المدن، كما هو الحال عند الكاتبة الاميركية ايدا لويز هكستيل^[32].
 - ب - كتابة القصص الاخبارية والمقالات بقضايا البيئة المبنية مثل روبرت كامبيل، اذ له عمود اسبوعي بمجلة بوستون بعنوان "تنسيق المدينة"، اذ يقارن فيه بين المشاهد القديمة والحديثة لمدينة بوستون^[33].
 - ت - العمل كمراسلين للصحف والمجلات المعمارية في مجالات التغطية الثقافية، وتطور نمط الحياة من خلال اعداد التقارير الصحفية، وكذلك المقابلات حول الاحداث المعمارية المهمة على المستوى الدولي والعالمي، كالمسابقات المعمارية كما هو الحال عند المعماري الاميركي بول غولد بيرغر في مجلة النيويوركي^[34].
 - ث - عمل كتب ومؤلفات معمارية لدور النشر، وتاليف الكتب بمجالات الاعلام الحديث، والثقافة البصرية، كما في المعمارية الاميركية نانسي ليفنسون، والمعماري الاميركي ليف مانوفيتش^[35].
 - ج - الكتابة عن المعماريين وأعمالهم، وإجراء المقابلات الصحفية مع معماريين وشخصيات ذوي علاقة بهم، كالخططين الحضريين، ومدراء المعاهد المعمارية بالعديد من دول العالم مثل نانسي ليفنسون وحمد حسين^[36].
 - ح - العمل كمعلقين صحفيين بالصحف والمجلات المعمارية، لتحليل المسائل المعمارية والتعليق عليها، كما يفعل المعماري التركي حمد حسين بمجلة (Archi Times) حيث يكتب عموداً في صفحة الرأي بشكل شهري بعنوان "العمود الحر". وكذلك المعماري الأميركي بول غولد بيرغر، حيث يتكرر ظهوره بالافلام والتلفزة، وهو ضيف متكرر في القنوات الاعلامية لمناقشة قضايا الفن والعمارة والمدن، كمناقشة CNN أثر أحداث 11 سبتمبر على العمارة الاميركية^[37].
- 2- التحرير الصحفي والتسويق بالمجلات المعمارية والمجلات المناصرة لحقوق العامة، مثل البروفيسورة الاميركية ميا مودي هول بمجلة الفصول الاربعة، ومجلة المرأة الرشيقة، ومجلات العناية بالصحة المنزلية والصحة المستدامة، وقسم نمط الحياة بمجلة واكو الاميركية^[38].
- 3- العمل كمستشارين لحل مشاكل المدينة ضمن فريق من المصممين والخبراء، مثل روبرت كامبيل الذي يعمل مستشاراً لمعهد عمدة مدينة بوستون بالولايات المتحدة^[39]. او تقديم الاستشارات بمعاهد ثقافية وتعليمية، وللجامعات بشؤون عمارة الحرم الجامعي والمسائل التخطيطية، مثل المعماري الأميركي بول غولد بيرغر مستشار جامعة كورنيل لشؤون حرمها الجامعي^[40].

- 4- إنتاج الافلام السينمائية، والاعمال التي تروي قصص حل مشاكل مجتمعية، مثل المعماري الاميركي ليف مانوفيتش^[41].
 - 5- العمل الأكاديمي والبحثي بأقسام وكليات العمارة، وتقديم محاضرات عامة بالعمارة والتصميم، والحفاظ التاريخي، والمدن، وتدريس النقد المعماري، والصحافة المعمارية، وفن الاعلام الحديث ونظرياته، وغيرها مثل روبرت بنسون في مدرسة بيل للعمارة وجامعة كاليفورنيا في بيركلي^[42].
 - 6- التوثيق والتصوير المعماري المتخصص للثقافات والحضارات على مر التاريخ، كالمصور المعماري جون كيميش، و ثم المشاركة في معارض للاعمال تلك. وكذلك التصوير بحقول التشييد والبناء، مثل التصوير للمعماريين والمصممين والصناعيين والتنانين والمخططين والمصممين الداخليين ومصممي المجسمات والنماذج المعمارية والأنشائيين، وكل الاعمال والمنتجات المرتبطة بالتشييد والبناء، والتحكم بالمناظر المعمارية، والمعالجات اللونية، وتصوير المباني والمنشآت للاغراض التجارية والتعليمية والتوثيقية والمواقع الالكترونية، كشركة التصوير المعماري والجوي التي اسسها غيري ايستر وهواي تيكومساه في ولاية اوكلاهوما الاميركية^[43].
 - 7- البحث بالعلاقة والتفاعل المشترك بين العمارة والمجتمع وقضايا المجتمع الثقافية والاقتصادية، مثل المعمارية الهولندية جاني ردموند^[44].
 - 8- الدفاع عن العمارة التاريخية وتحريك عواطف الناس نحوها من اجل تحويل الرأي العام لاستحسانها، واقامة الحملات الأدبية عن المباني من خلال الشعر والنثر والموسيقى والافلام الوثائقية، كالمعماري الانجليزي جون بتجمان^[45].
 - 9- العمل بوظائف متوازية، كالتصميم والنقد والتحرير والتأليف مثل المعماري الاميركي روبرت آيفي^[46]. وكذلك بيفرلي روسل حيث شغرت مناصب تحريرية رفيعة متعددة بحقل التصميم والصحافة المعمارية^[47].
وبذلك فإن الاعلام المعماري لديه القدرة على التأثير بالمشاريع المعمارية القائمة والمقترحة ليرتقي بها، وان مثل هذه التحليلات بحاجة إلى أن تدمج في معالجات الصحف اليومية ووسائل الاعلام الاخرى، لتغيير إدراك الناس لحقيقة العمارة بأنها ذات دور إخباري ومعلوماتي مهم في حياتهم، وللمساعدة في تغيير الطريقة التي يفكرون بها حول تأثير البيئة المبنية المحيطة بهم.
مناقشته:-
- يتضح مما سبق ان مفهوم الهوية كقدره على الاستمرار بذاته ضمن الاطر الحضارية تختلف باختلاف الثقافه لهذا المجتمع او ذاك فانها تؤثر على النظرة للناتج المعماري وتصنيفه بين العولمه والعالميه او التوازن بينهما بتاثير الاعلام المعماري باستثمار التكنولوجيا المتاحه وكذلك متطلبات الثقافه والتقاليد المحليه لما للاعلام المعماري من دور في رصد القضايا المعماريه حيث يتكون من شقين تقني وانساني. وهنا فان لديه القدره في التأثير بالمشاريع المعماريه القائمة والمقترحه للارتقاء بها من خلال تغيير ادراك الناس لحقيقه دور العماره الاخباري والمعلوماتي في حياتهم ومساعدتها في تغيير الطريقه التي يفكرون بها حول تاثير البيئه المبنية المحيطة بهم. ومن هنا يمكننا التوصل الى صيغه اوليه للاطار النظري الثاني كما في الجدول رقم (2).

2-5- طرح الاطار النظري الثاني (الاعلام والعماره)

وهنا سيتم طرح وتنظيم وترتيب المفردات المستنبطة من العرض المعرفي السابق لمفهومي الاعلام والعماره ومقارباته وكما موضح في جدول (3).

جدول (3): يوضح الاطار النظري الثاني (الاعلام والعماره) / (المصدر: الباحثين).

المفردات الرئيسية	المفردات الثانويه	القيم الممكنه	الرمز	
	التعريف العام Y.1.1	حقيقه الاشياء او الشخص المطلقه	Y.1.1.1	
		القدره على الاستمرار وسط العموم بذاتيه فاعله ومميزه	Y.1.1.2	
		حفظ الاصول كاتماط اصليه ضمن الصيوره السيوره الزمانيه	Y.1.1.3	
		البحث في المتشابهات وسط المختلفات	Y.1.1.4	
الهويه المعماريه Y.1	الهويه المعماريه للانسان ككائن بشري	تتناول الحاجات العموميه للانسان (الفيزيائيه، البيئيه، الطبيعيه، التاريخيه)	Y.2.1.1	
		تعكس الحياه البيئيه والثقافيه والاجماعيه لمجتمع محدد	Y.2.2.1	
	الهويه المعماريه للانسان كعضو في جماعة Y.2.1	اهمال الفروقات والاختلافات بين ابناء المجتمع الواحد	Y.2.2.2	
		التعبير عن الهويه المحليه	Y.2.2.3	
	الهويه المعماريه للانسان كشخص أو فرد	التعامل مع مقومات هويه الشخص وفصلها عن هويه المجتمع	Y.2.3.1	
		الاهتمام بالفوارق والخصوصيات المميزه لابناء الشخص عن جلدته	Y.2.3.2	
العولمه Y.2.1		التبادل المعمم على المستوى الكوني	Y.2.1.1	
		التداخل المتنامي والكثيف في العلاقات الاقتصاديه وغيرها	Y.2.1.2	
		الامتداد الى كل مظهر او جانب في الحياه	Y.2.1.3	
		ظاهره التوحد الثقافي والاقتصادي	Y.2.1.4	
		اراده الهيمنه	Y.2.1.5	
		اختراق وتمييع واسقاط الاخرين	Y.2.1.6	
		الرغبه بالسيطره على الاخرين	Y.2.1.7	
	العالميه Y.2.2		الانفتاح الى ما هو كوني وعالمي	Y.2.2.1
			مشروع طموح ورغبه بالاخذ والعطاء والحوار والتلاقح	Y.2.2.2
			طريق للتعامل مع الاخر	Y.2.2.3
			طريق لجعل الايثار يحل محل الاثره	Y.2.2.4
			اغناء للهويه الثقافيه	Y.2.2.5
	التفاعل بين الهويه والعولمه Y.2.3		تأثير ثقافي اقتصادي	Y.2.3.1
			ذوبان اقتصادي	Y.2.3.2
			ذوبان ثقافي	Y.2.3.3
			ذوبان ثقافي واقتصادي	Y.2.3.4
الاعلام	تكوين الاعلام المعماري	الجانب التقني	Y.3.1.1	

Y.3.1.2	الجانب الانساني	Y.3.1	المعماري
Y.3.2.1	العمل بمجالات الكتابة والنقد المعماري	العمل بمجال الاعلام المعماري Y.3.2	Y.3
Y.3.2.2	الكتابه الناقدة بوسائل الاعلام المقروءة كالمجلات المعمارية واعمدة الصحف اليومية لاغراض الحفاظ العمراني		
Y.3.2.3	كتابة القصص الاخبارية والمقالات بقضايا البيئة المبنية		
Y.3.2.4	العمل كمراسلين للصحف والمجلات المعمارية في مجالات التغطية الثقافية		
Y.3.2.5	عمل كتب ومؤلفات معمارية لدور النشر		
Y.3.2.6	الكتابة عن المعماريين وأعمالهم		
Y.3.2.7	العمل كمعلقين صحفيين بالصحف والمجلات المعمارية، لتحليل المسائل المعمارية والتعليق عليها		
Y.3.2.8	التحرير الصحفي والتسويق بالمجلات المعمارية والمجلات المناصرة لحقوق العامة		
Y.3.2.9	العمل كمستشارين لحل مشاكل المدينة ضمن فريق من المصممين والخبراء		
Y.3.2.10	إنتاج الافلام السينمائية، والاعمال التي تروي قصص تحل مشاكل مجتمعية		
Y.3.2.11	العمل الأكاديمي والبحثي بأقسام وكليات العمارة		
Y.3.2.12	التوثيق والتصوير المعماري المتخصص للثقافات والحضارات		
Y.3.2.13	البحث بالعلاقة والتفاعل المشترك بين العمارة والمجتمع		
Y.3.2.14	الدفاع عن العمارة التاريخية		
Y.3.2.15	العمل بوظائف متوازية، كالتصميم والنقد والتحرير والتأليف		
Y.4.1.1	الحملات الاعلامية على التصميمات المعمارية	دور الاعلام بتطوير البيئة المبنية (الدور المباشر) Y.4.1	دور الاعلام بتطوير العمارة Y.4
Y.4.2.1	بناء تقارب بين وجهتي نظر المستخدم والمصمم.	دور الإعلام بتطوير العمارة (الدور غير المباشر) Y.4.2	
Y.4.2.2	الارتقاء بالثقافة المعمارية للمجتمع.		
Y.4.2.3	تحقيق التعارف بين الشعوب والثقافات.		
Y.4.2.4	رقابه الاعلام المعماري على بعض المعماريين والمهندسين والعاملين في قطاع التشييد والبناء.		
Y.4.2.5	توثيق العمارة		
Y.4.2.6	توفير المعلومات واقامة الحملات		

3- الجزء الثالث: الدراسات السابقة

3-1- الطروحات الفلسفية..

3-1-1- دراسة صبري محمد خليل / 2011 (فلسفه الإعلام)

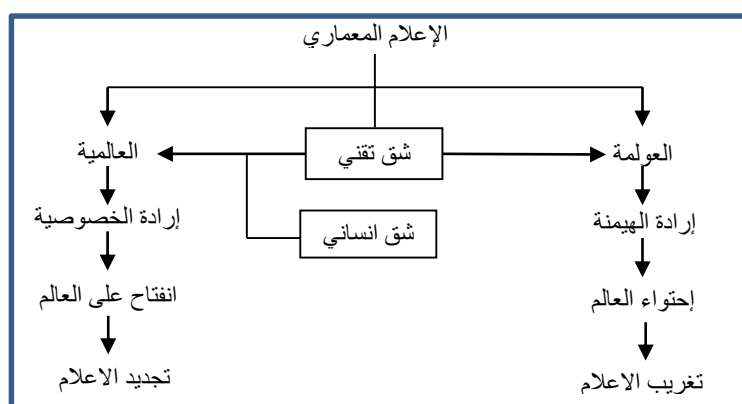
تناول الباحث فلسفه الإعلام من خلال المحاور التالية: حيث تبدأ بتعريف فلسفه الإعلام من جهة الموضوع والمنهج، ثم تتناول التعريف المنهجي للاتصال و الإعلام. دور الإعلام، التخطيط الاعلامي. ثم تتناول بالعرض والتقويم للنظريات الإعلامية الغربية نظرية السلطة (الاستبدادية)، النظرية الليبرالية (الحرية)، نظرية المسؤولية الاجتماعية، النظرية الماركسية (السوفيتية)، النظرية التنموية، نظرية المشاركة الديمقراطية. وأخيرا تتناول الإعلام الاسلامي من خلال تناول قضايا تأصيل الإعلام والمواقف المختلفة منه، التميز بين مجالات الإعلام الثلاثة: فلسفه الإعلام/ علم الإعلام/ فن الإعلام، تعريف الإعلام الاسلامي وأسس الفكرية وأهدافه وظائفه، مقارنة مع النظريات الاعلامية الغربية، الصدق الاعلامي، التخطيط الاعلامي كما تطرقت الى الاعلام العربي والغربي [48].

3-2- الطروحات المعمارية

3-2-1- دراسة تمارة أمين عبد الكريم / 2008 (المونتاج في العمارة المعاصرة)

ناقشت الباحثة موضوع البحث (المونتاج في العمارة المعاصرة) من زاوية مفهوم المونتاج اذ ان أسباب ظهور المونتاج في التصميم المعمارية هو التمويه الذي تسمح به الأشكال الثلاثية الأبعاد من تفرد ويطغى على افتراضية رؤيا الرسومات الداخلية وحركة قلم التصميم التي أدت إلى خروجها عن القوالب الجامدة إلى التجسيد (الشكل المجسم)، بدافع محاكاة العمل الإبداعي الذي يعد نصراً للأسلوب على المادة، وبعبارة أخرى، أضحت الوسط حقيقة الأمر مجسداً للمغزى [49].

مما سبق يمكننا ان ندرج الاعلام المعماري مابين تغريب وتجديد من خلال تعامله مع العولمة او العالمية وكما موضح بالشكل (3).



شكل (3): موقف الاعلام المعماري بين طروحات العالمية والعولمة. المصدر/الباحثين.

4- الجزء الرابع: التطبيق العملي

وسيتم هنا طرح خطوات التطبيق التي ستتم وعلى مراحل عدة منها طرح التطبيقات العامة في مجال الاعلام المعماري بشكل عام بقصد الاستعانة بها عند اجراء التطبيق الخاص باجراء استبيان على عينه منتخبه مختصه ومن ثم اجراء التطبيق ولاحقا طرح تحليل ومناقشة النتائج لهذا التطبيق ليتم اخيرا عرض الاستنتاجات النهائية والتوصيات.

4-1- التطبيقات العامة

بعد ان تم طرح الاطر المعرفية لمفاهيم البحث واستنباط الاطر النظرية الكامنه وعلى مرحلتين حيث تكون اطاران نظريان احدهما (لمفهوم الاعلام) والاخر (للاعلام والعمارة) سيتم التوجه هنا لعرض مجموعه من التطبيقات المعمارية المتخصصة لموضوع

البحث وبشكل عام بحسب طبيعته العرض المعرفي المتوفر في عالم الاعلام المعماري وذلك بقصد الاستفاده منها في اجراء التطبيق الخاص بالبحث اذ سيكون من خلال عمل استبيان يقيس امكانيه تحقق مفردات الاطر النظرية في البحث ويوجه الى فئه وعينه منتخبه ومختصه من المختصين في حقل العماره ودور الاعلام فيه.. وكالاتي....

- تعرض قناة ناشونال جيوغرافيك العربية لمشاهدها، سلسلة تلفزيونية بعنوان "أبوظبي عمارة تتألق" يسعى البرنامج الى ابراز العمارة في ابو ظبي ويبرز من الجانب الاخر قدرة المدينة على الوصول الى ماهي عليه اليوم من تقدم عمراني وخدماتي في وقت خيالي^[50].
- قناة العقارات العالمية تقدم مجموعة متنوعة من الفرص الممتازة للدعاية والاعلان، والرعاية اضافة الى وسائل الاعلام الاجتماعية، وذلك للمساعدة في تسويق وترويج العقارات او الخدمات، اذ توفر قناة العقارات العالمية قاعدة قراء عالمية تتكون من مشتري العقارات والمستثمرين والمستأجرين، والمستأجرين التجاريين والمسافرين لقضاء العطلات والتسوح^[51].
- قناة fine living متخصصة بعالم البناء والديكور وعرض تجارب الناس فيها برنامج كيف (تشتري) بيت وعلى اي اساس تختار البيت من الموقع الى عدد الغرف الى احتياجاتك الحالية و (المستقبلية) وحتى يكون البرنامج ممتع ومفيد فيه تصوير حقيقي للبيوت وتصوير شخص وهو يزور مجموعه بيوت وكيف يختار من بينهم حسب ميزانيته كيف يضع المميزات والسلبيات وعليها يقرر الاحسن له.
- قناة DW تعرض برنامج خاص بالحياة والمجتمع في اوربا المتخصص بعالم الفن والديكور والموضة والهندسة المعمارية واخر التطورات العلمية بهذا المجال كما تستعرض اشهر المباني التاريخية في اوربا ليجري تعريف الناس بها والمحافظة على تذكيرهم بها دائما.

4-2- طرح وتحليل ومناقشة النتائج

بعد ان تم طرح الاطر النظرية الخاصه بالبحث وعرض التطبيقات المعماريه المتخصصه عن الموضوع واجراء التطبيق عليها للمفردات والقيم الممكنه للاطر النظرية ظهرت نتائج تطبيق الاطار النظري الاول والثاني (كما مبين في الجداول أ-1، و أ-2 في الملحق أ)، وسيتم هنا عرض وتحليل ومناقشة نتائج التطبيق وللاطارين النظريين السابقين وعلى مرحلتين هما (التحليل النوعي) و(التحليل الكمي)، وكما مبين في الجدولين (4) و (5). مع ضروره ملاحظه انه تم اقضاء المفردة الثانيه من الاطار النظري الثاني (العماره بين العولمه والعالميه) من التطبيق لبعدها النظري عن الموضوع بشكل عام وللرغبه بالتركيز على حاله المفهوم التفصيلي الخاص بالبحث (مفهوم الهوية في العماره). اذ سيتم عمل استبيان خاصه بالاطر النظرية المطروحه وامكانيات تحقق مفرداتها وذلك بطرحها على عينه منتخبه من المختصين في مجال حقل العماره والمتابعين لحاله التطور الاعلامي في المجال وبحسب التطبيقات المطروحه في البحث سلفا وكما موضح في الملحق....

جدول (4): مناقشة النتائج لمفردات الاعلام / (المصدر: الباحثين)

الاطار النظري	المفردات الرئيسية	المفردات الثانوية	مناقشة النتائج للتحليل النوعي	مناقشة النتائج للتحليل الكمي
الاطار النظري لاول (الاعلام)	اهداف الاعلام	وظائف الاعلام	سجلت النتائج للمفردة الثانوية الاولى تحقق القيم المتمثلة بالاتي (التوجيه، التثقيف، الترفيه، الاعلان والدعايه)	سجلت النتائج للمفردة الرئيسية الاولى تحقق 4 من مجموع 5 قيمة ممكنة
		1-المستوى العلمي	سجلت النتائج للمفردة الثانوية الاولى تأكيد التفكير العلمي القائم على الموضوعية والسببية	سجلت النتائج للمفردة الرئيسية الثانية تحقق 4 من مجموع 14 قيمة ممكنة
		2-المستوى الفكري	سجلت النتائج للمفردة الثانوية الثانية تأكيد التفكير العقلاني القائم على المنطقية والشك المنهجي	
		5-المستوى الحضاري	سجلت النتائج للمفردة الثانوية الخامسة التأكيد على القيم الحضارية وتطويرها	
مجالات الاعلام		6-المستوى السياسي	سجلت النتائج للمفردة الثانوية السادسة التأكيد على الأفكار والمفاهيم التي تدعو للعدالة الاجتماعية والوحدة والحرية والاصالة والمعاصرة	سجلت النتائج للمفردة الرئيسية الثالثة تحقق 4 من مجموع 6 قيمة ممكنة
		2- علم الاعلام	سجلت النتائج للمفردة الثانوية الثانية القوانين الموضوعية	سجلت النتائج للمفردة الرئيسية الثالثة تحقق 4 من مجموع 6 قيمة ممكنة
3- فن الاعلام	سجلت النتائج للمفردة الثانوية الثالثة التأصيل، قبول اسهامات المجتمعات الغربية بمجال الاعلام و فرض معايير القبول والرفض بمجال فن الاعلام			
المجموع الاجمالي للقيم الممكنة المتحققة للاطار النظري الاول (الاعلام)				
سجلت النتائج تحقق 12 من مجموع 25 قيمة ممكنة				

جدول (5): مناقشة النتائج لمفردة الهوية بتاثير الاعلام / (المصدر: الباحثين)

الاطار النظري	المفردات الرئيسية	المفردات الثانوية	مناقشة النتائج للتحليل النوعي	مناقشة النتائج للتحليل الكمي
الاطار النظري الثاني (الهوية المعمارية)	الهوية المعمارية	1- التعريف العام	سجلت النتائج للمفردة الثانوية الاولى تحقق القيم المتمثلة بالاتي (حفظ الاصول كانماط اصلية ضمن الصيرورة السيرورة الزمانية، البحث في المتشابهات وسط المخالفات)	سجلت النتائج للمفردة الرئيسية الاولى تحقق 5 من مجموع 10 قيمة ممكنة
		2- مستويات الهوية	سجلت النتائج للمفردة الثانوية الثانية تحقق القيم المتمثلة بالاتي: - من جانب الهوية المعمارية للإنسان ككائن بشري سجلت القيم بانه تتناول الحاجات العمومية للإنسان (الفيزيائية، البيئية، الطبيعية، التاريخية) - الهوية المعمارية للإنسان كعضو في جماعة سجلت النتائج بانه تعكس الحياه البيئية والثقافية والاجتماعية لمجتمع محدد، التعبير عن الهوية المحلية).	

سجلت النتائج للمفردة الرئيسية الثالثة تحقق 9 من مجموع 17 قيمة ممكنة	سجلت النتائج للمفردة الثانوية الاولى تحقق القيم المتمثلة بالاتي : (الجانب التقني, الجانب الانساني).	1-تكوين الاعلام المعماري	الاعلام المعماري
سجلت النتائج للمفردة الرئيسية الثالثة تحقق 9 من مجموع 17 قيمة ممكنة	سجلت النتائج للمفردة الثانوية الثانية تحقق القيم المتمثلة بالاتي : (كتابة القصص الاخبارية والمقالات بقضايا البيئة المبنية، الكتابة عن المعماريين وأعمالهم، العمل كمعلقين صحفيين بالصحف والمجلات المعمارية، لتحليل المسائل المعمارية والتعليق عليها، العمل كمستشارين لحل مشاكل المدينة ضمن فريق من المصممين والخبراء، التوثيق والتصوير المعماري المتخصص للثقافات والحضارات، البحث بالعلاقة والتفاعل المشترك بين العمارة والمجتمع، الدفاع عن العمارة التاريخية).	2- العمل بمجال الاعلام المعماري	
سجلت النتائج للمفردة الرئيسية الرابعة تحقق 6 من مجموع 7 قيمة ممكنة	سجلت النتائج للمفردة الثانوية الاولى تحقق القيمه : الحملات الاعلامية على التصميمات المعمارية	1- دور الاعلام بتطوير البيئة المبنية (الدور المباشر)	دور الاعلام بتطوير العمارة
سجلت النتائج للمفردة الرئيسية الرابعة تحقق 6 من مجموع 7 قيمة ممكنة	سجلت النتائج للمفردة الثانوية الثانية تحقق القيم المتمثلة بالاتي: (الارتقاء بالثقافة المعمارية للمجتمع، تحقيق التعارف بين الشعوب والثقافات، رقابة الاعلام المعماري على بعض المعماريين والمهندسين والعاملين في قطاع التشييد والبناء، توثيق العمارة، توفير المعلومات واقامة الحملات).	2- دور الإعلام بتطوير العمارة (الدور غير المباشر)	
سجلت النتائج تحقق 20 من مجموع 34 قيمة ممكنة تم اعتمادها للتطبيق	المجموع الاجمالي للقيم الممكنة المتحققة للاطار النظري الثاني (الهوية المعمارية)		

5- الاستنتاجات

- 1- الاعلام نقل للمعلومات والمعارف والثقافات بأساليب وبأدوات معينة بقصد التأثير في عقلية الجماهير فالعملية الاعلامية تتم ما بين ميدان المعلومات وميدان النشر وتعتمد تلازم عمليتي التواصل والاتصال حيث ادارة الثروة الاعلامية مهمة كإدارة أي ثروة اخرى مع اهمية الاشارة الى وجود ارتباط وثيق بين وظائف الاعلام واهدافه بالغاية المطلوبة وبحسب اختلاف الفلسفة الاعلامية المتبعة.
- 2- أن الهوية هي القدرة على الاستمرار بذاتية ضمن الاطر الحضارية ذات العموم وبمستويات مختلفة وكذلك تختلف حسب الثقافة وللإعلام دور باليات مختلفة لدعم وايصال تلك الهوية مع الاشارة الى ان تصنيف أي نتاج بين العالمية والعولمة تتحدد بحسب طبيعة المرسل وما يريد تحقيقه من اهداف، وان الاعلام المعماري يجب



- ان يحافظ على الهوية لمجتمع معين من تأثير العولمة والعالمية ليحدث حالة توازن بين استثمار التكنولوجيا والمحافظة على متطلبات الثقافة والتقاليد.
- 3- ان الاعلام المعماري هو الاعلام المهتم برصد القضايا والمواضيع المعمارية ومعالجتها ويتكون من شقين تقني وانساني، كما وترتبط العمارة بالاعلام الرقمي مع اهمية ذكر ان دور الاعلام المعماري والعاملين به هو تغيير ادراك الناس لحقيقة العمارة بانها ذات دور اخباري ومعلوماتي مهم في حياتهم ربما يساعد في تغيير طريقة تفكيرهم حول تأثير البيئة المبنية المحيطة بهم.
- 4- ان تحقق القيم الممكنة والمؤشرات الثانوية والرئيسية للاطار النظري الاول (الاعلام) كان بواقع كبير وقوي جداً للمفردة (وظائف الاعلام) وشمل مفردتها الثانوية (الغايات المباشرة) مما يدل على قوة تحقق الغايات المباشرة لوظائف الاعلام.
- 5- ان تحقق القيم الممكنة والمؤشرات الثانوية والرئيسية للاطار النظري الاول (الاعلام) كان بواقع ضعيف جداً للمفردة (اهداف الاعلام) وشمل مفرداتها الثانوية (المستوى العلمي، المستوى الفكري، المستوى الحضاري، المستوى السياسي) مما يدل على انحسار قوة واهمية مستويات محددة من اهداف الاعلام.
- 6- ان تحقق القيم الممكنة والمؤشرات الثانوية والرئيسية للاطار النظري الاول (الاعلام) كان بواقع كبير وقوي للمفردة (مجالات الاعلام) وشمل مفرداتها الثانوية (علم الاعلام، فن الاعلام) مما يدل على قوة الاعتماد على المجالات العلمية والفنية في الاعلام.
- 7- يتضح قوة وجود تحقق الغايات المباشرة لوظائف الاعلام وقوة الاعتماد على المجالات العلمية والفنية في الاعلام مع ضعف وانحسار اهداف الاعلام في مستويات معينة عامة وتوازن تأثيرات (مفردات الاعلام بشكل عام) ضمن التطبيقات المعمارية الإعلامية المتخصصة.
- 8- ان تحقق القيم الممكنة والمؤشرات الثانوية والرئيسية للاطار النظري الثاني (الهوية المعمارية) كان بواقع نصف للمفردة (الهوية المعمارية) وتنوع وشمل مفردتيها الثانويتين (التعريف العام ومستويات الهوية) مما يدل على التوازن العام لمحددات الهوية المعمارية وخاصة وجودها ضمن الواقع المعماري بشكل عام والاعلام المعماري بشكل خاص.
- 9- ان تحقق القيم الممكنة والمؤشرات الثانوية والرئيسية للاطار النظري الثاني (الهوية المعمارية) كان بواقع قوي نسبياً متجاوزاً النصف للمفردة (الاعلام المعماري) وتفاوت بين مفردتيها الثانويتين (تكوين الاعلام المعماري) (و العمل بمجال الاعلام المعماري) مما يدل على التوازن العام فيما يخص مجالات العمل بالاعلام المعماري وتأثيرها على الاعلام المعماري خصوصاً والواقع المعماري عموماً
- 10- ان تحقق القيم الممكنة والمؤشرات الثانوية والرئيسية للاطار النظري الثاني (الهوية المعمارية) كان بواقع قوي جداً للمفردة (دور الاعلام بتطوير العمارة) وتنوع وتوازن بين مفردتيها الثانويتين (دور الاعلام المباشر بتطوير البيئة المبنية) (و دور الاعلام غير المباشر بتطوير العمارة) مما يدل على اهمية تنوع ادوار الاعلام المباشرة وغير المباشرة في تطوير الواقع المعماري عموماً .
- 11- يتضح قوة وجود تحقق الاعلام المعماري خصوصاً وقوة تأثير الاعلام في تطوير العمارة وتوازن تحقق الهوية المعمارية وحالة العمارة بين العولمة والعالمية وتوازن تأثيرات (علاقه الاعلام بالعمارة) ضمن التطبيقات المعمارية الإعلامية المتخصصة.
- 12- يتضح اهمية اعتماد تحقق تأثير الاعلام المعماري وتأثيره في تطوير العمارة على قوة تحقق الغايات المباشرة لوظائف الاعلام واعتماد المجالات العلمية والفنية له وبمستويات معينة ما سيكون له الاثر على حالة تحقق الهوية المعمارية المتوازنة والمستقرة.

6- التوصيات

- يوصي البحث بضرورة التوسع في دراسة تأثير مفاهيم الاعلام ضمن اطار الاستدامه على العمارة وامكانيه التوسع في دراسته تأثيرات الموضوع وباتجاهات عده ممكن ان تخدم الاطار المعماري العام.
- يوصي البحث بضرورة دراسة تأثير جوانب اخرى متنوعه من مفهوم الاعلام على حقل العمارة بضوء رؤيه عامه لمفاهيم التقييم وكذلك الحاجه لاشراك فئات عديده من المجتمع في موضوع التقييم الاعلامي لحاله النتاج وتطوره ودوره في صياغه هويه معماريه متميزه.

7- المصادر

- [1] ابن منظور، "لسان العرب"، دار احياء التراث العربي، بيروت، ط1، 1988م، ص 371.
- [2] سفر، د. محمود محمد، "الإعلام موقف"، مطبعة تهامة - السعودية، ط1 1982م، ص21.
- [3] هاشم، السيد ولد، "الإعلام ودور الشباب في تغيير الواقع"، 2013م، مقال متوفر على شبكة الانترنت http://massadirmedia.info/index.php?option=com_content&view=article&id=874:2013-12-24-16-31-06&catid=12:2010-12-09-22-56-15&Itemid
- [4] المتولي رفاعي، عاطف، صور الاعلام الاسلامي في القرآن الكريم /دراسة ماجستير في التفسير الموضوعي، كلية العلوم الاسلامية جامعة المدينة العالمية، ماليزيا، 2011م. <http://media.tafsir.net/ar/books//2867/7840.pd>
- [5] الدليمي، حميد، "التخطيط الاعلامي: المفاهيم والاطار العام"، مكتبة بيروت العربية، ط1، 1998م، ص121
- [6] العبد الله، مي، "ثورة وسائل الاعلام والاتصال"، مقال متوفر في شبكة الصحف المعلوماتية (www.elsohof.com/tahkeekat.html)
- [7] الدليمي، حميد، مصدر سابق، ص121.
- [8] الماجدي، باسم، "التكنولوجيا كآلية للتواصل"، رسالة ماجستير/ قسم هندسة العمارة/ الجامعة التكنولوجية، بغداد 2004م، ص14.
- [9] الماجدي، باسم، مصدر سابق، ص15.
- [10] الدليمي، حميد، مصدر سابق، ص121.
- [11] حنورة، مصري، "كيف نفهم التنوع الفني"، www.balagh.com/thaqafa/590qlwl1.htm
- [12] فراج، أحمد، "قوة وسائل الاتصال الحديثة في التأثير على المجتمع الاسلامي"، القاهرة، 1996م، ص13.
- [13] دويكات، جميل جهاد، "دور الصحافة والاعلام في تطوير هندسة العمارة والبيئة المبنية في فلسطين"، رسالة ماجستير، ز2011م، ص30.
- [14] محمد خليل، صبري، "فلسفه الإعلام"، مقال متوفر في شبكة الانترنت، 2011م.
- [15] محي الدين، عبد الحليم، "إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات"، سلسلة كتاب الأمة التي يصدرها مركز البحوث والدراسات بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية في دولة قطر.
- [16] قاموس المنجد، دار الشرق للطباعة - بيروت، ط22، ص888.
- [17] الفرج، مهدي صالح، "الإصالة في العمارة"، أطروحة دكتوراه /قسم هندسة العمارة/الجامعة التكنولوجية، بغداد 2006م.
- [18] محمد، منافع، "الهوية في الاسكان"، رسالة ماجستير/ قسم هندسة العمارة/ الجامعة التكنولوجية، 2007م، ص17.
- [19] عبد السادة، نجاة، منهج فلسفة التاريخ والعولمة

- [20] الصفار، مازن، "العولمة واثرها على النظام العمراني"، المجلة العراقية لهندسة العمارة، 2010م.
- [21] الجابري، د.محمد عابد؛ "مسألة الهوية الثقافية - تقييم نقدي لممارسات العولمة في المجال الثقافي"، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان - بيروت ط1، حزيران 1998 .
- [22] الجادرجي، رفعت؛ "اشكالية العمارة والتخطيط البنيوي"، عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، الكويت، المجلد27، العدد2، اكتوبر 1998 .
- [23] صادق، هيثم، "عمارة العولمة في مصر وغياب مفاهيم الإستدامة في التصميم/ دراسة حالة المباني الإدارية بالقاهرة الجديدة"، مدرس مساعد بقسم العمارة- كلية الهندسة- جامعة الأزهر، للنشر في المجلة الهندسية لكلية الهندسة جامعة الأزهر ديسمبر
- [24] سلسلة محاضرات نظرية عمارة /دراسات عليا /ماجستير تصميم معماري / الجامعة التكنولوجية
- [25] عبد الدائم، د.عبد الله، "العولمة بين الرفض والاختيار"، مجلة - المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد الاول، 1998 .
- [26] Abel, Chris "Architecture and identity"; Architectural press an imprint of Butler worth, Heirmann, London, 1996.
- [27] اوتول، ش ين، "فلنبدأ الحديث عن العمارة"، 1999 مقال متوفر في www.sbpost.ie/leisure/Arts C.../barometer.html
- [28] دويكات، جميل جهاد، مصدر سابق، ص36.
- [29] دويكات، جميل جهاد، مصدر سابق، ص52.
- [30] Waddle, Chris, "The continuing structure of community journalism", Executive Editor, 2002, www.annistonstar.com/opinion/2002/as-insight-1001-cwaddle-2i30v 5707 .htm
- [31] دويكات، جميل جهاد، مصدر سابق، ص36.
- [32] Huxtable, Ada Louise, "Architecture Biographies, Columbia, Encyclopedia", 2004, www.encyclopedia.com/html/H/Huxtable.asp.
- [33] Camble, Rpbert, "Boston City", 2004, http://conferences.gsd.harvard.edu/sert/html_files/participants.html
- [34] Goldperger, Paul, "Sky Line", The New Yorker Magazine, 2005, <http://provost.syr.edu/lectures/goldberger.asp>
- [35] Levinson, Nancy, "PIXEL POINTS", 2004, www.artsjournal.com/pixelpoints/about/aboutnancy.shtml
- [36] Hammad, Husain, "Curriculum Vitae for Hammad, Husain", 2003, http://archnet.org/shared/cv-one.tcl?user_id=62469&public_p=0
- [37] Goldperger, Paul, "Sky Line", The New Yorker Magazine, 2005, <http://provost.syr.edu/lectures/goldberger.asp>
- [38] Hall, Mia Moody, "Continuing Care and Home Healthcare", 2004, www.baylor.edu/journalism/index.php?id=15320
- [39] Camble, Rpbert, "Boston City", 2004, http://conferences.gsd.harvard.edu/sert/html_files/participants.html
- [40] Goldperger, Paul, "Sky Line", The New Yorker Magazine, 2005, <http://provost.syr.edu/lectures/goldberger.asp>
- [41] Levinson, Nancy, "PIXEL POINTS", 2004 www.artsjournal.com/pixelpoints/about/aboutnancy.shtml

- [42] Goldperger, Paul, "Sky Line", The New Yorker Magazine, 2005, <http://provost.syr.edu/lectures/goldberger.asp>
- [43] Kimmich John, "USA Architectural Photography, 2005 www.buildingtradesdir.com/resources/architectural_photography/architectural_photography.html
- [44] Rodermond, Janny, "Netherlands Architecture Fund", 2002, www.classic.archined.nl/news/0208/rodermond_eng.html
- [45] Betjeman, George, "The English Town in the Last Hundred Years", 1956, www.bbc.co.uk/bbcfour/audiointerviews/profilepages/betjemanj2.shtml
- [46] Robert, Ivy, "Fay Jones", 2004, <http://domino3.nevada.edu/calendar.nsf/0/1F730BD2400083C488256F3500630730?Open>
- [47] Beverly, "Rosel, Interiors & Sources", 2005, www.isdesignnet.com/DesignNews/June98News/news0698_12.html
- [48] محمد خليل، صبري، "فلسفه الإعلام"، مقال متوفر في شبكة الانترنت، 2011
- [49] طلال ، داليا، "دور الوسائط الاعلامية في تفعيل الفضاء الحضري"، رسالة ماجستير/ مقدمة الى هندسة العمارة/ الجامعة التكنولوجية، 2014
- [50] سلسلة تلفزيونية توثق جماليات العمارة في أبوظبي
- [51] <http://www.worldpropertyjournal.ae/real-estate-advertising/>

ملحق أ

جدول رقم (أ- 1) يوضح نتائج الاطار النظري الاول (مفهوم الاعلام) / (المصدر: الباحثين).

المفردات الرئيسية	المفردات الثانوية	القيم الممكنة / الرمز	التحقق
X.1	X.1.1	X.1.1.1	O
		X.1.1.2	O
		X.1.1.3	
		X.1.1.4	O
		X.1.1.5	O
X.2	X.2.1	الجانب الايجابي	O
		الجانب السلبي	
	X.2.2	الجانب الايجابي	O
		الجانب السلبي	
	X.2.3	الجانب الايجابي	
		الجانب السلبي	
	X.2.4	الجانب الايجابي	

	X.2.4.2	الجانب السلبي		
O	X.2.5.1	الجانب الايجابي	X.2.5	
	X.2.5.2	الجانب السلبي		
O	X.2.6.1	الجانب الايجابي	X.2.6	
	X.2.6.2	الجانب السلبي		
	X.2.7.1	الجانب الايجابي	X.2.7	
	X.2.7.2	الجانب السلبي		
	X.3.1.1	X.3.1		
O	X.3.2.1	X.3.2		
O	X.3.3.1			X.3
	X.3.3.2			
O	X.3.3.3	X.3.3		
O	X.3.3.4			

جدول رقم (أ-2) يوضح نتائج الإطار النظري الثاني (الاعلام والعماره) / (المصدر: الباحثين).

المفردات الرئيسية	المفردات الثانويه	القيم الممكنه / الرمز	التحقق
	Y.1.1	Y.1.1.1	
		Y.1.1.2	
		Y.1.1.3	O
		Y.1.1.4	O
	الهوية المعمارية للأنسان ككائن بشري	Y.2.1.1	O
	الهوية المعمارية للأنسان كعضو في جماعة	Y.2.2.1	
		Y.2.2.2	
		Y.2.2.3	O
	الهوية المعمارية للأنسان كشخص أو فرد	Y.2.3.1	
		Y.2.3.2	
	Y.2.3	Y.2.3.1	O
		Y.2.3.2	
		Y.2.3.3	
		Y.2.3.4	
	Y.3.1	Y.3.1.1	O
		Y.3.1.2	O
	Y.3.2	Y.3.2.1	
		Y.3.2.2	
		Y.3.2.3	O
		Y.3.2.4	



	Y.3.2.5		
O	Y.3.2.6		
O	Y.3.2.7		
	Y.3.2.8		
O	Y.3.2.9		
	Y.3.2.10		
	Y.3.2.11		
O	Y.3.2.12		
O	Y.3.2.13		
O	Y.3.2.14		
	Y.3.2.15		
O	Y.4.1.1	Y.4.1	Y.4
	Y.4.2.1	Y.4.2	
O	Y.4.2.2		
O	Y.4.2.3		
O	Y.4.2.4		
O	Y.4.2.5		
O	Y.4.2.6		