هيئة الشارقة للمتاحف
Sharjah Museums Authority

مايو 2024 - العدد 5

مجلة المتاحف في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا



المتاحف و وسائل التواصل الاجتماعي

استكشف المشهد المتطور لاتصالات المتاحف في العصر الرقمي، بدءًا من التجارب الغامرة وحتى وسائل التواصل الاجتماعي





04
المقدمة
سعادة منال عطايا

06
الاختلافات بين تجربة الزائر ومتصفح مواقع التواصل الاجتماعي
يوسف جميل الصالحي

10
من الغموض إلى عالم انستغرام
تحويل التجربة المتحفية -
ملك شنودة

12
المتحف الوطني ورحلة التواصل الثقافي عبر وسائل التواصل الاجتماعي
المتحف الوطني في
سلطنة عُمان

15
المتاحف ووسائل التواصل الاجتماعي
دراسة لتجربة متاحف عجمان
- دائرة التنمية السياحية

18
دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية المتحفية
د.حسني مليطات

21
تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التجربة الثقافية للمتاحف
مريم حمدي وهبة رفرافي

25
نحو بناء منصّات متحفيّة تربويّة: فرص وتحديات من العالم الرّقمي
د. رامي محتسب

30
الذكاء الاصطناعي وتمكين مشاركة المتاحف الافتراضية والاتصالات العالمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي
آلاء محمد عبابنة

35
تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في المتاحف الافتراضية
طالب دكتوراه /
بن قاصير بوبكر

39
المتاحف ووسائل التواصل
أروى محمد حسين

45
مقدمة إلى عالم المتاحف
منة الله ربيع حمدي
عبدالجليل عبدالباقي

50
المتاحف والواقع المعزز الافتراضي: تأثير التطورات التقنية في عرض الأعمال الفنية في المتاحف
محمد عيسى جقدول

53
المتاحف في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا تحقق حلمًا رقميًا
ميرنا القصبي

هيئة الشارقة للمتاحف
Sharjah Museums Authority

رئيس التحرير: سعادة منال عطايا

محرر ومنسق النشر: موزة الياسي - أسماء الوهيبي

التدقيق من إدارة المحتوى والنشر: ليلى وطن دوست - شيخة السويدي - مريم الحمادي - عائشة السويدي

ترجمة النصوص: ريمه سفاريني

التصميم: نكست سوليوشنز

الناشر: هيئة الشارقة للمتاحف

أي آراء أو نتائج أو توصيات تم التعبير عنها في المقالات هي تعبر عن أصحابها ولا تعكس بالضرورة وجهة نظر هيئة الشارقة للمتاحف.

جميع الحقوق محفوظة. لا يجوز إعادة إنتاج أو تخزين أو نقل أو نشر أي جزء من هذا الإصدار بأي شكل أو بأي وسيلة دون إذن مسبق من الناشر.

يتم نشر مجلة المتاحف في الشرق الأوسط من قبل هيئة الشارقة للمتاحف مرة كل سنتين، وتغطي مواضيع مختلفة، وتتمتع بالاستقلالية التحريرية. للمشاركة والاستفسارات، يرجى إرسال بريد إلكتروني إلى: CallforPaper@sma.gov.ae

© مجلة المتاحف في الشرق الأوسط 2024
جميع الحقوق محفوظة، المجلد 4

هيئة الشارقة للمتاحف، ص.ب. 39939
الشارقة، الإمارات العربية المتحدة
هاتف: 5566002 (0) 971+
www.sharjahmuseums.ae

رئيس التحرير



سعادة منال عطايا

رئيس تحرير و مستشار هيئة الشارقة للمتاحف

ربط المجتمعات:

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بهيئة الشارقة للمتاحف على المتاحف

أحدث ظهور وسائل التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة ثورة في أساليب تفاعل المتاحف مع جمهورها، فلم يتعدى هذا التحول الرقمي الحدود الجغرافية فحسب، بل لعب دورًا محوريًا في تعزيز مشاركة الجمهور ودعم الشمولية، لا سيما في ظل التحديات التي فرضتها الجائحة العالمية. وإن تجربة هيئة الشارقة للمتاحف هي خير مثال على أثر توظيف منصات وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الروابط الهادفة مع جماهير متنوعة.

لقد تحولت منصات التواصل الاجتماعي مثل "انستغرام" ومنصة "إكس" و"فيسبوك" و"تيك توك" إلى بوابات افتراضية للمتاحف، مقدمة لمحات عن مجموعاتها ومعارضها، وحتى أنشطتها خلف الكواليس. وإدراكًا منا في هيئة الشارقة للمتاحف لإمكانات هذه المنصات، تبنت الهيئة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتكون أدوات فاعلة للوصول إلى جماهير أوسع وتعزيز تجربة الزوار. وقد نجحت فعلاً عبر تبنيها لعناصر مثل المرئيات الجذابة والمشاركات التفاعلية والسرد القصصي الشيق في إنشاء مجتمع حيوي نشط عبر الإنترنت، متجاوزًا الحدود المادية، وداعيًا الجميع من كافة مناحي الحياة للانغماس في عالم الفن والثقافة.

عندما قيّدت جائحة كوفيد 19- قدرة الوصول الفعلي إلى المتاحف، ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي، فكانت بمثابة شريان الحياة الذي مكّن هيئة الشارقة للمتاحف من الحفاظ على تواصلها مع جمهورها، بل وإلى توسيع نطاق وصولها. وأصبحت المعارض الافتراضية، والفعاليات التي يتم بثها مباشرة، ومقاطع الفيديو عبر الإنترنت للفنون والحرف اليدوية، ظاهرة طبيعية تقدم للجمهور تجارب غنية وهم في منازلهم. كما أتاحت المبادرات الرقمية في هيئة الشارقة للمتاحف، مثل شراكتها مع "متاحف بلا حدود" وعرضها الشامل للمعارض على موقعنا الإلكتروني، استكشاف التراث الثقافي الغني لإمارة الشارقة عن بعد، معززة الشعور بالارتباط والانتماء خلال الأوقات الصعبة للأفراد في جميع أنحاء العالم. فضلاً عن أننا قمنا بتطوير مجموعتنا الدائمة لمعرض الفن العربي، والتي يمكن الوصول إليها عبر الإنترنت في جولة افتراضية.

كما لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دورًا محوريًا في تعزيز الشمولية داخل مساحة المتحف، حيث تعاملت هيئة متاحف الشارقة مع مجتمعات متنوعة، بما في ذلك المجتمعات الأقل حظًا أو البعيدة جغرافيًا، حيث نجحت الهيئة عبر استهدافها الناجح بتواصلها ومحتواها إلى إزالة الحواجز التي كانت تحول دون الوصول إليها، وإلى تعزيز بيئة أكثر شمولية. وإن تعاون هيئة الشارقة للمتاحف مع مجموعات المجتمع المحلي والمنظمات المحلية، بما في ذلك الجامعات، عبر تسخير وسائل التواصل الاجتماعي، يعد من الأمثلة البارزة على التزام الهيئة بالشمولية.

كما أننا قدمنا العديد من المحاضرات عبر الإنترنت بالتعاون مع طلبة الماجستير من الجامعات، والذي أعطانا خبرة قيمة في فهم جمهور أوسع عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية. وقمنا أيضًا بترجمة الأدلة الصوتية إلى لغة الإشارة باستخدام تطبيقات مثل "في-غايد أس أم إيه" (VGuide SMA)، لجعل الجولات ذاتية التوجيه أكثر شمولاً للأفراد من ذوي الإعاقة السمعية. وقد نجحت هيئة الشارقة للمتاحف فعلاً بإثراء تواجدها عبر الإنترنت بإفساح المجال للجماهير بطرح الآراء ومشاركة الأفكار بما يعكس تعدد الهويات والخبرات داخل المجتمع، وخاصة مجتمع الأفراد من ذوي طيف التوحد والأشخاص ذوي الإعاقة.

كما قد شكلت وسائل التواصل الاجتماعي عاملاً محفزًا للابتكار في قطاع المتاحف، مما دفع هيئة الشارقة للمتاحف إلى استكشاف وسائل جديدة للتعامل مع الجماهير والتكيف مع الاحتياجات المتغيرة. فتبنت الهيئة التقنيات الرقمية، من ورشات العمل التفاعلية عبر الإنترنت إلى تجارب الواقع المعزز الغامرة مثل البرنامج الذي أطلقته في نصب المقاومة في خورفكان، مما عزز مشاركة الزوار وخلق تجارب لا تنسى. وقد اكتسبت هيئة الشارقة للمتاحف عبر تسخيرها قوة تحليلات وسائل التواصل الاجتماعي رؤى قيمة حول تفضيلات الجمهور وسلوكياته، مما سمح بتقديم محتوى أكثر تخصيصًا.

لقد تركت وسائل التواصل الاجتماعي أثرًا عميقًا على عالم المتاحف، محدثة ثورة في أساليب تفاعل المتاحف مع جمهورها وتعزيز الشمولية. وهو ما يستدعي إعطاء الاستثمار في المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي الأولية، باعتبارها أدوات اتصال أساسية من أجل البقاء في هذا العالم المعاصر المترابط، وهو ما تؤكده الإحصائيات التي أظهرت أنه بلغ عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العالم منذ عام 2022 نحو 4.66 مليار نسمة، أي نحو 60 بالمائة من سكان العالم. ولابد من الإشارة هنا إلى انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في منطقة الشرق الأوسط بشكل خاص، حيث تتميز دول مثل المملكة العربية السعودية وقطر والإمارات العربية المتحدة ببعض أعلى معدلات انتشار وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى العالم. وإن وسائل التواصل الاجتماعي سوف تستمر في لعب دور محوري في تشكيل مستقبل المتاحف وجعل الفن والثقافة أكثر سهولة وشمولاً للجميع، خاصة في الوقت الذي نمضي فيه قدمًا في مواجهة تحديات عصر الجائحة وما بعدها. ■



الاختلافات بين تجربة الزائر ومتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

لا تبدأ تجربة الزائر حين يشتري تذكرة الدخول للمتحف، إنما عند نقطة قبل ذلك؛ تتلاقى فيها دوافع لها صلة بإثراء الهويّة الشخصيّة لديه، وتصوراته في بناء المعاني التي يكتسبها من تلك الزيارة، وتضيءُ له الظلمات المتراكمة فوق المعرفة، ما تجعله قادرًا على التخطيط لزيارته بأكملها، وتحديد الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها من تلك الزيارة، حتى تصبح زيارته ذكريات طويلة الأمد.

يمكن أن نتساءل في عصرنا الحالي إلى أي مدىً يمكن أن تتقارب تجربة الزائر في شكلها وجوهرها، مع المتصفّح لمواقع التواصل الاجتماعي للمتحف كانستغرام على سبيل المثال؟ وماذا ينطوي على مشاهدة مقتنى ما في المتحف في شريط فيديو مصوّر بأقل من دقيقة واحدة؟ وما المعاني التي يستطيع أن يُكونها المتصفّح من وراء الشاشة مقارنةً بما يكونُه الزائر داخل المتحف؟

هناك علاقة بين زوار المتاحف ومتصفحين حسابات المتاحف عبر مواقع التواصل الاجتماعي. فكيف يمكن دراسة هذه العلاقة؟ هل هي علاقة بين طرفين يكمّل كلٌ منهما الآخر. أم أنها علاقة عكسية، فكل تأثير إيجابي يقابله تأثير سلبي. أو ربما علاقة طردية بوجود متغيرين يتناسبان مع بعضهما. أحاول في هذه المقالة إثارة التساؤلات حول هذه العلاقة وتأثير كل طرف منهما على الآخر؟ وإن كان من الممكن أن يتم توظيفها لخلق ممارسات جديدة من شأنها أن تحقق نتائج أفضل لتجربة المتصفح والزائر في آن معاً؛ مما قد يساعد على خلق روابط جديدة ونقاط التقاء بينهما، أو ربما تمهد لأزمة مستقبلية للمتاحف وتحد من وصول الزوار إليها!

المتحف بين تجربة الزيارة وتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

تؤدي المتاحف دورًا حيويًا في بناء مجتمع قائم على المعرفة. وتقوم بمهمات البحث والجمع والحفظ، وتقدم تجارب متنوعة في الاستكشاف والتعليم والترفيه.1 يمكن القول بأن لكل زائر نمط خاص لزيارته، وتجربة مختلفة في تكوين خبرته في المتحف. وليس بالضرورة أن نرى هذه الخبرة وهي تحدث، أو المعرفة وهي تُكتسب، إنما نراها لاحقاً في سلوك الأشخاص وتأثيرها على الذاكرة والهوية الشخصية.2 وهكذا يتحقق المعنى والهدف من التجربة لدى الزائر. وكما أوضح سلفرمان في دراسته فإن الخبرة التي يصنعها الزائر هي عملية تذكر واتصال مستمرّة.3 ويُدعّم فالك هذه النظرية بتأكيده أن الأثر المهمّ لزيارة المتحف لن يتحقّق آنيًا، بل في وقتٍ لاحق، حيثُ يتحوّل التغيُّر إلى مواقف وسلوكيّات ومعرفة.4 وقد يرتبط ذلك إلى حدٍ ما عندما يرى الزوار شيئاً يثيرُ انتباههم أثناء زيارتهم للمتحف، فهم يحاولون أن يفهموه انطلاقًا من خلفياتهم أو ما لاحظوه لتوّ. فيتذكّرون معلوماتهم وتجاربهم السابقة ويربطونها بالمعلومات والأفكار الجديدة التي تثيرها المقتنيات. مما يمكّنهم من بناء فهم جديد أو طريقة تفكير أو ردة فعل مختلفة.

يمكن القول بأن خبرة الزائر تبدأ في طريق الذهاب إلى المتحف، والوصول إليه والتجول في ممراته. وقراءة المنشورات المطوية حول المتحف والسير في قاعاته والوقوف أمام المقتنيات أو الأعمال الفنية وتأملها وفهم خلفياتها، وإثارة التساؤلات حولها والتفاعل معها سواء بشكل شخصي أو مع الآخرين، ممّا يُضيف البعد الاجتماعي الذي يحققه التواجد في المتحف مع الزوار الآخرين. ولا شك بأن هذه الخبرة لا تنتهي مع انتهاء الزيارة، إنما تمتد خارج حدود المتحف ويمكن للزائر أن يستحضرها في المكان والزمان المناسبين. فكيف يمكن النظر إلى خبرة الزائر الذي يقف أمام مقتنى ما في المتحف إلى جانب مجموعة من الزوار ومقارنتها بتجربة المتصفح عبر مواقع التواصل الاجتماعي للمتحف.

إن التواجد في المتحف يتيح الفرصة للتفاعل مع الزوار من خلال إبداء الملاحظات والاستماع لوجهات النظر وإثارة النقاشات، وربما الاستماع إلى معلومات حصريّة من أحد الزوار حول مقتنى ما بناءً على خبرات مسبقة لديه؛ ما يجعل عملية تبادل المعرفة ذات آفاق أوسع، وتتيح التفكير بشكل نقدي ويساعد لاحقًا في استحضار المعلومات من خلال تذكّر التجربة البصرية المقترنة بالمقتنى، والتجربة الاجتماعية مع الزوار داخل المتحف.

وعلى الرغم من اختلاف ما يتعرض إليه زائر المتحف وما يتعرض إليه المتصفح عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن الأخيرة تتيح للمتصفحين الاطلاع على الأعمال الفنية والمقتنيات التي يتم نشر صور لها، والقراءة عنها ومشاركتها عبر المنصات الرقمية المختلفة وكتابة التعليقات. تلك الممارسات جزء من المواكبة والاتساق مع التطور التكنولوجي الذي نشهده في عصرنا الحالي، ومثالاً على تسخير الأدوات الرقمية لتصبح المواقع الإلكترونية منصات اجتماعية تتيح المعلومات وتشاركها ليس مع شريحة واحدة فحسب، بل مع مختلف الشرائح. ما يعني ذلك الوصول إلى طبقات جديدة من الزوار المحتملين للمتاحف.

كما يمكن للمتصفح التعمق في البحث إن أراد ذلك عن طريق محركات البحث الإلكترونية. بالإضافة إلى الضغط على الرابط الموجود في تعريف موقع انستغرام الخاص للمتحف الذي يأخذ المتصفح إلى الموقع الإلكتروني ليقوم بجولة افتراضية أو ربما خوض تجربة أو لعبة مصممة لتعزز فهمه لعمل فني ما. لذلك لا يمكن إطلاق أية أحكام لتحديد العلاقة بين الزيارة الفعلية للمتحف والزيارة الافتراضية عبر المواقع الإلكترونية من الجولة الأولى، دون الأخذ بعين الاعتبار النظر إلى مكونات وتداعيات كل طرف منهما، وكيف يؤثر أحدها على الآخر.

كيف تبدو المقتنيات في المتحف عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

تأتي الكيفيّة التي يتم بها تصميم المقتنيات في المتحف بما يتناسب مع الزوار من مختلف الأعمار والخلفيات والخبرات، ممّا يمكّن الزوار من المشاركة الاجتماعيّة أثناء تواجدهم في معارض المتحف.5 وقد يُلاحظ ذلك في المعارض الأكثر تقليديّة، التي تقوم بعرض المقتنيات أو القطع الفنيّة أو اللوحات. وهذا ما يجعل الزوار على نحو مرن من القدرة على المشاركة مع الآخرين، وأبسط ما يمكن أن تبدأ من خلاله محادثة بين الزوار في المتحف قد يكون طلب أحدهم بالتقاط صورة تذكارية إلى جانب عمل فني من زائر آخر. ربما يؤدي ذلك إلى تبادل الآراء حول هذا العمل، وإثارة النقاشات حول فلسفة الفنان ودوافعه، وتقييم العمل من وجهات نظر مختلفة. بينما يبدو النهج المعاصر للمتاحف غير مهتمًا بتجميع الأعمال وعرض المقتنيات، وإنما يبحث في إمكانية تطوير المعروضات واستكشاف الطرق التي يمكن بها للتكنولوجيات الحديثة أن توصل المعرفة وتعزز التعلم من خلالها.6 وتُستخدم في هذا الصدد تقنيات جديدة لتصميم المقتنيات التي تمكّن الزوار من التفاعل معها وبالتالي تجعلهم أشد انغماسًا في التجربة.

لا شك بأن هناك تباين في دور مواقع التواصل الاجتماعي بين المعارض التقليدية والمعارض المعاصرة -إن جاز التعبير- وقد يؤثر ذلك على خبرة المتصفح، حيث أن هناك مفارقة واضحة عندما يقوم متحف ما بعرض لوحة فنية عبر موقع انستغرام كصورة ثابتة، وعندما يقوم بعرض فيديو تم تصويره كما يُعرض في المتحف لنفس اللوحة بتقنية العرض الرقمي التي تبث الصورة بشكل متحرك على سقف الصالة وأرضيتها وجميع الجدران. إن وضع المتصفح على مواقع التواصل الاجتماعي أمام هذين الاحتمالين يجعله على الأقل منكشف أمام نوع جديد من تقنيات العرض الحديثة المستخدمة مؤخراً في المتاحف. وهذه المقارنة لا تعني بالضرورة تفوق أحد الاحتمالين على الآخر، إنما تحفز المتصفح للحضور إلى المتحف والتواجد فيه ومشاهدة اللوحة وخوض التجربة. وأعتقد أن ما يثير الاهتمام هو البحث في كيفية توظيف تقنيات العرض الحديثة في المتاحف ليتم استخدامها وعرضها على مواقع التواصل الاجتماعي.

يمكن النظر إلى العديد من العوامل التي قد تؤثر بشكل سلبي على تجربة الزوار أثناء زيارتهم للمتحف، فإن كان تصميم المقتنيات موجه بما يتلائم مع المجموعات، فكيف إذاً ستؤثر على تجربة الفرد عندما يمر أمام مقتنى تفاعلي يحتاج إلى مجموعة مكونة من خمسة أشخاص، ولدينا على سبيل المثال زائر يفضل المجيء إلى المتحف في وقت مبكر لتجنب الازدحام، ولا يوجد زائرين آخرين في المعرض للاستعانة بهم، بهذه الطريقة لا يستطع الزائر خوض التجربة. وفي حال تكرار مواقف مشابهة، فسوف يكون لديها أثر سلبي على تجربته الشخصية في زيارة المتاحف وربما يعمل على تعميمها بقصد أو من غير قصد قبل دخوله إلى متاحف أخرى.

قد يكون الوجه الآخر للمقتنيات التفاعلية التي يبدو عليها وكأنها تخلق أنماطاً من التفاعل بين الزوار، إلا أنها تنحصر بين المُستخدم والتكنولوجيا في معظمها، وتحد بشكل أو بآخر من المشاركة الجماعية. لأجل ذلك ربما يمكن ربط هذا النوع من العلاقة التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي وفهمها كوسيط بين المتصفح الافتراضي والمتحف، فإذا كان هناك مقتنى تفاعلي ما على سبيل المثال تقوم فكرته على استخدام شاشة إلكترونية وتعتمد بشكل مباشر على اللمس، فمن الجدير توظيف هذه التقنية وبرمجتها على الموقع الإلكتروني للمتحف والترويج لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإتاحتها للجمهور، لأنها لا تتطلب الحضور الشخصي إلى المتحف، بحيث يتمكن المتصفحون الافتراضيون خوض هذه التجربة عن بُعد من خلال الأجهزة الذكية الموجودة بحوزتهم ويستخدمونها بشكل يومي. دون أن يلغي ذلك أهمية الحضور للمتحف والمشاركة والتفاعل مع مقتنيات أخرى تتطلب التواجد فيه. ومع مراعاة التوجه المستقبلي لممارسات أكثر متقدمة تكون فيها مواقع التواصل الاجتماعي وسيطاً فعالاً بين الزوار والمتاحف.

على صعيد آخر إن اصطحاب الزائر لمجموعة من الأشخاص قد يشكّل عائقاً أثناء زيارة المتحف، قد لا يستغرق الوقت الكافي للوقوف أمام المقتنيات، ما يقلل من المعرفة والمتعة التي

1 تعريف مصطلح المتحف وفق المجلس الدولي للمتاحف International Council of Museums.
2 Rennie, Leonie. (2007). Museums as learning institutions. Rowman Altamira.
3 Silverman, L. (1995). Visitor meaning making in museums for a new age. Curator, 38(3). 161-170.
4 Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2000) Learning from museums: Visitor experience and the making of meaning.
5 01-Heath, Christian and Dirk vom Lehn (2008) Configuring Interactivity: Enhancing Engagement in Science Centers and Museums. Social Studies of Science38, no.1 63
6 Bradburne, James M. (2000) Interaction in Museum: Observing Supporting Learning. (Hamburg: Libri Books on Demand).

مؤلف



يوسف جميل الصالحي

مؤسس ومدير مهرجان إيليا للأفلام القصيرة

يوسف الصالحي مخرج سينمائي وأكاديمي وباحث في الشأن الثقافي، وهو مؤسس مهرجان إيليا للأفلام القصيرة في القدس عام 2018. يعمل حاليًا على أطروحة ماجستير الإدارة الثقافية تحت عنوان "إنشاء متحف للسينما في القدس: الإمكانيات والتحديات". الصالحي محاضر أكاديمي لمساقات صناعة الأفلام والمحاضرات السينمائية والتسويق الرقمي. نشرت له مقالات أدبية في مجلة فلسطين الشباب، ومراجعات نقدية للأفلام السينمائية، وله العديد من المؤلفات البحثية الأكاديمية في السينما والإدارة الثقافية، منها "السيرة السينمائية للصورة الفلسطينية سلافة جاد الله"، و"دور الدبلوماسية الثقافية في تسويق فيلم فرحة للمخرجة دارين سلام" و"تحقيق الاستدامة الثقافية في المؤسسات الفلسطينية". كما أن لديه اهتمامات في مجالي إدارة حفظ التراث الثقافي وإدارة المتاحف.



يمكن تحقيقهما في تلك الزيارة. كما أنّ ازدحام المتحف بالزوار قد يؤثر على التجربة بأكملها، ما يؤدي إلى استعجال حركة الزائر أثناء جولته، وعدم قدرته على الوقوف أمام المقتنيات الأخرى. يمكن القول بأن الظروف المحيطة أثناء زيارة المتاحف لا تكون بصورة مثالية في معظم الأوقات، فهل يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تكون حلاً بديلاً في المستقبل للهروب من الازدحام والضجيج في المتاحف؟ قد تبدو الإجابة على هذا السؤال بنعم أو لا، لكن المبررات لكلا الاحتمالين لا يمكن حصرها. حيث يمكن أن تزدحم مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً بأنواع عديدة من منشورات المحتوى الرقمي والإعلانات المملة التي يمكنها أن تشتت المتصفحين. وقد يؤثر عدم اتباع استراتيجية معينة لتنظيم نشر المحتوى أو عدم وجود هوية بصرية واضحة على تفاعل الزوار الافتراضيين. لذلك يجب على المتاحف أن تقدم صورة مشابهة لنفسها عبر منصاتها الاجتماعية، وتضع استراتيجيات واضحة لنوعية وجودة المحتوى الرقمي الذي يُنشر على المواقع الإلكترونية الخاصة بها.

إن ما يميز هذه المنصات هو سهولة الوصول إلى البيانات في أي وقت ممكن بعد نشرها، من خلال حفظها في محفظة المُستخدم، أو عن طريق البحث بكتابة الوسم المرتبط بالشيء الذي يجري البحث عنه. وكأن هذه المنصات تشكل من أدواتها أرشيف إلكتروني للمتصفحين، حيث يمكنهم الرجوع لمشاهدة الصور ومقاطع الفيديو لمقتنيات المتحف أو المقابلات المسجلة مع أمناء المتاحف.

المحتوى الرقمي للمتاحف على مواقع التواصل الاجتماعي

يعتمد موقع انستغرام بشكل رئيسي على صناعة ونشر المحتوى الرقمي المرئي والمسموع من خلال الصور ومقاطع الفيديو، أكثر ممّا يعتمد على النصوص. وقد ساهم كموقع إلكتروني في التسويق لنشاطات المؤسسات الثقافية بما فيها المتاحف لما يتمتع به من سهولة وسرعة في تدفق المعلومات، بالإضافة إلى شعبيته لدى مستخدميه. وقد يبدو انستغرام منصة رقمية للمتاحف ذات أهمية، فهي معرض إلكتروني يمكن تصفحه في أي وقت ممكن. هناك وجهة نظر بأن الصور ومقاطع الفيديو التي تُنشر على موقع انستغرام لا تلبي رغبة الزائر ولا تشبع فضوله، فإذا كان المقتنى مشغولاً يدوياً على سبيل المثال، فإنه على الأغلب سوف يظهر بصورة مسطحة، بحيث لا يمكن للزائر أن يرى المجسم بأبعاد مختلفة، وبحسب هذا الادعاء فإن الصورة هنا قد تقلل من القيمة الفنية للمقتنى.

إذا عمل الفريق الإبداعي بقسم التسويق في المتحف على إعداد محتوى رقمي مُصّور ومصمّم بشكل احترافي يثير الحس الفني لدى المتصفح على موقع انستغرام، فإن ذلك قد يؤثر على رغبة الزائر وربما يحفزه للقدوم إلى المتحف لمشاهدة المقتنيات عن قرب. كما يمكن لمقاطع الفيديو المصورّة أن تكون لافتة أكثر، لقدرتها على استعمال وسائط متعددة تستطيع جذب الانتباه وإثارة الفضول، سواء كانت المواد المصورة تهدف إلى الترويج للمعارض التي يقيمها المتحف، أو الأعمال الفنية التي يقتنيها، أو كانت مجرد قصص قصيرة تُظهر المتحف وتُعرف عنه وعن نشاطاته بطرق إبداعية.

قمت بتتبع اثنين من أهم المتاحف في العالم عبر منصة انستغرام بهدف رصد الملاحظات، وهما متحف الفن الإسلامي في قطر، ومتحف متروبوليتان للفنون في نيويورك. جديرٌ بالذكر بأن هناك تباين بين توظيف الأدوات التي يتيحها موقع انستغرام، حيث توجد متاحف تواظب النشر بشكل مستمر ودوري، وتخلق مع الوقت هوية بصرية متجددة مستوحاة من طبيعتها كمتحف، وتوظّف الموارد اللازمة لصناعة محتوى إبداعي ومتنوع. بينما هناك متاحف غير نشطة على المنصات الرقمية، وتقوم بالنشر بشكل متقطع، وقد لا تعير اهتمامًا بهويتها البصرية. وفي كلا الحالتين، فإن المتاحف تستخدم هذه المنصة كوسيط لتتواصل من خلالها مع الجمهور وتستقطب الزوار إليها.

أثناء تتبعي لاحظت أن هناك توجهان يمكن لأي متحف تبني أحدًا منها في العمل عبر موقع انستغرام. ينظر التوجه الأول إلى التعامل مع المحتوى الرقمي بحذر لأن التجربة الافتراضية لا يمكن أن تساوي التجربة الفيزيائية. يجب على الأعمال الفنيّة أن تحافظ على قيمتها وأثرها، وذلك من خلال عدم إتاحتها بشكل إلكتروني. يتعامل هذا التوجه مع المحتوى الرقمي كأداة تسويقية تهتم بالتعريف عن المتحف والإعلان عن نشاطاته، دون أن تتطرق بشكل معمق نحو الأعمال الفنية أو المقتنيات، وترك قرار زيارة المتحف للمتصفح نفسه.

بينما ينظر التوجه الثاني إلى الترويج للأعمال الفنية ومقتنيات المتحف من وجهة نظر تدعم بأننا اليوم في عصر تكنولوجي متقدم، ينبغي فيه استخدام هذه الوسائل لتحقيق الغرض الذي أنشأت لأجله. حيث يتعرض المتصفح للأعمال الفنية والمقتنيات، وقد يجعله ذلك مهتمًا بزيارة المتحف للاطلاع عليها عن كثب والقراءة عنها وعن فكرة العمل وصاحب العمل الفني أو المقتنى.

توظيف الأدوات لصناعة محتوى رقمي للمتاحف على موقع انستغرام

إن العامل المشترك للتفاعل بين المتاحف ومواقع التواصل الاجتماعي هو الجمهور، وكأن هذه النقاط الثلاث تشكل معاً مثلثاً يمكن اعتبار كل ضلع فيه هو القاعدة. وهنا يكمن دور المتحف في توظيف أدوات موقع انستغرام لخلق علاقة مع المتصفحين وتطويرها والحفاظ عليها ويمكن تحقيق ذلك من خلال:

- نشر قصص تعريفية عن المتحف والقطع الفنية والمقتنيات.
- استضافة فعاليات عبر البث المباشر والحديث مع الفنانين.
- إطلاق جولات افتراضية عبر مقاطع فيديو قصيرة لاستكشاف المتحف.
- الاستفادة من تقنيات العرض التكنولوجية في المتحف.
- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للتفاعل مع الزوار.
- التقاط الصور ومقاطع الفيديو لمراحل تجهيز المعارض وما خلف الكواليس.
- تنظيم تحديات ومسابقات ترفيهية لتعزيز الجانب المعرفي للزوار.
- استطلاعات الرأي والتصويت حول الأعمال الفنية.
- إعادة نشر القصص القصيرة والصور التي يلتقطها الزوار خلال زيارتهم في المتحف.
- توثيق ونشر لقطات من الجولات الميدانية في المتحف.
- تشجيع الزوار على إنشاء محتوى في مستوحى من المتحف.

إن الاستراتيجات التي تضعها المتاحف لتوظيف أدوات مواقع التواصل الاجتماعي؛ هي ما تحدد طبيعة العلاقة بينهما، فإذا كانت الاستراتيجية تنظم تقديم محتوى إبداعي للمعروضات، سيؤثر ذلك في التسويق الرقمي للمتحف مما يساهم في تحفيز المتصفحين لزيارته لاحقاً. بينما يشكل غياب الخطة الاستراتيجية تحدياً أمام المتاحف. حيث يجب أن تتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي كأنها جزءاً مكمّلاً لها، لتحويل التجربة من متصفح افتراضي إلى خبرة زائر فعلي في المتحف.



المصادر والمراجع

Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2000) Learning from museums: Visitor experience and the making of meaning.

Bradburne, James M. (2000) Interaction in Museum: Observing Supporting Learning. (Hamburg: Libri Books on Demand).

Heath, Christian and Dirk vom Lehn (2008) Configuring Interactivity: Enhancing Engagement in Science Centers and Museums. Social Studies of Science38, no.1 63-01.

Rennie, Leonie. (2007). Museums as learning institutions. Rowman Altamira.

Silverman, L. (1995). Visitor meaning making in museums for a new age. Curator, 38(3). 161-170.

وهبة، نادر. (2020) العلوم والمتاحف يد التعلم وخبرة المخيّلة. مؤسسة عبد المحسن القطان.

من الغموض إلى عالم إنستغرام:

تحويل التجربة المتحفية

كانت المتاحف في المنطقة حتى وقت قريب تجتذب جمهورًا متخصصًا من فئة عمرية وخلفية معينة فقط. وكان من الشائع رؤية زوار مثقفين كبار في السن في المكان أو من ارتبطت أعمالهم بالمتاحف بطريقة أو بأخرى. أما فئة الشباب، فلم تكن تزور المتاحف إلا في المناسبات النادرة، والتي غالبًا ما تكون تعليمية وبتنظيم من مدارسهم. لقد كان الجزء الأكبر من المجتمع معزولاً لعقود عن تجربة المتاحف النادرة. وكانت الأعمال الفنية محاطة بهالة غامضة، وكان الصمت المخيف يسود قاعات المعارض، ولم يكن يجرؤ أحد على التقاط الصور أو بدء حوار. إلا أن دخول وسائل التواصل الاجتماعي مؤخرًا إلى هذه المؤسسات الثقافية شكل تغيرًا محوريًا في تصور مختلف الأجيال للمتحف. وقد تأثرت بها جميع جوانب المتاحف، بدءًا من البرامج والتنظيم إلى القدرة على الوصول والتوعية والتواصل والإنتاج الفني.

لقد أتاحت منصات وسائل التواصل الاجتماعي تطوير استراتيجيات السرد القصصي والتواصل بما يلبي احتياجات التركيبة السكانية والجماهير المختلفة، مما جعل المتاحف سهلة الوصول وأكثر جاذبية. وقد شجعت هذه الجماهير الجديدة المتاحف على تصميم برامج مختلفة تضمن بأن يجد كل جيل ما يثير اهتمامه عند زيارتها. لقد حولت وسائل التواصل الاجتماعي زائر المتحف من مراقب سلبي يشعر بالرهبة إلى مشارك فعال نشط. يرغب الزوار اليوم في المشاركة والنشر وإنشاء محتوى وأن يصبحوا جزءًا من توجه ما أو عرض نمط حياة معين، وصارت المتاحف أيضًا كمساحات عامة أكثر، تقام فيها التجمعات واللقاءات، وتندرج في خطط عطلات نهاية الأسبوع، مقدمة تجارب جديدة وترفيهيه وتعليمية.

وإنه من المهم ملاحظة الفرق بين المتاحف التي لم تتبنى وسائل التواصل الاجتماعي، وتلك التي أدركت أهميتها بصفتها أداة فعالة وتكيفت معها. فقد كافحت العديد من المتاحف الإقليمية على مدى عقود، والتي تضم كنوزًا لا تقدر بثمن، من أجل البقاء، إلا أنها تحولت مع مرور الزمن إلى أماكن غير ذات أهمية بسبب عدم قدرتها على تطوير حضور نشط على وسائل التواصل الاجتماعي، في حين أن المتاحف الأخرى الأحدث بكثير، والتي تم بناؤها مع أخذ قوة وسائل التواصل الاجتماعي في الاعتبار، تنفد جميع تذاكرها لأسابيع. ومن الأمثلة على ذلك متاحف الفن الحديث المهمة في القاهرة، مثل متحف محمود خليل ومتحف الفن المصري الحديث، واللذين يعود تاريخهما إلى خمسينيات وستينيات القرن العشرين، ويضمان أعمالًا فنية لا تضاهى لأساتذة عالميين ورواد محليين. إن للمباني نفسها قيمة تاريخية كبيرة، إلا أن إدارة متاحف القطاع العام فشلت في إدراك الحقيقة المؤسفة التي تقول إننا الآن في عام 2024، وأنه إن لم يكن للمؤسسة وجود في عالم وسائل التواصل الاجتماعي، فهي بالنسبة لكثير من الناس غير موجودة على الإطلاق. لقد خلقت وسائل التواصل الاجتماعي دافعًا لدى الكثير من الناس، فإذا أوصى أحدهم مثلاً بتجربة مطعم أو ذكر وجهة ما، فإن أول شيء يفعله الناس هو البحث عن تفاصيله على وسائل التواصل الاجتماعي، والحكم على ما إذا كان المكان يستحق الزيارة فعلاً أم لا. وإذا لم يجدوه على وسائل التواصل الاجتماعي، فهم ببساطة ينتقلون إلى ما هو بعده. هذا هو الأسلوب الذي يتبعه الجيل الحالي، وهو الذي نشأ على وجود وسائل التواصل الاجتماعي وعلى تنافس العديد من مقدمي المحتوى على اهتمام الجمهور.

في المقابل، استفادت المتاحف مثل متحف اللوفر أبوظبي ومتحف في قطر وغيرها من متاحف المنطقة من منصات وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بها، ومن الأدوات التي تقدمها للترويج لجميع أنواع المحتوى، مما يعني أن صفحاتها لن تتوقف أبدًا. فهم يعلنون ويروجون لمحتوى متنوع بما في ذلك المعارض المؤقتة، والشراكات الشيقة، والبرامج الجديدة، ومبادرات المشاركة المجتمعية، وزيارات الضيوف الخاصة، وأبرز الحوارات، ومقاطع قصيرة لخبراء وموظفين يشاركون معارفهم، فضلاً عن محتوى تفاعلي خاص بالجمهور مثل المسابقات والأسئلة، إلى جانب تسليطهم الضوء على العناصر الفريدة في مجموعتهم، والمرافق الخاصة في متاحفهم، والميزات المعمارية الفريدة في مساحاتهم. هناك دافع مستمر لرفع مستوى الوعي وتطوير حضور ديناميكي وجذاب عبر الإنترنت يعالج الانطباعات السلبية التي قد يحملها الناس حول المتاحف. لقد عالجت وسائل التواصل الاجتماعي جميع الأسباب التي قد تجعل الزائرين المحتملين يترددون في الذهاب. أنتم تعتقدون أن المتاحف مملة؟ لا بأس، تعالوا وشاركوا في مسابقة ممتعة وانظروا بأنفسكم. هل تحسون بشيء من الرهبة تجاه المتاحف وتطورها؟ لم لا تستمعون لهذه القصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي حول مدى سهولة زيارة معرض معين. أنتم لا تعرفون شيئاً عن الفن؟ لا يهم، تعرفوا على فنانينا وشاهدوهم وهم يطورون مفاهيمهم وأعمالهم في الوقت الفعلي. هل أنتم قلقون لأن الزيارة قد تكون مكلفة أو صعبة لعدم سهولة الوصول؟ تعرفوا على حلول الدفع لدينا وكيف قمنا بتكييف مساحتنا لتناسب الزوار ذوي الإعاقة.

من الصعب في ظل كل هذا الجهد عبر الإنترنت ألا يُفتتن الوافدون الجدد إلى عالم الفن بواحدة على الأقل من هذه المبادرات. تلبي استراتيجيات الاتصال المستهدفة احتياجات المجموعات السكانية المختلفة، فهناك الآباء والأمهات الشباب الذين يرغبون في الترفيه عن أطفالهم، والممارسون المتمرسون الذين يرغبون في تحدي معارفهم أو مشاركتها، وجيل "زيد" العصري الذي يبحث عن شيء جديد للقيام به في عطلة نهاية الأسبوع وغير ذلك الكثير.

لا تعمل أساليب الاتصال هذه على الترويج للفعاليات أو المعارض الفردية فحسب، بل تُغذي التسويق المؤسسي للمتحف بصفته علامة تجارية، مما يجعله جذابًا لمجموعات واسعة من الناس الذين قد يتحولون من مجرد زوار إلى مانحين أو شركاء أو فنانين متعاونين أيضًا. إن الاهتمام المتجدد في المتاحف، والذي تغذيه حملات وسائل التواصل الاجتماعي باستمرار، مكنت المتاحف التي تحرص على التواصل الدائم من إبقاء أبوابها مفتوحة في ظل التدفق اليومي المستمر للزوار.

لم تكسر وسائل التواصل الاجتماعي حاجز الوصول الثقافي فحسب، بل سمحت أيضًا للمتاحف بتوسيع دورها التعليمي في المجتمع بما يتجاوز جدرانها. فقد أصبح من الممكن لأي شخص تقريبًا، في عالم سريع الخطى وعصر يتسم بالعولمة، حضور جميع الأحداث الثقافية المهمة في المنطقة أو العالم. فقد أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي لعشاق الفن والعاملين في مجال الثقافة مواكبة ما يحدث في العالم من حولهم والبقاء على اطلاع دائم دون أثقال الأعباء المادية أو الجسدية المترتبة على السفر المستمر. كما شهدنا جميعًا في السنوات الأخيرة على الظروف العالمية التي أجبرت المتاحف على إغلاق أبوابها، وقد تدخلت حينها وسائل التواصل الاجتماعي لضمان بقاء عمل المتاحف ووجودها وتشغيلها افتراضيًا. عندما انتشر فيروس كوفيد-19، سمحت وسائل التواصل الاجتماعي للمتاحف بإعادة تعريف نفسها بعد عقود من تقييد دورها داخل مساحاتها المادية. كما أن المتاحف لم تعد تجاري تدفق وسائل التواصل الاجتماعي فحسب، بل صار بعضها اليوم يقدم اتجاهات جديدة. فقد تمكنت المتاحف من خلال استخدام العناصر المرئية واللغة بنجاح من جذب جمهور أصغر سنًا وأقل قابلية للتنبؤ به، بل قد يكون حتى "أكثر عصرية". أذكر زياراتي للمتاحف في صغري، كان الأمر بالنسبة لي نشاطًا للكبار وكان عليّ تحمله. إلا أنني اليوم أزور المتاحف، والذي تحول إلى نشاط هو بالنسبة لي الأكثر عصرية. إن طوابير الانتظار لشراء التذاكر لا نهاية لها، وإن لم تقم بنشر صورتك وأنت تنظر وتفكر في قطعة فنية، فهل أنت فعلاً من هذا العصر؟ لقد تحولت الثقافة إلى نشاط عصري رائع.

كما أتاح وجود المتاحف على وسائل التواصل الاجتماعي الحصول على بيانات تحليلات الجمهور الرئيسية، حيث يمكن للمتاحف اليوم قياس ما يحبه الجمهور وما لا يحبه، وما الذي يستجيب له كل جيل، وما ينتشر بسرعة وما لا يتم الاكتراث له. وهذه رؤى لا تقدر بثمن، ليس فقط من أجل تطوير محتوى المتحف، بل برامجه أيضًا. إنه مقياس لمجتمعهم ومؤشر على كيفية خدمته على أفضل وجه وجذب أعضاء جدد. تمتلك المتاحف اليوم فِرقًا محترفة في العمل، تعمل بانتظام على توجيه وتكييف استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي للبقاء في صدارة التغييرات المستمرة في خوارزميات النظام الأساسي والجماهير المتقلبة.

كما يمكن أيضًا رؤية مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الشكل الذي تظهر عليه المتاحف. تتطور طبيعة المتاحف ببطء لتتوافق مع تفضيلات جمهور وسائل التواصل الاجتماعي، ويشجع بعضها بنشاط الإنتاجات الفنية الجذابة بصريًا أو المثيرة للجدل - بمعنى يمكن وضعها على "انستغرام" - لجذب الجماهير الجديدة. فإن لم يكن هناك عمل تركيبي مجنون أو بيئة جمالية تستحق النشر، فلا يكون المتحف حينها يستحق كل هذه الضجة والاهتمام. ولا يسعني إلا أن أفكر في متحف المستقبل في دبي مثالاً على ذلك. عندما حاولت زيارة المتحف خلال رحلة قصيرة إلى دبي، فوجئت عندما علمت أن التذاكر قد بيعت ولأسابيع. تمكنت حينها من تهدئة شعور "الخوف من تفويت الفرصة" الذي يميز جيلي بالقيادة حول المكان وأخذ صور لواجهته الخارجية على الأقل. افتتح المتحف في عام 2022، وتم بناؤه في عصر وسائل التواصل الاجتماعي، وبالتأكيد تم أخذ نوعية الجماهير هذه عندما تم تصميمه. إن الهندسة المعمارية الضخمة، والهوية البصرية الملفتة، وتجربة الزائر، وتنظيم المحتوى، تجتمع كلها لتلبي بذكاء شهية جيل متعطش للمحتوى. وأعتقد أنه يمكننا أن نقول وبلا تردد أنه هناك تحول واضح في هذا العصر الذي أصبحت فيه وسائل التواصل الاجتماعي هي المسيطرة، تحول من إضفاء صفة الغموض على تجربة المتحف إلى جعلها تستحق النشر على "انستغرام". ■

مؤلف



ملك شنودة

المدير التنفيذي وأمين المعرض- ADD ART

تستكشف ملاك شنودة، وهي قيّمة فنية مقيمة في القاهرة، التقاطعات بين الفن وعلم الاجتماع والأنثروبولوجيا في السياق الإقليمي، مدفوعة بشغفها بالكتابة والبحوث. حاصلة على شهادة بكالوريوس في الفنون البصرية وعلم الاجتماع من الجامعة الأمريكية بالقاهرة، وعملت في إدارة وتوسع المنظمات الفنية مثل "آرت دي إيجيبت" و"إيه دي دي آرت" من الداو للتنمية. وتشمل مجالات التي تركز عليها البرامج الفنية والشراكات الاستراتيجية والمنشورات المؤسسية.

مؤلف

المتحف الوطني في سلطنة عُمان

سلطنة عُمان

يُعد المتحف الوطني الصرح المتحفي الأبرز في سلطنة عُمان، والمخصص لإبراز مكنونات التراث الثقافي لسلطنة عُمان بشقيه المادي والمعنوي، منذ ظهور الأثر البشري في عُمان وإلى يومنا الحاضر؛ والذي نستشرف من خلاله مستقبلنا الواعد.

وقد أنشئ المتحف الوطني بموجب المرسوم السلطاني رقم (62/ 2013)، وقد حظي المتحف الوطني بالرعاية الفخرية من لدن صاحب الجلالة السلطان هيثم بن طارق المعظم (حفظه الله ورعاه) وذلك في (27 سبتمبر 2020). ويُعرف المتحف الوطني كمتحف متعدد المقرات حيث يشرف على عدد من البيوت التاريخية في مدينة مسقط القديمة وهي: بيت جيزة، وبيت السيد نادر، وبيت السيدة مزنة، ومتحف المدرسة السعيدية للتعليم وبوابة مسقط.

ويهدف المتحف إلى تحقيق رسالته التعليمية، والثقافية، والإنسانية، من خلال ترسيخ القيم العُمانية النبيلة، وتفعيل الانتماء، والارتقاء بالوعي العام لدى المواطن، والمقيم، والزائر، من أجل عُمان، وتاريخها، وتراثها، وثقافتها، ومن خلال تنمية قدراتهم الإبداعية، والفكرية، لاسيّما في مجالات الحفاظ على الشواهد، والمقتنيات، وإبراز الأبعاد الحضارية لعُمان؛ وذلك بتوظيف واعتماد أفضل الممارسات والمعايير المتبعة في مجالات العلوم المتحفية. أما رؤية المتحف فتتجلى في تقديم القيادة للصناعة المتحفية بالسلطنة بما يحقق النقلة النوعية المنشودة لهذا القطاع.

ويتجسد ذلك كله في: أولًا: توزع تجربة العرض المتحفي على (14) قاعة، تتضمن أكثر من (7000) من اللقى المميزة، والمنتقاة بعناية، و(33) منظومة عرض تفاعلي رقمية. ثانيًا: يعتبر أول متحف بالسلطنة يتضمن مركزًا للتعلم، مجهزًا وفق أعلى المقاييس الدولية. ثالثًا: يعتبر أول متحف بالسلطنة يتضمن مرافق للحفظ والصون الوقائي، ومختبرات مجهزة تجهيزًا كاملًا. رابعًا: يعتبر أول متحف بالسلطنة يتضمن قاعة عرض صوتية ومرئية؛ بتقنية (UHD). خامسًا: هو أول متحف بالشرق الأوسط يوظف منظومة "برايل" باللغة العربية. سادسًا: هو أول متحف بالشرق الأوسط يوظف منظومة المخازن المفتوحة.

المتحف الوطني ورحلة التواصل الثقافي عبر وسائل التواصل الاجتماعي

في عصر يتسارع فيه التطور التكنولوجي ويتغير فيه نمط التواصل، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي لا غنى عنها في إيصال الرسائل للوصول إلى الجمهور والتفاعل معهم. وفي هذا السياق، يسعى المتحف الوطني من خلال وسائل التواصل الاجتماعي إلى بث رسالته وتعزيز التفاعل مع الجمهور لتقديم تجربة مميزة من خلال تبني أساليب حديثة ومبتكرة بما يتوافق مع أهداف المتحف والتي من أبرزها ترسيخ القيم العُمانية النبيلة، والارتقاء بالوعي العام وتفعيل انتماء المواطن والمقيم والزائر لعُمان وتاريخها وتراثها وثقافتها وإبراز الأبعاد الحضارية والتاريخية والثقافية لعُمان.

نافذة المتحف للعالم

تُمثل مواقع التواصل الاجتماعي نافذة للمتحف الوطني تكشف عن مدى غنى تاريخ عُمان وثراءه الثقافي، ويتسم محتوى المتحف على هذه المنصات بالتركيز على المقتنيات الأثرية التي تعكس براعة الحضارة العُمانية والتراث العريق لهذه الأرض الطيبة، وتتجسد الثقافة العُمانية في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مجموعة من الفعاليات المميزة بما في ذلك المعارض المتبادلة بين المتحف الوطني وغيرها من المتاحف الرائدة التي تعرض للزائر المقتنيات الأثرية والفنون الجميلة والتي تمثل جسرًا للتواصل الثقافي والحضاري بين سلطنة عُمان ودول العالم، كما تسلط المنصات الضوء على ورش العمل والمحاضرات التي تمنح الزوار من مختلف الفئات العمرية فرصة التعرف على مواضع متنوعة يقدمها مجموعة من الخبراء والمختصين في مجالات مختلفة، كما تنقل المنصات الجولات الإرشادية التي تأخذ الزائر في رحلة معرفية مثرية داخل أروقة المتحف، تعكف هذه المبادرات والأنشطة على نقل التاريخ الثقافي لعُمان بأساليب مبتكرة وجذابة، مما يشكل إضافة قيمة للتفاعل الثقافي عبر مختلف الفئات العمرية والثقافية.

المحتوى النصي لكل المنصات

غالبًا المحتوى الذي يتم نشره على منصة فيسبوك هو نفسه المنشور على منصة إكس ولكن بتفصيل أكثر؛ وذلك لطبيعة المنصة التي تتيح إضافة عدد أكبر من الكلمات وأيضًا لطبيعة مستخدميها.

وكما هو الحال مع شبكات التواصل الأخرى فإن الكتابة على منصة إكس مقيدة بعدد محدد من الحروف لذا تم الحرص على اختصار النص وإضافة 4 صور كحد أقصى أو مقطع مرئي قصير (لا يتجاوز الدقيقة)، وإضافة عدد محدود من الوسوم في التغريدة الواحدة، كما يتم أحيانًا تقسيم التغريدة إلى سلسلة من التغريدات مع الانتباه لأهمية ترتيبها ليتصل السياق "الثريد" ويكون واضحًا للمستخدمين ومثال على ذلك تغطية أخبار وأنشطة المتحف ذات الطابع الإخباري.

تتيح منصة انستغرام الكثير من المزايا التفاعلية مع الجمهور كالاستطلاعات والملصقات والأسئلة والقصص التي تختفي بعد (24) ساعة، ويغلب على المحتوى الجانب التسويقي من خلال إمكانية تنويع المحتوى البصري حيث يمكن دمج النص في صورة أو عدد من الصور المتتابعة.

أما الكتابة على اليوتيوب تعد من أبسط الأنواع؛ وذلك لطبيعة المنصة حيث يتم إضافة وصف على شكل عنوان رئيسي للمقطع المرئي ثم إضافة الكلمات المفتاحية التي تسهل على المستخدم البحث عن المقطع المرئي المراد مشاهدته. وتعد منصة اليوتيوب المنصة الأكثر شمولية.

الصورة تساوي ألف كلمة

قيل قديمًا "الصورة تساوي ألف كلمة" (سيدي، 2023م)، وفي هذا السياق يهتم المتحف الوطني بالصورة وما تحمله من معنى بالإضافة إلى جودة الصورة حيث يتم الاختيار بعناية، كما يتم إضافة أكثر من صورة للحدث الواحد لتغطية مختلف جوانب الحدث للجمهور، أما فيما يتعلق بوصف الصورة فيحرص الفريق الإعلامي على إضافة وصف مختصر للصورة بما يتناسب مع طبيعة كل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي والجمهور المستهدف على سبيل المثال في تغطية معرض "التصميم اللاتماثلي، ثم اختيار صورة بالتعاون مع قيّم المعرض تعكس فكرته ثم إضافة وصف مختصر للصورة لإثارة تساؤل الناس حول فكرة المعرض، حيث تتسم لغة التواصل مع الجمهور على منصة انستغرام بأنها تحمل نفسًا حواريًا (سيدي، 2023م).

المقاطع التشويقية

أما المقاطع المرئية فهي من الوسائل الأكثر إثارةً لاهتمام الجمهور بخاصة المقاطع التشويقية (Teasers) قبل افتتاح الفعاليات والمعارض، على سبيل المثال المقطع التشويقي لتدشين ركن السلطان قابوس بن سعيد (طيب الله ثراه) حيث بلغ عدد المشاهدات على منصة انستغرام (91,420 ألف مشاهدة)، وحظي المقطع بتفاعل واسع من قبل الجمهور وتم تداوله على منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم.

سلسلة مقاطع مرئية للتعريف بالتراث غير المادي

يقوم الفريق الإعلامي بالمتحف بإنتاج سلسلة من المقاطع المرئية ترتحل بالجمهور إلى فضاءات الموسيقى التقليدية العُمانية والمختزنة بين جنبات قاعة التراث غير المادي في المتحف الوطني، حيث تحتوي هذه القاعة على آلات موسيقية وفنون شعبية متنوعة مما أنتجه التراث غير المادي العُماني على مر العصور.

تم تقسيم الفكرة إلى عدة أقسام وهي التعريف بالفنون الشعبية ثم الآلات الموسيقية يليها التعريف بأبرز الفنانين العُمانيين، حيث يتم عرض المقاطع المرئية على منصة انستغرام بحيث لا تتعدى مدتها الدقيقة وإضافة وصف مبسط للمقطع.

مبادرة "أوصف لي"

اهتم المتحف الوطني بمختلف فئات المجتمع من الجمهور وشمل ذلك الأشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة، حيث تعاون المتحف الوطني مع الجمعية العُمانية للأشخاص ذوي الإعاقة السمعية ومبادرة "أوصف لي" لتوفير نصوص خاصة لذوي الإعاقة السمعية، بهدف الترويج عن ركن السلطان قابوس بن سعيد (أعز الرجال وأنقاهم) بقاعة عصر النهضة بالمتحف، حيث تم تنفيذ سلسلة من المقاطع المرئية تم إنجازها خلال (3) أشهر والترويج عن (12) مقتنى من مقتنيات السلطان قابوس بن سعيد (طيب الله ثراه)، باستخدام لغة الإشارة لذوي الإعاقة السمعية، وخاصية النص البديل ALT لقراءة وصف الصور لضعاف البصر والمكفوفين.

ويسعى المتحف الوطني من خلال هذه المبادرة إلى فتح آفاق جديدة لهذه الفئة وجعلهم على إطلاع بمقتنيات المتحف من خلال حسابات وسائل التواصل الاجتماعي للمتحف، ويسعى إلى الاستمرار في تقديم هذه المبادرة لما لها من أثر كبير لدى هذه الفئات.

مسابقة "مُحبكم"

ومن أجل زيادة المشاركة والتفاعل مع الجمهور على منصات التواصل الاجتماعي للمتحف يتم تقديم مسابقات متنوعة بأفكار مختلفة ومن الأمثلة عليها مسابقة "مُحبكم" تزامنًا مع الحملة الإعلامية لتدشين ركن السلطان قابوس بن سعيد (طيب الله ثراه) خلال الفترة (20 سبتمبر 2022م - 20 أكتوبر 2022م) والتي هدفت إلى الترويج عن المقتنيات السلطانية المعروضة في الركن، حيث تم طرح أربعة أسئلة خلال أربعة أسابيع لـ 4 مقتنيات سلطانية على منصة الانستغرام، حظيت المسابقة بتفاعل كبير من قبل الجمهور.

من القدم إلى الحداثة

من الأفكار التي يعمل عليها فريق الإعلام مؤخرًا هي فكرة "من القدم إلى الحداثة" حيث يتم تصميم منشوران يتضمن المنشور الأول على مقتنى قديم والآخر على مقتنى حديث، ويتم في التوصيف عرض معلومات مختصرة عن المقتنيين ويترك للجمهور التأمل في التطور الذي طرأ على كليهما، وما يميز هذا النوع من الأفكار هو ملاحظة تفاعل الباحثين من الطلبة وغيرهم من خلال مشاركة المحتوى والتوسع في شرح هذه المقتنيات بشكل مفصل على حساباتهم الخاصة، وهو ما يدفع الفريق الإعلامي للتجديد بين الحين والآخر في عرض مثل هذه الأفكار التي تفتح للمهتمين في المجال المتحفي بالتفاعل مع هذا النوع من المحتوى.

إحصائيات أعداد المتابعين على منصات التواصل الاجتماعي

بلغ عدد المتابعين على منصة الانستغرام للمتحف الوطني (27.5 ألف متابع)، أما عدد المتابعين على منصة إكس بلغ (29,480) متابع، أما بالنسبة لمنصة اليوتيوب بلغ عدد المتابعين (342) متابع، وبلغ عدد المتابعين على صفحة الفيسبوك (5.1 ألف متابع)، أما عدد الزيارات للموقع الإلكتروني للمتحف بلغت (167597) زيارة.

استضافة صناع المحتوى

من طرق زيارة عدد المتابعين بحسب تجربة المتحف الوطني هو الاستعانة بصُنّاع المحتوى والمؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي من خلال دعوتهم لحضور مختلف الفعاليات المتحفية والثقافية التي يقيمها المتحف للوصول لأكبر شريحة ممكنه من الجمهور، ومن أمثلة استدعاء المؤثرين هو عندما أعلن الفريق الإعلامي عن تقويم ومفكرة العام (2024م) والتي تقوم فكرته على الاحتفاء بالأمجاد البحرية العُمانية الذي تضمن على مقتنيات من المتحف تخلد مآثر نجوم البحر الذين خاضوا عباب الموج وظلماته، حيث قام الفريق الإعلامي باستدعاء المؤثر محمد المخيني (عدد المتابعين 1.3 مليون متابع) لزيارة قاعة التاريخ البحري بالمتحف للحديث عن أبرز المقتنيات الموجودة فيها، ثم التعريف بفكرة التقويم والمفكرة، وكانت هناك متابعات كثيرة وردود إيجابية على الصفحة الخاصة به، وقابله زيادة في عدد المتابعين على صفحات التواصل الاجتماعي للمتحف وإقبال على شراء الإصدارات.

إصدارات المتحف الوطني

يصدر المتحف الوطني سنويًا قائمة من الإصدارات ضمن "برنامج إصدارات المتحف" التي تتوفر للبيع من خلال منفذ بيع التذاكر بمقر المتحف، ويعمل الفريق الإعلامي الترويج لها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ومن أبرز ما أصدره المتحف مؤخرًا هو "مجموع في علم البحار" وهو توثيق لعظيم ما سطرهُ الملاح العُماني أحمد بن ماجد السعدي وتأصيلًا لبراعته البحرية، وإبداعه الملاحي المتمثل في أصل مخطوطة "كتاب الفوائد في علم البحر والقواعد"، التي تعود كتابتها إلى القرن (11هـ/16م)، والمخطوطة مُعارة من مكتبة الأسد الوطنية بالجمهورية العربية السورية للمتحف الوطني منذ عام (2019)، ولسهولة اقتناء الجمهور

لإصدارات المتحف يعكف الفريق الإعلامي حاليًا على بناء صفحة خاصة للإصدارات في الموقع الإلكتروني ومن المتوقع تدشينها في معرض مسقط الدولي للكتاب 2024م.

إضافة اللغة الصينية في محتوى الموقع الإلكتروني

دشن المتحف الوطني في (30 نوفمبر 2023م) بالتعاون مع جمهورية الصين الشعبية بسلطنة عُمان نسخة من موقعه الإلكتروني باللغة الصينية، وتُعد هذه المبادرة نافذة يتعرف من خلالها الناطقين باللغة الصينية من السائحين والمقيمين على مكنونات التراث الثقافي لعُمان عبر حقب التاريخ المتعاقبة؛ مما يسهم في انتعاش السياحة الثقافية والمتحفية لسلطنة عُمان بشكل عام والمتحف الوطني بشكل خاص، وتمثل فرصة للتعريف بالدور الحيوي للمتحف، وبأهم الفعاليات والمعارض التي ينفذها وأنشطته المتنوعة.

عضوية أصدقاء متحف عُمان

يقوم الفريق الإعلامي على الترويج لعضوية أصدقاء عُمان في مختلف وسائل التواصل الاجتماعي من خلال التعريف بالعضوية وأبرز المزايا والخدمات والتغطية الإعلامية للفعاليات الخاصة بهم، كما خصص المتحف صفحة خاصة على موقعه الإلكتروني للعضوية تتضمن دليلًا مفصلًا عنها، واستمارة تسجيل مباشر في العضوية، وأرشيف خاص لأبرز الأنشطة والبرامج، وتم تخصيص يوم في الأسبوع للتعريف بالعضوية على منصة الانستغرام عبر خاصية القصة (ستوري) لتذكير الجمهور بها وفي كل مرة يشترك عضو جديد نعرض اسمه كترحيب بانضمامه لها.

الخاتمة

في الختام، يسعى المتحف الوطني إلى مواكبة التطورات المتسارعة في منصات التواصل الاجتماعي والتعامل معها ليس فقط كتكنولوجيا، ولكن كوسيلة نحو توطيد العلاقة مع الجمهور وتحقيق تفاعل فعّال وثري معهم من خلال تعريفهم بعُمان وثقافتها وتراثها وفنونها، بما يعكس رؤيته الحديثة والمبتكرة للحفاظ على التراث الثقافي وتوجيهه نحو مستقبل مشرق. ■

المصادر والمراجع

أحمد سيدي، دليل الكتابة لمنصات الإعلام الرقمي، موقع معهد الجزيرة للإعلام، 2023م

موقع المتحف الوطني www.nm.gov.om

المتاحف ووسائل التواصل الاجتماعي:

دراسة لتجربة متاحف عجمان

شهدت المتاحف تطورًا ملحوظًا كمحاكيات للتاريخ والثقافة والفن، حيث أصبحت تدمج بشكل فعّال وسائل التواصل الاجتماعي في استراتيجيات الاتصال الخاصة بها. يقدم هذا المقال تحليلاً عميقًا لاستخدام متاحف عجمان في إمارة عجمان - الإمارات العربية المتحدة لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث يلقي الضوء على تأثير هذه المنصات على مشاركة المجتمع، والمحافظة على الثقافة، وتعزيز السياحة. يتناول المقال أبرز اللحظات والفعاليات الثقافية المميزة على منصة انستغرام، ويستكشف افتتاح بيت راشد الخضر، وغيرها من الفعاليات والأنشطة مما يبرز القوة التحولية لوسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل مستقبل المؤسسات الثقافية.

تلعب المتاحف دورًا أساسيًا كمصادر تعليمية وترفيهية، حيث تفتح أبوابًا إلى عوالم متنوعة من التاريخ والثقافة والفن. في الفترة الحديثة، حيث شكّل ظهور وسائل التواصل الاجتماعي ثورة في كيفية تفاعل الجمهور مع المتاحف، مما ساهم في توسيع نطاق وصولها بشكل يتجاوز التقييدات المكانية. تُجسد متاحف عجمان هذا التطور بشكل كبير، حيث تطوع بشكل استراتيجي منصات وسائل التواصل الاجتماعي المتنوعة لتعزيز التفاعل وتشجيع المشاركة العامة.

منصات التواصل الاجتماعي ومشاركة الجمهور:

تدرك متاحف عجمان تمامًا أهمية انتشار وسائل التواصل الاجتماعي في العصر الحديث، ولذلك قررت دمج هذه الوسائل بانسيابية في استراتيجيات الاتصال الخاصة بها، حيث تُعد صفحة متحف عجمان على منصة (@ajmanmuseums) واجهة رقمية فعّالة تقدمُ محتوى مفصلًا ورؤى عميقة حول الأنشطة التعليمية والثقافية. كما أنها لا تقتصر على تحويل المتاحف إلى كيانات رقمية فقط، بل تعمل كذلك على توسيع نطاق وصولها إلى جمهور عالمي متنوع.

تُقدم صفحة متحف عجمان على انستغرام تجربة شاملة للزوار، حيث يتيح لهم المحتوى التفاعلي المدرج فيها ومسابقات الأسئلة الأسبوعية فرصة المشاركة الفعّالة. يسعى المتحف إلى تعزيز التفاعل والمشاركة، مما يحوّل المساحة الرقمية إلى امتداد طبيعي لتجربة الزيارة الفعلية للمتحف. ينطوي هذا النهج على وضع المتحف كمساحة ديناميكية وتفاعلية، تتيح للأفراد والعائلات استكشاف أبرز معالم متحف عجمان على انستغرام (https://www.instagram.com/stories/highlights/17929369523141934/).

التميز الثقافي في متحف عجمان:

شهد متحف عجمان تنظيم أمسية شعرية استثنائية تحت عنوان "بوح القوافي"، والتي نظمتها دائرة التنمية السياحية في عجمان. جسدت هذه الفعالية الثقافية التفاعل الرائع بين الشعر والتراث الإماراتي، مما خلق تجربة فريدة للحضور والرعاة المشاركين. شهدت الأمسية الشعرية مشاركة فعّالة من ثلاثة من ألمع شعراء الإمارة وهم عمر الهيميد، ومحمد بن النوه المنهالي، ومحمد بن حماد الكعبي، وأدار الأمسية الشاعر المميز جاسم العبيدلي.

وإلى جانب الفقرات الشعرية، أتاح الحدث فرصة للجمهور للاستمتاع بالعروض الموسيقية والفنية، والاطلاع على معرض الصور الذي تم تنظيمه بالتعاون مع مؤسسة سلطان بن علي العويس الثقافية، بالإضافة إلى فعالية السوق الشعبي الذي عرض المنتجات المحلية. هدفت هذه الفعالية الثقافية المتعددة الأوجه إلى إثراء المجتمع من خلال تقديم تجربة شاملة تتجاوز حدود الزيارات التقليدية للمتاحف. [للمزيد: أمسية شعرية في متحف عجمان] https://www.instagram.com/p/C1eQoF5J81k/.

تكريم الرموز الثقافية: بيت راشد الخضر

يشكل افتتاح بيت راشد الخضر إضافة بارزة إلى المشهد الثقافي في عجمان، حيث يحتفي بالشاعر الإماراتي الراحل راشد الخضر. الذي ولد في عام 1905، وكان لتأثيره على الشعر النبطي في دولة الإمارات العربية المتحدة أثرٌ لا مثيل له. إذ يُعدُّ المنزل، الذي تم ترميمه،

مؤلف

دائرة التنمية السياحية في إمارة عجمان

الإمارات العربية المتحدة

أنشئت دائرة التنمية السياحية بإمارة عجمان في دولة الإمارات العربية المتحدة بموجب المرسوم أميري رقم 3 للعام 2012 الذي أصدره صاحب السمو الشيخ حميد بن راشد النعيمي، عضو المجلس الأعلى حاكم إمارة عجمان. تسعى الدائرة إلى إبراز مكانة المواقع السياحية في الإمارة وأهميتها، ووضع الخطط الاستراتيجية للترويج السياحي للإمارة محليًا وإقليميًا ودوليًا، بهدف جذب السائحين لزيارتها عن طريق إقامة المؤتمرات والمعارض أو المشاركة فيها، فضلاً عن تخطيط وتنفيذ حملات الترويج السياحي العالمية، والعمل على تنظيم وتطوير صناعة السياحة، وتحسين إمكانيات وخدمات المرافق السياحية والمنشآت العاملة في قطاع السياحة في الإمارة. وتختص الدائرة بإعداد اللوائح والنظم والتشريعات الفرعية الأخرى لتنظيم قطاع السياحة في الإمارة وتطويره بالتنسيق مع الجهات المعنية في الدولة وفي الإمارة، كما تشرف أيضًا على جميع المواقع السياحية والأثرية في الإمارة. وتعمل على تحسين الوصول إليها وتزويدها بالمرافق والإمكانيات اللازمة لجعلها بالمستويات العالمية المطلوبة لجذب السياح من مختلف أنحاء العالم. كما تختص الدائرة بتصنيف المنشآت السياحية والتفتيش على المعايير السياحية والخدمات المقدمة للسائحين، وترخيص عمل وكالات السفر والسياحة العاملة بالإمارة والإشراف على أدائها، ضمن اختصاصات أخرى.

تجسيدًا لتكريم حياته ومساهماته الخالدة في التراث الثقافي لدولة الإمارات العربية المتحدة.

أكد حفل الافتتاح، الذي شهد حضور كبار الشخصيات، مثل سمو الشيخ عمار بن حميد النعيمي، ولي عهد عجمان ورئيس المجلس التنفيذي لإمارة عجمان، على أهمية الحفاظ على الرموز الثقافية وتكريمها. يُمكّنُ بيت راشد الخضر الزوار من استكشاف حياة الشاعر وإسهاماته، ويوفر فرصة فريدة للتعمق في النسيج الثقافي والشعري الغني لدولة الإمارات العربية المتحدة، وإضافةً قيمةً لمعالم عجمان الثقافية، ويبرز مدى التزامها بالحفاظ على التراث الثقافي وتعزيزه. [بيت راشد الخضر] (https://www.instagram.com/p/C0y4QoVhX6t/) (https://www.instagram.com/p/C0y4QoVhX6t/)

المبادرات المجتمعية والتعليمية:

تعد وسائل التواصل الاجتماعي أداة تعليمية فعّالة تستخدمها متاحف عجمان لتوسيع نطاق المعرفة بشكل يتجاوز الإمكانيات التقليدية للعروض الثقافية. وفي إطار جهودها الرامية لتحقيق هذا الهدف، قامت دائرة التنمية السياحية في عجمان بالتعاون مع الشركاء الاستراتيجيين والمنشآت الفندقية بتنفيذ مبادرة إفطار للصائمين حيث قامت بتوزيع وجبات الإفطار لهم، مسلطة الضوء على الأهمية الثقافية والتاريخية لمتحف عجمان خلال شهر رمضان.

ويعد دمج العمل الخيري والمجتمعي أمرًا حيويًا لتحقيق تأثير إيجابي في المجتمع. وفي هذا السياق، تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا كبيرًا في تعزيز التواصل بين الأفراد والمؤسسات الخيرية، حيث يمكن لمنصات التواصل الاجتماعي أن تكون وسيلة فعّالة لنشر الوعي حول القضايا الاجتماعية. يمكن للمشاركة الفعّالة عبر هذه الوسائل أن تحفز المجتمع على المشاركة في الأنشطة الخيرية والمساهمة في تحسين وضع الأفراد الذين يحتاجون إلى دعم. يمكنكم الاطلاع على تفاصيل هذه المبادرة عبر هذا الرابط: https://www.instagram.com/reel/CrBaHALBFxL/?igshid=Y2NkYjk0MDhjYg==).

وفي إطار تعزيز الوعي الثقافي وتشجيع الزيارات إلى متحف عجمان والمعالم السياحية الأخرى، قامت الدائرة بإصدار قصة ترويجية ثنائية اللغة موجهة للأطفال حيث قدمت محتوى جذابًا وغنيًا بالمعلومات عن إمارة عجمان في الماضي والحاضر، بشكل أسهم في تقديم التراث بشكل مبسط لجمهور الصغار، بهدف تعزيز شعورهم بالاعتزاز والفضول بشأن تاريخهم و تراثهم، وكانت هذه القصة الثنائية اللغة مبادرةً قدمتها الدائرة لدعم برنامج "الحوار الثقافي الإماراتي الكوري" الذي أطلقته وزارة الثقافة والشباب قبل أعوام. كما قامت الدائرة كذلك بإصدار مجموعة قصصية للأطفال مكونة من 3 قصص ركزت على المقومات الطبيعية والمعالم السياحية البارزة في المناطق التابعة لإمارة عجمان مثل الزورا والمنامة ومصفوت وقدمتها للصغار ضمن قالب قصصي ممتع وجذاب، وكانت هذه الإصدارات دليلاً آخر على الالتزام القائم بتعزيز الوعي التعليمي والمعرفي عن إمارة عجمان. https://we.tl/t-yvvM88I98I

الاحتفالات والفعاليات التراثية:

تتميز احتفالات حكومة عجمان بمناسبة اليوم الوطني بتنظيم فعاليات تراثية وأنشطة ترفيهية في متحف عجمان ومنطقة الحي التراثي. تهدف هذه الفعاليات إلى تعزيز الاندماج الاجتماعي وتعزيز الفخر بالتراث الغني للإمارة. يُظهر الاحتفال باليوم الوطني الإماراتي في متحف عجمان التزام الحكومة بالحفاظ على تراثها الثقافي وتعزيزه، ويسلط الضوء على دور المتحف كنقطة تلاقٍ حيوية للمجتمع.

تمتد الاحتفالات عادةً على مدى أربعة أيام، من الأول إلى الرابع من ديسمبر، حيث تبرز التزام حكومة عجمان بالمحافظة على الهوية الثقافية وتعزيزها. يُعزز تنظيم فعاليات الاحتفال بيوم الاتحاد دور متحف عجمان كمركز حيوي، يعمل على تعزيز التواصل والتفاعل الاجتماعي في المجتمع، ويسهم في تعزيز دوره كمركز ثقافي رائد. لمزيد من التفاصيل، يمكنكم زيارة هذا الرابط: https://www.instagram.com/p/C0UjPHOPYBv/.

وتأكيدًا على التزام إمارة عجمان بتعزيز الفنون والثقافة، اقيمت فعالية مهرجان المربعة للفنون في الحي التراثي في عجمان بحضور عدد من الشخصيات الرسمية لإبراز إرث الحضارة الإنسانية في دولة الإمارات وعكس جميع الفنون الثقافية والتراثية التي تميز دولة الإمارات العربية المتحدة، حيث أسهمت فعاليات المهرجان في إثراء تجربة الجمهور خلال فترة المهرجان، الذي استمر لمدة عشرة أيام، مقدمًا أكثر من 60 فنانًا ومبدعًا في أجواء تاريخية استثنائية. يمكنكم زيارة هذا الرابط: https://www.instagram.com/p/CPnqkZjJdBx/

وقد تم إطلاق فعاليات مهرجان "فريج ميان" في عجمان من قبل دائرة التنمية السياحية في عجمان، والذي أقيم في الحي التراثي وسوق صالح خلال أيام 23 و24 ديسمبر 2023. جاء هذا الحدث في إطار التزام الدائرة بالمحافظة على التراث الثقافي وتعزيز التواصل الحيوي بين المجتمع المحلي وتاريخه.

وشملت فعاليات المهرجان عروضًا فنية لفرق شعبية عالمية وألعاب شعبية في الحي التراثي وسوق صالح. كما قُدِمَت ورش عمل تفاعلية وتراثية لتعليم التطريز على المطبوعات وصناعة الدمى التقليدية، إلى جانب تجربة التسوق في دكاكين فريج ميان والمشاركة في مبادرة "خيط" لاستدامة الحرف اليدوية في سوق صالح.

ويعكس مهرجان 'فريج ميان' الثقافي المستمر للدائرة في المحافظة على التراث الثقافي، ويجسد التزامها بتعزيز الوعي الثقافي في المجتمع من خلال توفير منصات تفاعلية لاستعراض التراث المحلي. كما يعتبر المهرجان عنصرًا محوريًا يمثل جهودها المستمرة للحفاظ على الهوية الثقافية وتعزيز مشاعر الفخر والانتماء لدى الأجيال القادمة. يمكنكم زيارة هذا الرابط على انستغرام: سياحة عجمان تستعد لإطلاق مهرجان فريج ميان في 23 و24 ديسمبر، من الساعة 4 عصرًا حتى 8 مساءً. https://ajmannews.ae/116601 | Instagram ...#أخبار_عجمان

متحف مصفوت: الربط بين التراث والاتصال الرقمي

يمثل متحف مصفوت الواقع وسط مناظر جبلية خلّابة في إمارة عجمان، نقطة جذب ترويجية هامة على وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات حول تاريخ المنطقة وتراثها الغني. ومن خلال استخدام منصات مثل انستغرام، يُتيح المتحف للزوار الافتراضيين التعرف بلمحة وجيزة على روعته، مما يشجعهم على زيارته شخصيًا لاستكشاف التراث المتنوع للمنطقة. رابط إعلان متحف مصفوت على انستغرام: https://www.instagram.com/reel/C0OyGzMJ8Gj/.

يعتبر متحف مصفوت مثالًا متميزًا على كيفية استفادة المؤسسات الثقافية من وسائل التواصل الاجتماعي في مد جسر بين العالم الرقمي والتجربة الواقعية، وخلق تجربة افتراضية تجذب انتباه الجمهور العالمي، وتدعوهم إلى زيارته شخصيًا للتعرف على التراث المحلي.

دور الإنترنت في توسيع إمكانية الوصول والتواصل مع الجمهور:

تلعب شبكة الإنترنت دورًا حيويًا في تسهيل الوصول إلى المعلومات والمحتوى عبر مختلف الأجهزة. أطلقت متاحف عجمان منصة رقمية تمكن للجمهور الوصول إلى تجربة تفاعلية للتعرف على أهم الأقسام في المتحف ومعرفة تاريخ الإمارة وأهم المهن، والأسواق الشعبية فيها.

تحفيز الاتصال العقلي والعاطفي:

تعتمد متاحف عجمان على ديناميكيات وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الروابط مع الجمهور من خلال تجارب الاتصال غير المباشر، حيث تشجع المتاحف الأفراد على الاستمتاع بالتفاعلات الافتراضية التي تعزز التواصل والتفاعل. تهدف هذه المبادرات إلى تنمية رغبة قوية لدى الجمهور لزيارة المتاحف واستكشاف المعروضات بأنفسهم.

يُعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لإثارة المشاعر وتعزيز التواصل نهجًا استراتيجيًا في عصر يتزايد فيه الاهتمام بالتجارب الرقمية. من خلال تقديم لمحات عن التراث الثقافي الغني المحفوظ في متاحف عجمان، تصبح هذه المنصات محفزات لخلق روابط قوية بين المؤسسة وجمهورها.

الختام

ختامًا، يُظهر تفاعل متاحف عجمان مع وسائل التواصل الاجتماعي دليلاً واضحًا على الفعالية الكبيرة لهذه المنصات في مجالات الحفاظ على الثقافة، وتعزيز المشاركة المجتمعية، ودعم الترويج السياحي. إن التكامل السلس لوسائل التواصل الاجتماعي ضمن استراتيجيات التواصل لدى المتاحف لم يقتصر على زيادة الوعي فحسب، بل أسهم أيضًا في تحسين تجربة الزوار والمهتمين على حد سواء بالمجال الثقافي.

من خلال الجمع بين التقاليد والحداثة، نجحت متاحف عجمان في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتجاوز الحدود الجغرافية، مما ساهم في جعل التراث الثقافي متاحًا للجمهور العالمي، إذ يتجاوز هذا النهج تجارب زيارة المتاحف التقليدية، ويعزز الاندماج ويشجع على الفخر والانتماء المجتمعي في ظل استمرار التقدم التكنولوجي، كما أنه يشكل قاعدة قوية تسهم في تشكيل مستقبل المؤسسات الثقافية.

تحتل متاحف عجمان مكانة متقدمة في هذا السياق المتطور، حيث تبرز مساهماتها إمكانيات المنصات الرقمية في الحفاظ على التراث الثقافي وتعزيزه من خلال الالتزام بالمبادرات التعليمية والفعاليات الثقافية المجتمعية. إن نجاح متاحف عجمان في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لا يعكس فقط قدرة المؤسسات الثقافية على التكيف، ولكن أيضًا التأثير العميق الذي يمكن أن تحدثه المنصات الرقمية في تشكيل السرد الثقافي في العالم. ■

المصادر والمراجع

صفحة متاحف عجمان على الانستغرام:https://www.instagram.com/ajmanmuseums?igsh=MWd6cGo1bWpmY2hpNQ%3D%3D) [@ajmanmuseums]

الموقع الإلكتروني لدائرة التنمية السياحية في عجمان: [https://ajman.travel/]

مبادرة إفطار للصائمين في متحف عجمان:

[https://www.instagram.com/reel/CrBaHALBFxL/?igshid=Y2NkYjk0MDhjYg==]

مهرجان المربعة: https://www.instagram.com/p/CPnqkZjJdBx/

مهرجان فريج ميان: سياحة عجمان تستعد لإطلاق مهرجان فريج ميان في 23 و24 ديسمبر، من الساعة 4 عصرًا حتى 8 مساءً. https://ajmannews.ae/116601 #أخبار_عجمان... | Instagram

بيت راشد الخضر: [منشور الانستغرام] https://www.instagram.com/p/C0y4QoVhX6t/

متحف عجمان لكتب الأطفال: [الصور مرفقة] 6 إصدارات (توري في عجمان النسخة العربية – توري في عجمان النسخة الإنجليزية – قصة حمد و طائر الفلامنجو – قصة مهر في المنامة – قصة هدية من مصفوت). https://we.tl/t-yvvM88I98I

الاحتفال بيوم الاتحاد الوطني في متحف عجمان: [منشور على الانستغرام] (https://www.instagram.com/p/C0UjPHOPYBv/)

ريل لمتحف مصفوت: [https://www.instagram.com/reel/C0OyGzMJ8Gj/]

الأمسية الشعرية في متحف عجمان: [https://www.instagram.com/p/C1eQoF5J81k/]

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية المتحفية

مؤلف



الدكتور حسني مليطات*

أستاذ مساعد في الجامعة العربية الأمريكية، رام الله، فلسطين

حسني مليطات، باحث وأكاديمي ومترجم، حاصل على درجة الدكتوراه من جامعة أوتونوما في مدريد في برنامج دراسات الفن والأدب والثقافة، متخصص في مجال الأدب المقارن والدراسات الثقافية والفنية، ويعمل أستاذًا مُساعدًا في عدد من الجامعات الفلسطينية، حيث يُدرس في كليات الدراسات العليا في برامج ماجستير الفنون المعاصرة، وماجستير الأدب والتواصل بين الثقافات، وماجستير الأدب المقارن، وماجستير الترجمة. نشر العديد من الدراسات والأبحاث العلمية في مجلات ودوريات دولية مختلفة، وشارك في العديد من المؤتمرات الدولية، وترجم كتبًا فكرية وفلسفية من اللغة الإسبانية إلى اللغة العربية.

أسهمت جائحة كورونا عام 2020 في خلق التفاعل الحقيقي بين الإنسان والرقمنة، وذلك في مختلف مجالات حياته، وكان للفن وفضاءاته دورٌ محوري في ذلك التفاعل، وتمثّل في توظيف شبكات التواصل الاجتماعي بأنواعها للتعبير عن "الجماليات البصرية"؛ حيث جعلت المؤسسات الثقافية من منصة فيسبوك وتويتر، الآن "إكس"، وسيلتها الأكثر شيوعاً لتمثيل ما تتضمنه من نشاطات وندوات ومؤتمرات ومعارض فنية مختلفة، وكان للمتاحف دورٌ بارز في الاستفادة من هذه التقنيات الرقمية للتفاعل مع جماهيرها، لاسيما وأنّها من الفضاءات التي استهدفت، فعلياً، إبان تلك الجائحة، وتضرر، بشكل واضح الكثير، منها، لتخلق بعض المتاحف العالمية فكرة "التجوّل الافتراضي" فيها عبر طرق متعددة، منها: توظيف تقنية "التصوير المباشر" والمتنقل داخل أروقة المتاحف الفارغة من الناس، أو الاكتفاء بالتصوير الفوتوغرافي للأعمال الفنية التي يتضمنها المتحف، ووضع شروحات تفسيرية لهذه الأعمال، ووظف متحف برادو الشهير في العاصمة الإسبانية مدريد هذه التقنيات، ونجح في خلق التفاعل بين جمهوره ومقتنياته.

إنّ الاهتمام بمعرفة العلاقة بين الرقمنة والفضاء المتحفي مهمٌ في أيامنا؛ بسبب التجاهل المعرفي البيّن لأهمية الدور الثقافي المهم الذي تلعبه المتاحف في الدول الراقدة فيها؛ فجاءت التقنيات الرقمية لتوضح تلك الأهمية، وتفسر قيمتها الفعلية في توثيق الجماليات البصرية رقمياً، لتخدم بذلك جمهوراً واسعاً من هذا العالم دون الزيارة الفعلية لذلك الفضاء. وبتوظيف الرقمنة في توطيد الرؤية المتحفية، يكون هناك إعلاء من شأن هويتها المنبثقة عمّا تتضمنه من مقتنيات وأعمال فنية توثق وجودية المتحف وأهميته في الفضاء المعرفي العام، فالهوية، كما يقول تشارلز تايلر، "لا تؤدي إلا دور توجيهنا.. وهي ما تسمح لنا أن نُعرّف ما هو مهم عندنا، وما هو ليس كذلك"[1] وهو الدور الذي تلعبه "الهوية المتحفية"، المخلوقة، أصلاً، لتوثيق الهوية الثقافية الخاصة بالدولة التي نشأت فيها، وبالتالي، فإنّ الحفاظ عليها، يساهم في تعزيز القيم الفنية ويرسخ وجودها، وحال اتصالها مع التقنيات الرقمية، فإنها ستنتقل إلى خارج الفضاء الوطني، وتصبح هوية تصويرية/تعبيرية لذلك الفضاء، والسؤال المهم في هذه الحالة، كيف تساهم التقنيات الرقمية، وتحديداً شبكات التواصل الاجتماعي بأنواعها في تعزيز هذه الهوية؟

للإجابة على هذا السؤال، لا بُد من الحديث عن فضاءين متحفيين، اعتمدا، بشكل واضح على هذه التقنيات، وهما: متحف برادو في مدريد، والمتحف الفلسطيني في مدينة بيرزيت، فلسطين، وسأتوقف عند هذا المتحف مطوّلاً؛ لأني كنتُ شاركت في فعالياته الرقمية، ومطلع على الدور الفعلي الذي لعبته وسائل التواصل في تعزيز هويته. لكن لا بُدّ من التعريج أولاً إلى متحف برادو، الذي أسهم في تكوين فكرة "التجوّل الافتراضي"، التي أشرت إليها سابقاً، وهي فكرة محورية في كيفية الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي فترة عزلة الجمهور، والاكتفاء بالمشاهدة عن بُعد، والاعتماد المُطلق عليها لدعوة المهتمين بالفن الإسباني والأوروبي والعالمي لزيارة أروقة المتحف رقمياً، وهذا يساعد، بكل تأكيد، على جذب أكبر عدد من المهتمين، والاطلاع عن "بعد" على الأعمال الفنية الباهرة، ولم يكتفوا بذلك، وإنما عمدوا إلى شرح تفاصيل كل عمل، وما يتضمنه من دلالات، وبما أن هذه الأعمال هي أحد عناصر هوية المتحف، فإنّ عرضها عبر شبكات التواصل بهذه الطريقة الافتراضية، يُعززها، ويحافظ عليها، ويساهم في نشرها، ونقلها إلى العالم كله، لتصبح بذلك، كما يقول بيرس، أعمالاً "أيقونية"، تتضمن معانٍ تدل على بنية تلك الأعمال وأهميتها الثّقافية.

وبما أننا في أوج ازدهار عصر الرقمنة، الذي من الممكن أن يلعب دوراً مهماً في "تشكيل هوية الجيل القادم في سياق ثقافة افتراضية متغلغلة ومتغيرة باستمرار"،[2] فإنّ رؤية المعارض الرقمية والصور المؤرشفة رقمياً، ومتابعة الندوات الافتراضية، يساهم في خلق هوية ثقافية لكل ذات "مشاهدة"؛ أي أننا أمام تغير فعلي في التكوين الثقافي للإنسان، وليس بالضرورة أن يكون تغيّراً سلبياً، وإنما قد يكون تغيّراً نحو التطوير الفعلي لتلك الذات، بالاستفادة من هذه التقنيات بما يخدم هذه الذات ويعزز وجودها؛ وحال حققنا ذلك فعلياً، فنحن "نحارب السذاجة الرقمية"، بمفهوم ثيسار أنطونيو مولينا، ونستغل الأدوات التكنولوجية؛ حتى "تستمر في مساعدتنا، وتطوير أنفسنا، دون أن نضطر إلى الاستغناء عن أفضل عاداتنا، ومصادر معرفتنا"،[3] وبتحقيق ذلك مع التفاعلات الرقمية الخاصة بالمتاحف، فهذا يحفّز المشاهدين/المتلقين، إلى التعرف على المكوّنات الثقافية التي يتضمنها الفضاء المتحفي.

أما المتحف الفلسطيني الواقع في بلدة بيرزيت، فلسطين، فاستعان بشبكات التواصل الاجتماعية، بشكل مستمر، دون توقف، وقد وظّف هذه الشبكات للإعلان عن المعارض الفنية الموجودة فيه، والنشاطات الفنية، والندوات العلمية، والدورات الثقافية، والبحوث العلمية، بالإضافة إلى مشاركته منصات ثقافية فلسطينية ودولية أخرى، لعرض ما ينتجه من مشاريع بحثية وفنيه مختلفة. وبالتالي، فإنّ علاقة المتحف بشبكات التواصل علاقة تواصلية، تهدف، في الأساس، كما أرى، إلى ما يلي:

أولاً: توثيق هوية المتحف نفسه، ثم الهوية الثقافية الفلسطينية، والتي تشغل "الحيز" العام من النشطات الفنية والمعارض التي يضمّها المتحف.

ثانياً: مواكبة الرقمنة، وأرشفة الأحداث المتعلقة بالمتحف؛ حتى يستفيد منها القراء والباحثون.

ثالثاً: تعميم الثقافة الفلسطينية، وتوثيقها للعالم كله، ولهذا يحاول المتحف أن ينقل أنشطته كلها تقريباً عبر شبكات التواصل، ويحتفظ بها، حتى تنقل إلى أكبر عدد ممكن من المتابعين والمهتمين.

ومن الأمثلة على الكيفية التي استفاد منها المتحف الفلسطيني من شبكات التواصل، الإعلان عن معرض "بلادٌ على البحر: محطّات من تاريخ الساحل الفلسطيني (1748-1948)." وهو من المعارض الفنية المميزة في موضوعها؛ لأنها تناقش السردية التاريخية للمدن الساحلية الفلسطينية الواقعة في أراضي عام 1948، وتحديداً مدينة يافا وحيفا وعكا، ويتيح المتحف "جولة افتراضية" للمعرض، يمكن مشاهدتها عبر قناة يوتيوب، بالإضافة إلى رقمنة النشاطات وورشات الفن المختلفة الناتجة عن هذا المعرض، كما أعدّ المتحف ندوات تعريفية عبر شبكات التواصل، تشير إلى القيمة المعرفية لمدن الساحل، ورمزية ما تنتجه من أشجار وعمارة وفن وأدب. وقد شاركت في إحدى الندوات التي تتحدث عن "أرض البرتقال: الاقتصاد، الفن، البنى الاجتماعية"، وكانت الندوة بتنظيم المتحف الفلسطيني وبمشاركة موقع فسحة الثقافي، وعُرضت عبر منصة فيسبوك وتويتر، وشهدت "تفاعلاً" مهماً بين المتحدثين والمشاهدين، الذين عبّروا عن اهتمامهم بمعرض "بلاد على البحر"، وتعايشهم الرقمي مع مقتنياته التي عُرض بعضها عبر شبكات التواصل.

إنّ فكرة الترويج الأولى للمعرض عبر شبكات التواصل، ومتابعة فعاليات المعرض عبر الصفحة الرسمية للمتحف على فيسبوك وتويتر وانستغرام.. وغيرها، عوامل مهمة لتصوير "الحالة الثقافية/"الفنية" في فلسطين، واستثمار معرفي للزائرين الافتراضيين، الذي لا يستطيعون الوصول إلى المكان الحقيقي، ويكتفون بزيارة المعرض رقمياً، فهذا يساعدهم في التعرّف على مدن فلسطين التاريخية، ومشاهدة تاريخ مجهول بالنسبة للكثيرين، فيأتي هذا المعرض، مستفيداً من العصر الرقمي، لمحو ذلك الجهل، وينير درب المشاهدين والمهتمين، وتصبح معالم الأمكنة والأشياء الممثلة في المعرض، والمشاهدة عبر شبكات التواصل، جزءاً من الذاكرة الجمعية، فمجرد أن تلتقط الكاميرات صوراً للمعرض، ويتحقق فعل النشر عبر تلك الشبكات، تتحول مقتنياته إلى "ذاكرة"؛ وتقصّي هذه الذاكرة، كما يقول جاك لوغوف" لا في النصوص فحسب، بل في الأحاديث والصور والإشارات والشعائر والأعياد..."."[4]

في البحث عن الهوية المتحفية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

ما هي حاجة الجمهور إلى متابعة صفحات المتاحف العالمية، وقراءة ومشاهدة المنشورات الخاصة بها؟ أهو بحث فعلي عن الهوية الذاتية/الشخصية؟ أم "وسيلة" للبحث عن الهوية الجمعية لتلك المتاحف، وبالتالي، البحث عن الهوية الثقافية؟ وتكمن الإجابة في ما أطلق عليه دارن بارني في كتابه "المجتمع الشبكي"، "الهوية ما بعد الحداثية"، التي "تبنى باعتبارها خليط معقّد من العلاقات والخيارات والأفعال، التي يؤتى بها في سياقات متوازية ومتداخلة"،[5] فأرى أنّ هذا التداخل يلعب دوراً مهماً في تحديد حالة التفاعل الشبكية بين الذات والمتاحف، على اعتبار أن ما تنتجه صفحات المتاحف الفيسبوكية، على سبيل المثال، ممارسة تواصلية تهدف إلى بناء خطاب رقمي، ممثلاً بالصور والفيديوهات والنصوص المكتوبة...، والتي تتضمن، بدورها، معانٍ رمزية وأيقونية، يُقصد بها: تفسير البنى الثقافية المُنتجة، وتحديد المسار المعرفي الذي تتبعه تلك المتاحف، وبيان مساهمتها في "تثقيف" تلك الذات، وتعزيز وجودها/هويتها. وبناء على ذلك، يسعى الكثيرون إلى متابعة هذه الصفحات، والاطلاع المستمر على مخرجاتها، التي تحقق ما أشرنا إليه.

ومن طرائق البحث عن الهوية المتحفية، المشاركات التفاعلية مع الجولات الافتراضية التي تُعلن عنها المتاحف، والاستماع إلى ما تتضمنه من أفكار تحليلية حول قيمة مقتنياتها الفنية، ومن الأمثلة على ذلك، الفيدوهات المباشرة "التعريفية" التي يبثّها، باستمرار، متحف برادو، والتي يُستعرض فيها "حالة المتحف" الآنية، والإضافات الجديدة الموجودة فيه، بالإضافة إلى الشروحات المتواصلة لمضامين الأعمال الفنية المهمة

* باحث وأكاديمي ومترجم، متخصص في الأدب المقارن والدراسات الثقافية والفنية

1 تشارلز تايلر، منابع الذات "تكوّن الهوية الحديثة"، ترجمة: حيدر حاج إسماعيل، بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2014، ص75

2 سوزان غرينفيلد، تغيُّر العقل "كيف تترك التقنيات الرقمية بصماتها على أدمغتنا"، ترجمة: إيهاب عبد الرحيم علي، الكويت: سلسلة عالم المعرفة، 2017، ص141

3 ثيسار أنطونيو مولينا، ما أجمل العيش من دون ثقافة "الثقافة كمُضاد لأخطار الحماقة"، ترجمة: حسني مليطات، الكويت: منشورات تكوين، 2022، ص87

والمركزية في الفن الإسباني والأوروبي. فعلى سبيل المثال، نشر المتحف قبل يومين اثنين فيديو مع أحد موظفي المتحف، واسمه مانيل رياس، والذي يستعرض أمام الكاميرا ما تتضمنه الصالة رقم 41 في المتحف، من أعمال فنية تاريخية. والملاحظ نسبة المتفاعلين: سواء بالإعجاب، أو التعليق، أو المشاركة، مع شروحاته، وهذا النوع من الفيديوهات يُغني الكثيرين من زيارة المعرض، والاكتفاء بالتقنيات التوضيحية للجماليات البصرية التي تمثّلها الكاميرا. والمُلاحظ أن موظفي المتحف يعرضون شروحاتهم باللغتين: الإسبانية والإنجليزية، وهذا برهان على ما أشرت إليه سابقاً، بأنّ هدف شبكات التواصل تُعزيز الهوية المتحفية، ونقلها من المحلية إلى العالمية، ما يؤدي إلى نشر تلك الهوية، ويُحافظ على وجودها.

أما متحف الملكة صوفيا في مدريد، فهو الآخر يعتمد كليّاً على شبكات التواصل الاجتماعي، وتحديداً الفيسبوك، لاستعراض هويته الفنية/الثقافية، ومن التقنيات التي يوظّفها: وضع عدد من الرسومات التي يقتنيها، مع سرد وصفي بسيط لحكايتها، بالإضافة إلى مشاركة كل ما هو جديد في المتحف من أعمال صيانة للوحات، والترويج للأفلام الوثائقية التي يدعمها المتحف، والاهتمام بالحديث عن ورشات العمل والندوات الثقافية والأكاديمية التي ينظّمها بالتعاون مع الجامعات الإسبانية في مدريد تحديداً. واللافت أن نسبة المتفاعلين مع منشوراته أقل من تلك الموجودة على صفحة متحف برادو، وهذا يعود، كما أرى، إلى اعتماد الأول على الصورة "الثابتة"، والثاني على الصورة "المتحركة"؛ ونحن في هذا الزمن نهتم أكثر بالتقنية التصويرية المتحركة، لأنها تخلق جواً تفاعلياً أكبر، بين المُصوّر والذات نفسها، وهذا ينطبق على منشورات المتحف الفلسطيني أيضاً، الذي يماثل متحف الملكة صوفيا في الاعتماد على الصورة "الثابتة". وبشكل عام، فإنّ الصورة (سواء المتحركة أو الثابتة)، كما يقول جيل دولوز، "مجموع خطوط أو أشكال الضوء، سلسلة كُتل المكان-الزمان".[6]

ولكلتا الصورتين، الممثلتين عبر شبكات التواصل، قيمة معرفية ينبغي الاستفادة منها، وإدراكها حتى نستطيع أن نُعيد النظر بمكوّناتنا الثقافية المتنوعة، والتي تتخذ من الفضاء المتحفية "وسيلة" للحفاظ عليها، ونشرها، وتوصيلها على المستويين: المحلي والدولي؛ فكلما كانت صفحات هذه المتاحف "نشطة" رقمياً، ومواكبة لكل جديد، ومستمرة في توثيق "هويتها الثقافية"، كلما حظيت "بتفاعلات" واسعة، ومشاركات محورية ومهمة في تعزيز تلك الهوية والتعريف بها ونقلها إلى المهتمين في المجالات التي تصوّرها. ■

4 جاك لوغوف، التاريخ والذاكرة، ترجمة: جمال شحيّد، بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2017، ص162
5 دارن باري، المجتمع الشبكي، ترجمة: أنور الجمعاوي، بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2015، ص187
6 جيل دولوز، الصورة-الحركة أو فلسفة الصورة، ترجمة: حسن عودة، دمشق: منشورات وزارة الثقافة، 1997، ص90

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التجربة الثقافية للمتاحف

دراسة حالة جربة هود في تونس

مقدمة

يركز هذا المقال على مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز أهمية التجربة الثقافية للمتاحف. وهو محاولة لتسليط الضوء على طريقة جديدة لرؤية هذا التراث وعيشه. يتناول المقال الحالة الرمزية لجربة هود، وهو مشروع ثقافي في جزيرة جربة في تونس، تم إنشاؤه عن طريق تحويل قرية صغيرة إلى مركز ثقافي يمكن مقارنته بمتحف في الهواء الطلق بفضل تدخل فن المناطق الحضرية فيه. وإن الهدف الرئيسي هو توضيح كيف يتحول الفضاء الثقافي بفضل وسائل التواصل الاجتماعي إلى منصة أو واجهة تعتمد على عدد لا حصر له من النصوص. يبدأ المقال بوضع سياق لدور وسائل التواصل الاجتماعي بصفتها عنصرًا من عناصر الثقافة الرقمية، وشرح كيفية تأثيرها على التجربة الثقافية للمتاحف. ثم ينظر المقال في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في نشر تجربة جربة هود الفريدة للجمهور، باحثًا في دور الصور ومقاطع الفيديو المشتركة في جذب انتباه الزوار، وتحويل هذا النصب التذكاري من مساحة ثابتة إلى تحفة معمارية تروج لشكل جديد من أشكال القصص - قصصًا يرويها المستخدم نفسه. ويسلط المقال الضوء في ظل نتائج هذه الدراسة على كون هذه المبادرة نموذجًا لربط المتاحف والأماكن الثقافية بالسكان.

المتاحف ورقمنة تجربة الزائر

مع ظهور التكنولوجيا الرقمية والثورة الرقمية، بدأت المتاحف في التطور للتكيف مع هذا العصر التكنولوجي الجديد. وعلى عكس المؤسسات الثقافية في الماضي، حيث كانت المتاحف متفردة في قراراتها، دخل القرن الحادي والعشرين وتشكلت اتجاهات رقمية جديدة، ودفعت طبيعة المشروع الثقافي نفسها إلى أن تصبح مسعى مشترك بين المتحف وجمهوره وعامة الناس (تولا جيانيني، 2019، الصفحة 45). والحقيقة هي أن زوار اليوم يشكلون جزءًا من جيل متصل يعرض اهتماماته الثقافية عبر تجاربه الرقمية. وبالتالي صارت المؤسسات الثقافية تتجه نحو رقمنة تجربة الزائر من أجل استعادة تواصلها مع الجيل "زيد". وقد ازداد اهتمام الباحثين بهذا التطور الإشكالي، وهو ما سلط عليه الضوء كتاب (مستقبل المتحف، 2021) في تناوله التجارب الافتراضية والذكاء الاصطناعي في معارض وعروض الأعمال الفنية.

يرى جوتييريز أن رقمنة تجربة المتحف هي شكل من أشكال إعادة الاتصال مع المجتمع (توريا + كانط، 2021، الصفحة 427) وإعادة إنشاء رابط بين المؤسسات الثقافية وعامة الناس. يؤكد جون إتش فالك ولين ديركينج في نظرتهما لمستقبل المتاحف في العصر الرقمي أن الحياة والثقافة الرقمية يغيران بشكل جذري المساحة الحقيقية في المتحف المادي، لتصبح في ظل هذا الاندماج جزءًا من نظام بيئي جديد للثقافة الرقمية - نظام يحتضن التنوع والشمول والتعقيد والفن والثقافة المعاصرة (جيانيني، 2019، الصفحة 34). يسلط المؤلفان الضوء على النظام البيئي الرقمي الجديد الذي يعكس مدى تعقيد التجربة الثقافية المعاصرة والعلاقة بين المتحف والجيل الجديد من الزوار. هذا التحول الجذري هو نتيجة دمج التكنولوجيا الرقمية في ثقافة المتاحف وعالم الفنون. وقد أصبحت المتاحف بالفعل بيئات معقدة تجمع بين الواقعية والافتراضية من خلال خلق ثقافة متحفية رقمية تتكيف مع جمهور متصل. يقدم جون إتش فالك ولين ديركينج في "إعادة النظر في تجربة المتاحف" (2020)، نظرة متعمقة في تطور المتاحف وتحولها نحو نهج يتمحور حول تجربة الزائر، حيث يتناول الكتاب الطبيعة التفاعلية لتجربة الزائر في المتاحف والمعارض الثقافية. كما تركز دراستهما على البعد الاجتماعي لتجربة المتحف التي تتكون قبل وبعد زيارة المتحف، متناولة سلوك الزوار المعاصرين واحتياجاتهم وتوقعاتهم. يمكن لهذه التجربة أن

المؤلفون

الدكتورة مريم حمدي والدكتورة هبة الرفرافي

معلمات في جامعة المنستير، تونس

الدكتورة مريم حمدي والدكتورة هبة الرفرافي حاصلتان على درجة الدكتوراه في التصميم بتخصص في الهندسة المعمارية الداخلية، هما تعملان حاليًا باحثتين وأستاذتين في جامعة المنستير. تركز أبحاث الدكتورة حمدي على مساحات الإبداع والقرى الحرفية في تونس، ولها العديد من المقالات المنشورة حول هذا الموضوع، في حين تركز الدكتورة الرفرافي على الحفاظ على التراث والسياحة البيئية.

تحدد العلاقة بين الجماهير العامة والمراكز الثقافية وتوجيه خيارات الزوار، فالناس يزورون المتاحف من أجل تلبية احتياجات محددة تكون غالبًا شخصية و/أو اجتماعية وثقافية (فالك وديركينغ، 2026، الصفحة 33). يزداد اهتمام المتاحف في سعيها لإعادة العلاقة مع الجيل المعاصر بدمج التجربة المتحفية في البيئة الاجتماعية والثقافية لهذا الجيل، والتي تتطور وتنمو من خلال التجربة الرقمية والتفاعل الرقمي.

يتناول تقرير أعدته مؤسسة "أكسيل" رقمنة تجربة المتحف من خلال تقديم أساليب مختلفة لدمج التكنولوجيا الرقمية في تجربة الزائر، مسلطًا الضوء على مختلف التقنيات الرقمية المضمنة في المتاحف، مثل الانغماس الرقمي وتطبيقات الهاتف المحمول التي تعمل على تعزيز إمكانية الوصول إلى المعارض. كما يبحث التقرير في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للتواصل بين المؤسسات الثقافية والمجتمع. كان متحف "تيت مودرن" في المملكة المتحدة واحدًا من المشاريع التي قام التقرير بدراستها على أنها مثال للمتاحف التي تقدم تجربة اجتماعية وثقافية رقمية لزوارها عبر مشاركاتها في منصات ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة مثل "فيسبوك" ومنصة "إكس" و"انستغرام".

وسائل التواصل الاجتماعي والمتاحف

يمكن تصنيف المتاحف إلى أربعة أنواع بناءً على نتائج التحليل: المتاحف النائمة، والمتاحف الاجتماعية، والمتاحف القائمة على الزيارة، ومتاحف التجارب (دي برناردي و جيلي، 2019، الصفحة 163). يُعرّف بارسيهيان بناءً على هذه التصنيفات الأربعة المتاحف النائمة على أنها متاحف لا تتواصل مع جمهورها وزوارها لا قبل زيارتهم ولا بعدها (شاملي أوغلو، 2020، الصفحة 3547). ويُعرّف المتاحف الاجتماعية بأنها تلك التي استثمرت في وسائل التواصل الاجتماعي وخدمات الإنترنت وتواصلت مع زوارها بشكل يومي ولها متابعين (شاملي أوغلو، 2020، الصفحة 3547). تهتم هذه الفئة من المتاحف بالتواصل مع الزوار بانخراطها في الرقمنة والتكيف مع الثقافة الرقمية للمجتمع المعاصر. إلا ان بارسيهيان ركز أكثر على نهج أكثر تطورًا للرقمنة من خلال دراسة متاحف التجارب (دي برناردي و جيلي، 2019، الصفحة 163)، وهو نهج يركز على الزائر ويقدم تجارب غامرة تعزز التفاعل وتخلق علاقات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والتجربة المادية للزوار. يعد هذا النهج الزيارة بحد ذاتها على أنها تجربة غامرة، فضلاً عن تواجدها على وسائل التواصل الاجتماعي ورقمنة محتوياتها (شاملي أوغلو، 2020، الصفحة 3547). والحقيقة هي أن المتاحف المختلفة تتجه الآن نحو تبني هذا النهج، أي أن رقمنة الثقافة المتحفية تأتي من رقمنة تجربة الزائر ودمج وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل مع المجتمع. يقول بارسيهيان أن دمج وسائل التواصل الاجتماعي في تجربة زوار المتحف مرتبط بـ "مرحلة ما قبل الزيارة" التي تدمج بين الخدمات التي يقدمها موقع المتحف ووسائل التواصل الاجتماعي، والتي تؤثر على اتخاذ قرار بالزيارة (بارسيهيان، 2021، الصفحة 3544). ويرى المؤلف أن التغطية الإعلامية للمتاحف عبر المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن تشجع عامة الناس على زيارة هذه الأماكن وتضمن التواصل بين المتحف والزوار، بما يتجاوز التجربة المادية.

يتطرق ديليرو في بحثه (ديليرو، 2016) إلى أدوار وسائل التواصل الاجتماعي في التغطية الإعلامية للمتاحف والأماكن الثقافية. تبحث دراسته في كيفية مساهمة وجود المتاحف على وسائل الإعلام المتصلة بتطبيقات مثل "سناب شات" و"تيك توك" في إبراز المساحات الثقافية ونشر المعارض أمام عامة الناس، حيث يؤمن ديليرو بأن التغطية الإعلامية الرقمية للمتاحف يمكن أن تعزز تجربة الزائر.

يركز هذا المقال ضمن السياق أعلاه على دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على زيارات الفضاءات الثقافية والمتاحف من خلال عرض دراسة حالة جربة هود في تونس، والتي تمثل نموذجًا لمتحف تقع وسائط وشبكات التواصل الاجتماعي في قلب عمله.

تجربة جربة هود: دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الإدراك الثقافي

ركزت دراستنا على أنشطة المتاحف الغامرة على الإنترنت، خاصة على شبكات التواصل الاجتماعي. وبالفعل، مع تطور أدوات الاتصال الافتراضية المختلفة، عملت المتاحف على مواكبة هذا التغير وحاولت توسيع النطاق الضيق لجدرانها والتأكيد على هويتها بأنها لم تعد مؤسسات مغلقة ومنغلقة، بل منفتحة على العالم وجمهوره (لاندري، 2008، الصفحة 1). وقد أدى هذا الظهور الثقافي الجديد في الفضاء الإلكتروني إلى إنشاء نمط جديد من التبادل والمشاركة الذاتية والطبيعية.

وقد جاء اهتمامنا بجربة هود، هذا المتحف الموجود في الهواء الطلق في جزيرة جربة في تونس، ضمن هذا السياق، حيث تبوأ الفن مكانة مهمة بتثمين التراث المادي وغير المادي لأحياء قرية "الرياض" المعروفة سابقًا باسم "الحارة الصغيرة"، حيث جُمعت أعمال نحو 100 فنان وفنانة من حول العالم لدعم هذه المبادرة لعرض "حارة" الذي بدأ عام 2014 ويستمر حتى اليوم.[1] سمح مشروع المتحف الحضري هذا للفنانين بالتلاعب بالبنية التحتية والهندسة المعمارية لأحياء الرياض وفضائه العام لخلق فن شارع. كانت هذه المبادرة الثقافية هي رؤية الفنان الفرنسي التونسي والمتخصص في فن الشارع، مهدي بن شيخ، بهدف إحياء الشوارع الضيقة في الحي، وإنشاء طريق كامل يعزز الانغماس والاكتشاف. وقد رسمت على أرضيات القرية وجدرانها العديد من اللوحات الجدارية، كما غزت الكتابة على الجدران والعلامات واجهات العديد من المباني.

الشكل 1: مثال لفن الشارع في جربة هود

وبالفعل، ومنذ بدء المشروع، توافد العشرات من السياح المحليين والأجانب يوميًا إلى المكان مما خلق سيلاً من الصور المهمة على وسائل التواصل الاجتماعي بفضل التغطية الإعلامية الطبيعية لهؤلاء الزوار. جذب ظهور الموقع المكثف بفضل الصور التي التقطتها كاميرات الزوار من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك" و"انستغرام" إلى اكتشاف

1 بيان اليونسكو، 2، الصفحات 21-23، https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367839



الشكل 1: مثال لفن الشارع في جربة هود [2]

ظاهرة جربة هود ومتابعتها عن كثب، بما شكل علاقة جديدة بين الفضاء الثقافي والجمهور من خلال التطبيقات الافتراضية. إن الطبيعة المؤقتة للمحتوى الموجود على المنصات تشكل نوعًا من السرد البصري للأعمال، ورواية للقصص تشبه الروايات الشفهية.[3] وبالفعل، ساعد هذا التمثيل الافتراضي الذي شهدته جربة هود على مختلف المنصات في الترويج لها بصفتها وجهة ثقافية من نوع جديد.

في ظل ذلك، قمنا بتطوير استطلاع لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لفهم تأثير هذا المشروع ودور وسائل التواصل الاجتماعي في هذا التصور الثقافي. ركز الاستطلاع والذي تم نشره على شبكات التواصل الاجتماعي، على تأثير العالم الافتراضي على التجربة الثقافية، خاصة على دور وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على تصور الثقافة والفنون في تونس. شملت الدراسة الكمية ردود 102 شخصًا ممن يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، وأظهرت النتائج التي تمكنا من جمعها أن 91% من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يستخدمون المنصات عدة مرات في اليوم، وهذا يعني أن هذه المنصات توفر نقاط اتصال يومية للتفاعل مع جزء كبير من الناس. وجدت نتائج الاستطلاع أن 80% من المشاركين على اطلاع على جربة هود عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويعتقدون أن جربة هود أثرت على تصورهم للمتاحف والأماكن الثقافية في تونس، وبالتالي يمكننا أن نؤكد أن جربة هود تمثل نموذجًا للمتاحف التي تستحق الدراسة المعمقة.

أظهر استطلاعنا أن 68.1% من الأشخاص ممن شملهم الاستطلاع اكتشفوا جربة هود عبر شبكات التواصل الاجتماعي ("انستغرام" و"فيسبوك" ومنصة "إكس" وغيرها). وبعد التدخل الفني لجربة هود، أصبح الفضاء مكانًا ثقافيًا يرحب بالفنانين والمؤرخين والزوار من مختلف المناطق والبلدان. وبالفعل، فقد أثارت التغطية الإعلامية لهذا الحدث العالمي اهتمام المؤثرين وصانعي المحتوى الذين زاروا القرية باستمرار وشاركوا صور وقصص زياراتهم لجذب المتابعين والبقاء على اطلاع دائمًا. تقع جربة هود في جزيرة جربة السياحية الشهيرة، التي لا تزال مقصداً للسياح وزوار الجزيرة الذين يستغلون إقامتهم فيها لتبادل التجارب في هذا المعرض الثقافي المميز. وقد اكتشف الناس هذا المتحف في الهواء الطلق من خلال الذكريات التي صنعها الزوار وشاركوها على وسائل التواصل الاجتماعي.

2 https://djerbahood.com/portfolio/vajo/

3 إيلينا فيلاسيسا. وسارة ووكويتش. "سرد القصص سريعة الزوال عبر شبكات التواصل الاجتماعي"، https://publications-prairial.fr/balisages/index.php?id=48

قال 57.9% من الذين شملهم الاستطلاع أنهم زاروا جربة هود، وقال 75.4% منهم أنهم اتخذوا قرار الزيار بناءً على الصور والتجارب التي تم تداولها على شبكات التواصل الاجتماعي. وأشار 74.6% من المشاركين في الاستطلاع ممن لم يزوروا المتحف بعد أنهم يخططون للقيام بذلك في المستقبل. تظهر هذه النتائج المساهمة المهمة للشبكات الاجتماعية في استخدام الفضاءات والمساحات، حيث تكّون لدى الناس اهتمام بالمتحف حتى قبل زيارته. ولقد تطورت الصور الفوتوغرافية والفيديوهات والقصص التي يتم مشاركتها لتتحول إلى قنوات اتصال وتقدير، مما مكن الزوار من المشاركة بنشاط في المعارض والانغماس في الأعمال الفنية، ليصبحوا على إثر ذلك مشاركين بفعالية بجزء من تجربة المعرض. ساعدت الصور ومقاطع الفيديو التي شاركها الزوار في خلق نوع من الانغماس في المكان عبر الانتقال العقلي التخيلي، أتاحت تخيل المتحف بأسلوب مختلف في الفضاء الإلكتروني. لم يعد الأمر يتعلق بالمتفرج الذي يواجه العمل، بل بالمتفرج الذي يواجه تمثيلاً للعمل. لقد أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي للناس تبادل تجاربهم الشخصية عبر قصص يتم سردها على المنصات المختلفة، وبالتالي التأثير على تصور جربة هود.

سألنا في الاستطلاع عن مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التصورات الخاصة بالمتاحف: إلى أي مدى عزز وجود جربة هود على وسائل التواصل الاجتماعي الروابط مع السكان؟ قال 57.6 % من الذين شملهم الاستطلاع "إلى حد كبير". ووجدنا أيضًا أن 65% من المشاركين وجدوا أن وسائل التواصل الاجتماعي كان لها تأثير قوي على تصورهم العام للثقافة والفنون. وبالتالي، فإن الوجود الافتراضي للمتاحف ضروري للاعتراف بها في العالم الحقيقي. ومن هنا تأتي حاجة المتاحف إلى الاستثمار في الفضاء الإلكتروني وفي الحياة الاجتماعية والثقافية الرقمية لجيل معاصر متصل. يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تساهم في تثمين المتاحف والمواقع الثقافية من خلال تحويل نفسها إلى أماكن للتواصل وإعادة الاتصال بين المتاحف وعامة الناس. ■

المصادر والمراجع

أكسيل (2016). التحول الرقمي في صناعة المتاحف، تقرير المتاحف.

إيلينا فيلاسيبسا، وسارة ووكويتش. "سرد القصص سريعة الزوال عبر شبكات التواصل الاجتماعي"، https://publications-prairial.fr/balisages/index.php?id=48.

برناردي، پي، وجيلي، إم (2018). الابتكار الرقمي للمتاحف، دور استراتيجيات الاتصال الرقمي في متاحف تورينو. في مطبوعة ب. أوناي دوغان، والدكتور غول أونلو (محرران)، دراسة السياسات الثقافية من خلال الاتصالات الرقمية، هيرشي.

بيان اليونسكو، 2، الصفحات 21-23، https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367839

بيست غوكتشي بارسيهيان (2021). التحول الرقمي في إدارة المتاحف: استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، الدراسات التركية - الاجتماعية، العدد 15 (8).

توريا + كانط (2021). متحف | العقود الآجلة، معهد جوته، العدد الخامس.

جون إتش فالك، لين دي ديركينج (2016). إعادة النظر في تجربة المتحف، روتليدج.

جيانيتي تولا (2019). المتاحف والثقافة الرقمية: وجهات نظر وأبحاث جديدة، أس أس بي سي.

لانداري، أنيك (2008). التقييم التربوي للأنشطة التعليمية عبر الإنترنت من خلال المتاحف الكيبيكية، جامعة مونتريال.

مانون ديلريو (2016). المتاحف على شبكات التواصل الاجتماعي: بين الوسائط والتواصل. أطروحة في علوم المعلومات والاتصالات.

ريل لمتحف مصفوت: [https://www.instagram.com/reel/C0OyGzMJ8Gj/]

الأمسية الشعرية في متحف عجمان: [https://www.instagram.com/p/C1eQoF5J81k/]

نحو بناء منصّات متحفيّة تربويّة

فرص وتحديات من العالم الرّقمي

على مدى العقدين الماضيين، أصبحت التكنولوجيا الرقمية إحدى سمات المجتمع المعاصر، ومع التطوّر المتسارع في تلك التقنيات، والتنوّع في الأدوات المُتاحة، تسعى المتاحف بشكل مستمر لاستكشاف واستخدام مزايا التكنولوجيا الرقمية بشكل فاعل لتعزيز خبرة الزائر داخل وخارج الفضاء المتحفي وتمكين الوصول إلى جمهور أوسع. إضافة لذلك، توفر تلك التقنيات إمكانيات هائلة في الأرشفة وإعادة عرض المحتوى المتحفي من معارض ومجموعات دائمة بأشكال مختلفة، كالمعارض الافتراضية، وتُتيح الوصول إليها من أماكن مختلفة خلال وبعد انتهاء فترات العرض.

وفي هذا السياق، تم استغلال الإمكانيات المتاحة من قبل المتاحف بأشكال مختلفة من مواقع إلكترونية إلى تزويد المعارض بأجهزة عرض تفاعلية وتطوير محتوى رقمي يتم عرضه داخل المتاحف وعبر المنصات الرقمية، وتلي ذلك دخول شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف المحمول، والتي أصبحت في متناول الجميع، وأتاحت أشكال أخرى من التفاعل مع المحتوى المتحفي، مثل تقنيات الواقع المعزز، كما ساهمت في تعزيز النهج التشاركي في عمل المتاحف.

تزامن التطور في التكنولوجيا الرقمية وازدياد فرص الابتكار في أشكال العرض مع تغييرات في توجهات المتاحف بأشكالها المختلفة. على سبيل المثال، يتم الحديث عن أجيال متاحف ومراكز العلوم حيث ركّزت فضاءات الجيل الأول من المتاحف على عرض العينات، وعملت على تجميعها في صناديق بغرض عرضها، تلا ذلك متاحف الجيل الثاني التي أضافت عنصر التفاعل للمعروضات من خلال الضغط على أزرار. أمّا متاحف الجيل الثالث، فقد ركّزت على توفير تجربة تتمحور حول الزائر نفسه من خلال تقديم معروضات تفاعلية وصالات عرض تسمح للزوار باللعب والاستكشاف واستخدام أكثر لحواسهم. واليوم، هناك تصوّر لدور أكبر لمتاحف الجيل الرابع في تعزيز الحوار والمشاركة بين الزوار وإبداء اهتمام أكثر للقضايا العلمية الاجتماعية



المنصّة التعليمية لمتحف المتروبوليتان للفنون
www.metmuseum.org/metkids

مؤلف



الدكتور رامي محتسب

استشاري وباحث في مجال التعلّم الرقمي

رامي محتسب باحث متخصص في التعلّم الرقمي، حاصل على درجة الدكتوراه في تكنولوجيا التعليم من جامعة وولفرهامبتون، بالمملكة المتحدة. ركّزت رسالته للدكتوراه على دراسة تأثير الثقافة العربية على استخدام التكنولوجيا الرقمية في التعلّم الرسمي وغير الرسمي ضمن السياق الفلسطيني. وهو يعمل حاليًا باحثًا واستشاريًا في مجال التعلّم الرقمي، كما ساهم في تطوير منصة "سناسل: نلعب معًا، نتعلّم معًا" التعليميّة المتحفيّة بالتعاون مع فريق من المتحف الفلسطيني. تتركز اهتماماته ومساهماته البحثية على عدة مجالات منها التعاون الرقمي، والاتصال والتواصل العلمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتوظيف التكنولوجيا الرقمية في فضاءات التعلّم الرسمي وغير الرسمي.



منصّة "سناسل: نلعب معا، نتعلّم معا"
www.sanasel.org

في معارضها. وفي هذا السياق توفّر التقنيات الرقمية فرصاً لتفاعل الزوار ما بينهم ومع المحتوى المتحفي بأشكال مختلفة. كذلك الأمر بالنسبة للمتاحف الفنية والثقافية ومتاحف التاريخ حيث أن طُرق عرض المحتوى المتحفي، وحفظه، والتفاعل مع جمهور المتحف أصبحت متاحة بأشكال متنوعة قبل وأثناء وبعد زيارة المتحف. وفي الوقت الحاضر، أصبح هناك اتجاه متزايد لبناء منصّات متحفيّة تربوية تهدف لتوسيع تجربة التعلّم المتحفيّة وتعزيز علاقة المتحف مع جمهوره. من جهة أخرى، تُتيح تلك المنصات طُرق عرض متنوّعة للمعلومات بطريقة تفاعلية ومثيرة للانتباه ويمكن تخصيصها لتناسب الفئات المختلفة من جماهير المتحف.

المنصّة التعليميّة "سناسل: نلعب معا، نتعلّم معا"

نسلط الضوء في هذا القسم على بعض القضايا التي تم طرحها خلال تطوير منصّة سناسل التعليميّة وهي الأولى من نوعها كموقع متحفي تربوي باللغة العربيّة، والتي أطلقها المتحف الفلسطيني في تمّوز 2023 وهي موجّهة للأطفال، واليافعين، والعائلات، والمعلّمين والمنخطين في التعلّم والتعليم حول تاريخ وثقافة فلسطين. تُقدّم المنصّة سلسلة من الأنشطة التعليميّة المتنوّعة كالرسوم المتحرّكة والألعاب والجولات الافتراضية، بالإضافة لمصادر للمعلّمين والتربويّين تحت محاور متعدّدة. تشجّع المنصّة على التعبير عن الذات ومشاركة الآراء والأفكار وتتميّز بأنها توظّف عناصر المتعة والمفاجئة والاستكشاف من خلال عرض محتوى متنوّع بشكل تفاعلي تحت محاور أربعةٍ يدور حولها تصميم المنصّة ومحتواها، هي:

نستكشف: تقدم المنصة التعليمية من خلال هذا القسم فرص للتعلّم الحرّ تتيح من خلالها استكشاف مواضيع متعددة مستوحاة من معارض وأنشطة ومشاريع المتحف الفلسطيني. يهدف هذا القسم أيضاً إلى إعادة تقديم محتوى من المتحف، كالمقتنيات الدائمة، بطريقة تفاعلية ومبسّطة وبصيغ مختلفة كالتسجيلات الصوتية والمرئية والجولات الافتراضية.

نصنع: يتضمن هذا القسم أنشطة تحت محاور متنوعة تتيح فرص إنتاج أعمال رقمية أو ملموسة، بعض الأفكار مستوحاة من معارض المتحف الفلسطيني، وهي تهدف لإتاحة فرصة الوصول إلى أنشطة يقدمها المتحف وتطبيقها سواء كان ذلك في البيت، الحديقة، الحي، المدرسة، أو المتحف. كما ويتيح لهم مشاركة أعمالهم مع مجتمعاتهم أو مع جمهور المتحف عبر المنصة أو من خلال المشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي. يُقدم هذا القسم أيضا أنشطة تعريفية بعمل المتحف الفلسطيني مثل ترميم وحفظ المقتنيات والأعمال الفنية وأرشفة الوثائق التاريخية.

نلعب: يخوض الزائر من خلال هذا القسم مجموعة تجارب معرفية واختبارات شيقة وتحديات تمكّنه من اكتساب خبرات متنوعة وتساهم في تنمية مهاراته، وتم تصميم الألعاب لتناسب عدة مستويات وأعمار. تحاي الألعاب قضايا توعوية، أعمال فنية، ومواضيع مستوحاة من معارض وأعمال المتحف.

يتناول القسم أيضاً، أنشطة تسهم في التعريف بشخصية (فنان، عالم..)، التعريف بمكان، ويتم التركيز على استخدام عنصر المفاجأة والتشويق.

نتواصل: يهدف هذا القسم لتعزيز تواصل الجمهور مع المتحف وتعريف الزائرين بما يقدمه المتحف من أنشطة وتمكينهم من التعبير عن الانطباعات، الآراء، الأفكار، ومشاركة الاقتراحات بطرق محفّزة على التعبير الحر والمساهمة الإيجابية. كما ويشجّع الجمهور على مشاركة إنتاجاتهم وتجاربهم مثل مشاركة الأعمال الفنية والمحتوى الصوتي. ويهدف مستقبلاً إلى المساهمة في دعم وتكوين مجتمعات اهتمام حول مواضيع متنوعة مستلهمة من المعارض والمشاريع والمحتوى الذي يقدمه المتحف.

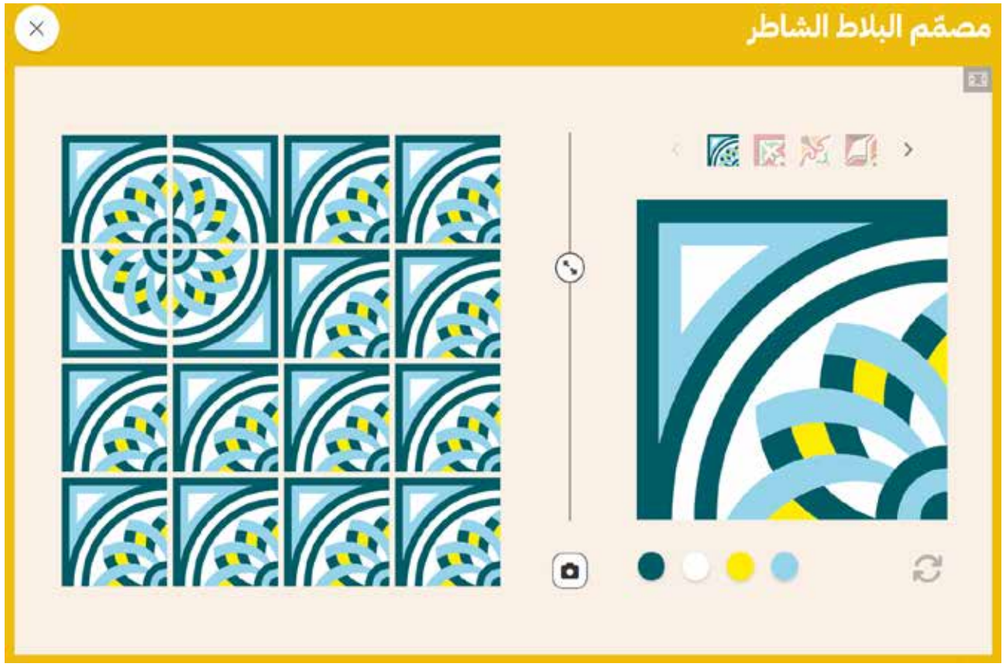
الجمهور المستهدف للمنصة التعليمية

رغم سعي المتاحف من خلال منصاتها التعليمية للوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من جمهورها المستهدف، إلا أن تنوّع الجمهور المستهدف قد ينعكس على بعض التعقيدات في تصميم المنصة وطريقة عرض الأنشطة والمصادر. فمثلاً، من الهام الفصل بشكل واضح بين الأقسام الخاصة بالأطفال والأقسام الموجهة للبالغين (كالمعلمين والباحثين)، يجدر الإشارة هنا إلى أن المحتوى الموجه للأطفال سوف ينعكس على عدة جوانب كالألوان وطريقة عرض المحتوى وتبسيط النص المستخدم في كل قسم بما يلائم الفئة العمرية المستهدفة، بالإضافة للتفاعلية في عرض المحتوى (مثل استخدام الشخصيات الكرتونية المتحركة). في المقابل، من المهم إيجاد أسهل الطرق لوصول التربويين إلى المحتوى المتحفي المخصص لهم.

يهدف تصميم منصة سناسل التعليميّة لعرض المحتوى المتحفي بطريقة تفاعلية بحيث يمر كل زائر بخبرة مختلفة عن الآخر وذلك من خلال ظهور دولاب الحظ في الشاشة الرئيسية يمكن التحكم به من خلال اللمس، كما يظهر خيار "فاجئني" في الصفحة الرئيسية لاختيار نشاط بشكل عشوائي، وتمكّن الهوية البصرية للمنصة الزوار من التنقل بشكل سلس ما بين المحاور الأربعة التي يدور حولها تصميم المنصّة ومحتواها. كما وتوفّر المنصّة للمعلّمين والمعلّمات مجموعة من الموارد التعليميّة المُلهمة، والموادّ المعرفيّة والتفاعليّة الغنيّة لاستخدامها في التعلّم المنهجي وغير المنهجي.

التكنولوجيا المستخدمة في تطوير المنصة

من الهام أن ينعكس اختيار الجمهور المستهدف على التكنولوجيا المستخدمة في تطوير المنصات التعليمية، على سبيل المثال، يجب البحث ما هي أنواع الأجهزة الإلكترونية الأكثر استخداماً من قبل زوار المنصة (هاتف محمول/جهاز لوحي/حاسوب شخصي) من أجل إعطاء ذلك أولوية في التصميم وأخذها بالاعتبار بكل



منصّة سناسل التعليمية | نشاط مصمّم البلاط الشاطر



منصّة سناسل التعليمية | تمرين قراءة الخط العربي

مراحل تطوير المنصة وأنشطتها. هناك أيضًا إمكانية بناء المنصات التعليمية كموقع إلكتروني أو تطبيق الهاتف المحمول. تتميز المواقع الإلكترونية بتوافقها مع جميع الأجهزة بالإضافة لإمكانية عرضها من أي متصفح إنترنت. في المقابل فإن تطبيق الهاتف المحمول يعطي تفاعلية أفضل لكنه سوف يحد من الوصول إلى المنصة من خلال أجهزة الحاسوب الشخصي.

هناك أيضاً عدة عوامل تؤثر في اختيار التكنولوجيا المستخدمة في بناء المنصة كالتكلفة والفئة العمرية المستهدفة ودعم التكنولوجيا للغات المُراد عرضها في المنصة. والعامل الأهم بتقديري هو أن عملية تطوير وتحديث الأنشطة على المنصات التعليمية هي عملية مستمرة ولذلك من المهم الأخذ بالحسبان إمكانيات استخدام تقنيات مفتوحة المصدر لبناء المنصة. من المفيد أيضاً البحث عن أو تطوير أدوات بناء الأنشطة ذات قابلية إعادة الاستخدام والتي تُتيح إنشاء تجارب تعلّم شيّقة وتفاعليّة من خلال مثل مقاطع الفيديو التفاعليّة، والعروض التقديميّة، والاختبارات، وألعاب الذاكرة. ذلك يساعد في إضافة أنشطة جديدة للمنصة بجهد بسيط وبشكل يضمن لها الاستدامة، حيث توفّر بعض التقنيات العديد من المزايا المجانية للمنصّات التعليميّة.

الربط مع وسائل التواصل الاجتماعي

من الهام خلال المراحل الأولى من تصميم المنصة التعليمية البحث في طرق تحقيق تكاملية ما بين المنصة المراد تطويرها والمواقع الإلكترونية التابعة للمتحف وقنواته على وسائل التواصل الاجتماعي، بحيث تعطي الزائر فرصة لاستكشاف المزيد من المحتوى المتحفي ولكي تُعزز تواصل المتحف مع جمهوره. كما وتساهم وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج للمنصة من خلال الترويج للأنشطة الجديدة على قنوات المتحف المختلفة. على سبيل المثال، توفّر منصة سناسل التعليميّة خيار "انقروا هنا إذا أحببتم هذا النشاط" تحت الأنشطة، والذي يتيح مشاركة الأنشطة على وسائل التواصل الاجتماعي. يمكن أيضاً تفعيل وسم خاص بالمنصة أو النشاط على وسائل التواصل الاجتماعي بحيث تُمكّن الزوار من مشاركة الأنشطة أو إنتاجاتهم على وسائل التواصل الاجتماعي (مثل شاركوا أعمالكم على #المنصة).

هنا، يجدر الإشارة إلى أهمية مراعاة سياسات الخصوصيّة والأمان الخاصة بالمنصات التعليمية الموجهة للأطفال، حيث أن التزام المتحف بحماية البيانات الشخصيّة يترتب عليه الأخذ بالاعتبار طرق التعامل مع البيانات الشخصيّة المقدّمة أثناء تصفّح المنصّة وحماية خصوصيّة متصفّحها آخذين بالحسبان أن الجزء الأكبر من جمهور تلك المنصات هم من الأطفال أو اليافعين. يجدر الإشارة إلى أن أغلب المنصات تقترح التسجيل الطوّعي لبعض البيانات الشخصيّة (كالاسم والعمر)، واقتراح إدخال البريد الإلكتروني لاستقبال نشرة خاصّة.

تحقيق أهداف المنصة التعليمية واستمراريتها

إن استدامة المنصة تتطلب التجديد في أنواع الأنشطة والاستمرارية في رفدها بأنشطة جديدة ضمن وتيرة محددة أو جدول زمني متقارب مع الأخذ بالحسبان الجوانب المالية وبعض العوامل المرتبطة بالجانب الترويجي للمنصة. لذلك، من الهام أن تقوم المتاحف بوضع استراتيجية للوصول إلى الجمهور المستهدف وتعريفهم بمحتوى المنصة وأنشطتها وذلك في مرحلة مبكرة من إطلاق المنصات التعليمية. يمكن الترويج للمنصة والوصول إلى جمهور أوسع من خلال مشاركة الأنشطة الجديدة على صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمتحف، وهنا من الهام التفكير بمواعيد النشر (مثل نشر أنشطة بشكل حصري للأطفال خلال العطل المدرسية). يمكن أيضاً عرض المنصة على شاشات تفاعلية خلال الفعاليات التي ينظمها المتحف.

بالإضافة للأنشطة، من الهام توظيف مستجدات التكنولوجيا الرقمية (أدوات، تطبيقات رقمية) والبحث المستمر في خيارات دمج تقنيات حديثة لتعزيز التفاعلية في أنشطة المنصة. كذلك هناك حاجة لتكوين فريق عمل لمتابعة تطوير أنشطة المنصة وعكس ما يحدث في صالات عرض المتحف على المنصة، كما ويمكن توظيف المنصة كأداة للتواصل وتشجيع انخراط الجمهور في الأنشطة التي ينظمها المتحف، وذلك يساعد في تعزيز التكاملية ما بين الجانب الفعلي من الأنشطة والجانب التقني.

من المفيد أيضاً تعزيز الجانب التشاركي في أقسام المنصة الرقمية، وذلك يتضمّن تشجيع الزوار على مشاركة انطباعاتهم وأفكارهم والأعمال التي ينتجونها خلال زيارة المتحف من خلال تخصيص حيز لذلك في المنصة، بالإضافة لبناء محتوى وأنشطة تشاركية يظهر فيها مساهمات الجمهور، مثلاً يمكن إيجاد خيار "أرسلوا عملكم إلى معرض الزوّار الافتراضي" في الأنشطة تحت "نصنع" في منصة سناسل التعليميّة. كذلك من الهام الاستمرار في تتبع التقارير ومؤشرات النجاح في المنصة، ذلك يشمل الاطلاع على الأرقام والإحصائيات التي توفرها أدوات مثل (Google Analytics أو Piano)، والتي تظهر الأماكن أو البلدان التي يأتي منها جمهور المنصة، كما وتساعد في فهم اهتمامات الجمهور ومعرفة الجوانب التي تستحق التركيز عليها بشكل أكبر. من المفيد أيضاً عمل شراكات مع مؤسسات تعليمية لكي تساهم فئات مختلفة من جمهور المتحف (طلاب، معلمين، باحثين) في رفد المنصة التعليمية بمحتوى جديد.

البحث والتقييم

أصبح البحث حول استخدام التكنولوجيا الرقمية في المتاحف من المجالات ذات الاهتمام العالمي، هناك أيضاً اتجاه متزايد للبحث في الفرص التي تقدمها التقنيات الرقمية في دعم وإثراء الخبرات التعليمية وذلك لدورها في إتاحة أشكال متنوعة من التفاعلية. تذكر آنا كرافت (2013) أربعة خصائص تميّز التعلّم في العصر الرقمي وتتيح تنمية قدرة الأطفال والشباب على الإبداع وهي: التّعدّدية، المرح، وفرة الإمكانيّات، المشاركة. يمكن الاستفادة من المنصات التعليمية للبحث في التعلم غير الرسمي في المتاحف حيث أن البيانات التي يمكن جمعها من خلال المنصة التعليمية والإحصائيات الخاصة باهتمامات الزوار قد تشكل مصدر غني يمكن استخدامها في أبحاث في حقل التعلّم المتحفي. كذلك، هناك إمكانية لتوظيف المنصة التعليمية في تطوير أدوات تقييم خاصة بالمتحف وأنشطته الوجاهية والافتراضية.

من خلال مراجعة الأدبيات المرتبطة بتوظيف التكنولوجيا الرقمية في المتاحف، يمكن الاستنتاج أن هناك نقاش مازال قائم في أغلب المتاحف حول الرّقمنة (Digitization) والمستوى المطلوب من استبدال التجربة الوجاهية للتفاعل مع المعروضات بالتجربة الرقمية، كما وتُظهر الأدبيات أن هناك حوار مستمر حول دور التقنيات الرقمية في بيئات التعلّم غير الرسمي، كالمتاحف، وأثرها على التفاعل الاجتماعي ما بين الزوار. لذلك يجب الحفاظ على توازن ما بين الجانب الرقمي والجانب الملموس عند نقل الأنشطة الرقمية إلى قاعات العرض في المتحف. من الهام أيضًا البحث في السياق الثقافي ودراسة أثر الثقافة المحلية على تقبل تحويل المحتوى المتحفي إلى أشكال رقمية ومدى ملاءمتها لهذه الثقافة قبل رقمنة المحتوى المتحفي وعرضه عبر المنصات المتحفيّة.

ختاماً، لابد أن تستثمر المتاحف العربية بالحلول الرقمية المبتكرة لتعزيز وجودها عبر الفضاء الرقمي والوصول إلى جمهور أوسع. لذلك من الهام البحث المستمر في مستجدات الأدوات الرقمية وتأثيرها المحتمل على التجربة المتحفيّة مع الأخذ بالاعتبار السياق المحلي للمساعدة في رؤية الفرص المتاحة ولضمان تحقيق رؤية وأهداف تلك المؤسسات. ■

المصادر والمراجع

كرافت، آنا. (2013). الإبداع ومستقبليات التعليم .. التعلّم في العصر الرقمي، ترجمة: وليد السويري، رام الله: مؤسسة عبد المحسن القطان – مركز القطان للبحث والتطوير التربوي.

هبة برقان. (2021). "التوجّه نحو النهج التّشاركيّ في تطوير المعارض العلميّة". مجلة رؤى تربوية، العدد 55-56

داني براون. (2020) "مستقبل التكنولوجيا في المتاحف"، مجلة «سبوكس»، ترجمة رابطة المراكز العلمية لشمال إفريقيا والشرق الأوسط NAMES.

إيناس عيسى (2021) "مراكز العلوم ومتاحفها تعيد تشكيل هوياتها"، ترجمة رابطة المراكز العلمية لشمال إفريقيا والشرق الأوسط NAMES.

مؤلف

آلاء محمد عبابنة

باحثة -جامعة برشلونة المستقلة

آلاء محمد، مهندسة مدنية حاصلة على شهادة ماجستير في إدارة حفظ التراث الثقافي، وهي تتابع حاليًا دراسة الدكتوراه في علم الآثار الكلاسيكي. تركز آلاء في أبحاثها على التكنولوجيا وعلم الآثار، ولها دراسات في القطع الأثرية والأبحاث الأرشيفية، كما تشارك بنشاط في المؤتمرات وورش العمل ذات الصلة. يكمن شغفها في الحفاظ على التراث الثقافي عبر تبني أساليب مبتكرة، مما يسهم بشكل كبير في مجال علم الآثار الكلاسيكي.

الذكاء الاصطناعي وتمكين مشاركة المتاحف الافتراضية والاتصالات العالمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

ملخص

في هذا العصر الرقمي، تستخدم المتاحف وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور عالمي. يركز هذا المقال على تأثير الذكاء الاصطناعي في تعزيز المشاركة الافتراضية والاتصالات العالمية. يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل مجموعات بيانات كبيرة وتحسين استراتيجيات المشاركة. كما تساعد خوارزميات الذكاء الاصطناعي المتاحف على فهم تفضيلات الجمهور، وتخصيص المحتوى، وتقديم تجارب مخصصة عبر منصات التواصل الاجتماعي. تعمل تقنيات الذكاء الاصطناعي، مثل معالجة اللغة الطبيعية، على أتمتة عمليات الإشراف على المحتوى وتحليل المشاعر والقيام بمهام الترجمة، بما ينتج عنه تطوير أشكال التفاعل مع جمهور متنوع. يمكن لأنظمة التوصية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي تقديم مقترحات لمحتوى ذا صلة بناءً على تفضيلات المستخدم، مما يعزز مشاركة أعمق ويربط الزوار بمجموعات المتاحف التي تتماشى مع اهتماماتهم. كما يسهل الذكاء الاصطناعي التواصل بين الثقافات من خلال كسر الحواجز اللغوية وتمكين المتاحف من التواصل مع الجماهير العالمية بلغاتهم الأصلية، فهو يحلل بيانات وسائل التواصل الاجتماعي لتحديد الاتجاهات ومشاعر الجمهور، مما يسمح للمتاحف بتكييف استراتيجيات المشاركة. إلا أنه لابد للمتاحف الأخذ بالاعتبارات الأخلاقية في هذا العصر الرقمي والتي تشمل الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي والحفاظ على خصوصية البيانات والشفافية لضمان تجربة مستخدم إيجابية والفوز بثقة الزوار. يعمل الذكاء الاصطناعي على تمكين المتاحف في تحسين المحتوى وتخصيص التجارب وإنشاء بيئات افتراضية شاملة ومتصلة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

مصطلحات رئيسية: الذكاء الاصطناعي، المتاحف، التواصل الافتراضي، وسائل التواصل الاجتماعي، روابط عالمية.

مقدمة

حظي الذكاء الاصطناعي باهتمام كبير في ظل تبني المتاحف في العصر الرقمي تقنيات جديدة لتعزيز تفاعلها مع الجماهير وتوسيع نطاق وصولها العالمي (دياز - رودريغيز وبيسوني، 2020). يمكن للمتاحف عبر المشاركة الافتراضية وعبر منصات التواصل الاجتماعي المدعومة بالذكاء الاصطناعي إطلاق العنان لإمكاناتها، وإنشاء تجارب غامرة، وتعزيز الاتصالات العالمية مع الجماهير بشكل لم يسبق له مثيل. تركز هذه المقدمة على التأثير التحويلي للذكاء الاصطناعي في المشاركة الافتراضية للمتاحف، وقدرتها على التواصل مع الجماهير في جميع أنحاء العالم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي (مكمالين وألتر، 2017).

تقليديًا، كانت المتاحف بمثابة مستودعات مادية للقطع الأثرية الثقافية، مقيدة بمساحة مادية وحدود جغرافية. ولكن مع ظهور الذكاء الاصطناعي، تحررت المتاحف من هذه القيود ودخلت المجال الرقمي. يُمكّن الذكاء الاصطناعي المتاحف من إنشاء معارض افتراضية وتجارب غامرة يستطيع أي شخص الوصول إليها في أي وقت ومن أي مكان (جيانيني وبوين، 2019). تقدم هذه المشاركات الافتراضية الفنون والتاريخ والثقافة مباشرة على شاشات هواتف الأفراد في جميع أنحاء العالم، مما يضفي طابعًا ديمقراطيًا يُعنى بسهولة الوصول إلى المعرفة ويعزز الشعور بالشمولية والتنوع (سافاجيت وآخرون، 2019).

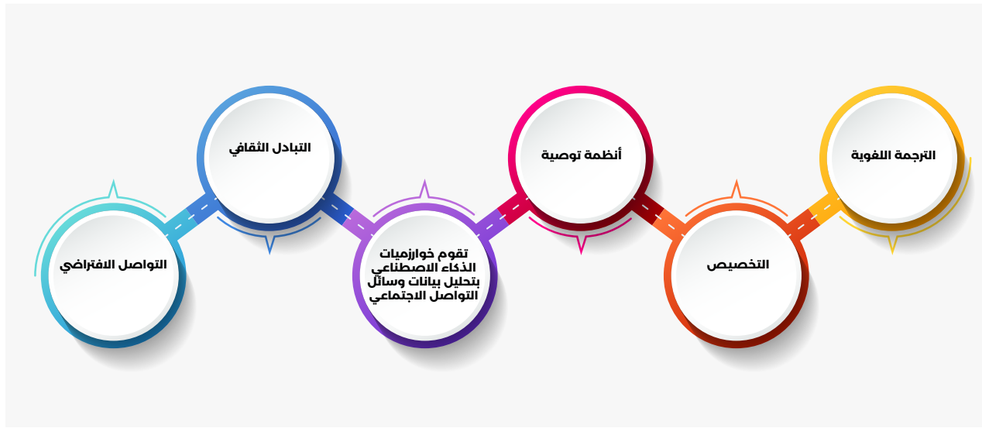
كانت زيارات المتاحف في الماضي غالبًا تنطوي على تجربة سلبية للزوار وتقتصر على رؤية المعروضات والقراءة عنها دون فرصة للتفاعل معها. إلا أن المتاحف في النصف الأخير من القرن العشرين بدأت في التحول نحو نهج أكثر تركيزًا على المستخدم، مما شجع الزوار على التفاعل بنشاط مع هذه المراكز الثقافية والقطع التي تعرضها، ووضع تفسيراتهم وتصوراتهم الخاصة، والتفاعل مع المواد (جيانيني وبوين، 2019، وغايا وآخرون، 2019). دعم هذه العملية التحويلية مبادئ توجيهية قائمة وضعها كل من منظمة اليونسكو والمجلس العالمي للمعالم والمواقع، والتي تدعو إلى الحفاظ على مواقع التراث الثقافي وحمايتها وتعزيزها. تسعى منظمات التراث الثقافي اليوم إلى تقديم أنشطة وبرامج ومساحات ترحب بجماهير متنوعة لتعزيز علاقة إيجابية وطويلة الأمد بين الزوار والتراث الثقافي الذي يطلعون عليه (غرينشيفا، 2023).

أصبحت منصات وسائل التواصل الاجتماعي بفضل قواعد بيانات المستخدمين الواسعة وانتشارها العالمي أدوات مهمة وفعالة للمتاحف للتواصل مع الجماهير على نطاق عالمي. كمل تعمل خوارزميات الذكاء الاصطناعي على تمكين المتاحف من تصميم محتواها ووضع توصيات واقتراحات لتفاعلاتها بناءً على تفضيلات المستخدمين والتركيبة السكانية، أي تخصيص تجربة المتحف الافتراضي (جيانيني وبوين، 2019). يمكن للمتاحف عبر وسائل التواصل الاجتماعي المشاركة في محادثات وحوارات في الوقت الفعلي، ومشاركة لمحات من وراء الكواليس، وتوفير محتوى تعليمي تفاعلي يثير حب الاستطلاع ويصنع مجتمعًا يجمع بين عشاق الفن والطلبة والباحثين والجمهور (فرينش وفيلاسبيسا، 2019).

تتيح التحليلات واستخراج البيانات



الشكل 1: الذكاء الاصطناعي والمشاركة الافتراضية للمتاحف واتصالاتها العالمية



الشكل 2: تأثير الذكاء الاصطناعي على روابط المتاحف العالمية

المدعمة بالذكاء الاصطناعي بالنسبة للمتاحف فرصة الحصول على رؤى مهمة حول تفضيلات الجمهور وسلوكياته واهتماماته. كما تتيح للمتاحف تحسين استراتيجيات المحتوى، وتطوير حملات تسويقية مستهدفة، وتنظيم المعارض التي تلقى صدى لدى الزوار الافتراضيين. يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي أيضًا تسهيل اكتشاف الروابط والأنماط المخفية ضمن المجموعات الواسعة، مما يمكّن المتاحف من تقديم سرديات وتفسيرات جديدة وإثراء تجربة الزوار (فرينش وفيلاسبيسا، 2019).

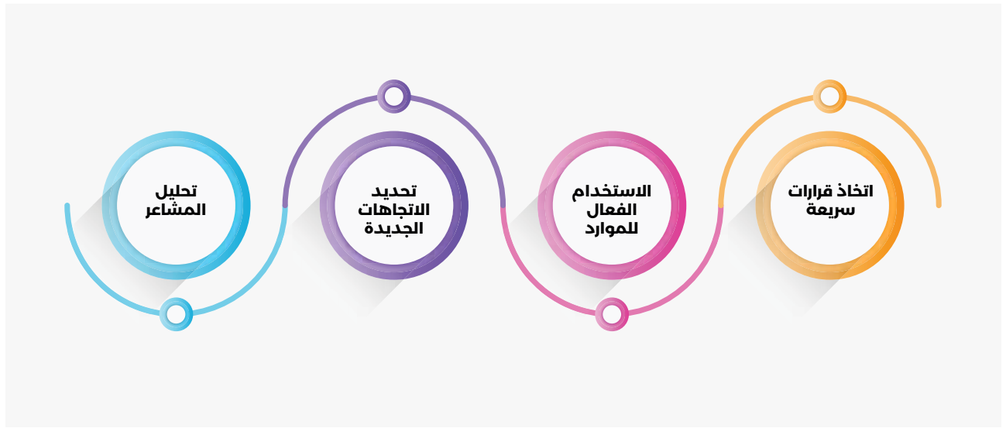
إلا أن تبني المتاحف لتقنيات الذكاء الاصطناعي يتطلب منها أيضًا مراعاة الاعتبارات الأخلاقية التي تأتي مع هذه التقنية، بما في ذلك معالجة خصوصية البيانات وتحيز الخوارزميات والفجوات الرقمية لضمان الوصول والتمثيل العادلين (غرينشيفا، 2023). كما أنه من المهم الموازنة بين المشاركة الافتراضية وتجارب المتاحف المادية، حيث يجب الأخذ بالاعتبار أن الذكاء الاصطناعي يعد مُكملاً وليس بديلاً للتجارب الوجاهية متعددة الحواس التي تقدمها المتاحف المادية (سافاجيت وآخرون، 2019).

لقد أطلق الذكاء الاصطناعي العنان لإمكانيات جديدة للمتاحف لإشراك الجماهير افتراضيًا وإقامة اتصالات عالمية من خلال وسائل التواصل قوة الذكاء الاصطناعي وإضفاء طابع ديمقراطي لتسهيل الوصول إلى التراث الثقافي، وإنشاء تجارب غامرة تلهم الجماهير حول العالم (بيسوني وآخرون، 2021). وإن التعامل مع الاعتبارات الأخلاقية وتحقيق توازن بين العالمين الافتراضي والمادي أمران بالغا الأهمية لضمان تجربة متحف شاملة وشمولية. إن الهدف من هذا المقال هو البحث في قدرة الذكاء الاصطناعي في تعزيز المشاركة الافتراضية للمتاحف وتعزيز الاتصالات العالمية من خلال منصات التواصل الاجتماعي.

الذكاء الاصطناعي والتواصل الافتراضي

تبحث المتاحف باستمرار في العصر الرقمي عن طرق مبتكرة للتعامل مع جمهورها خارج جدران مؤسساتها (فرينش وفيلاسبيسا، 2019). ومع ظهور منصات وسائل التواصل الاجتماعي، وجدت المتاحف وسائل قوية للوصول إلى جماهير عالمية وإنشاء اتصالات افتراضية. إن مجرد التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي لا يكفي للمشاركة بفعالية مع جماهير متنوعة في أماكن شتى (غرينشيفا، 2023)، وهنا يأتي دور الذكاء الاصطناعي بصفته تقنية تحويلية تمكّن المتاحف من تعزيز استراتيجيات المشاركة الافتراضية الخاصة بها (جيانيي وبوين، 2019).

يعمل الذكاء الاصطناعي على تمكين المتاحف من تعزيز استراتيجيات المشاركة الافتراضية الخاصة بها وإنشاء اتصالات هادفة مع الجماهير العالمية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي (مكمالين وألتر، 2017). يمكن للمتاحف الاستفادة من خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل كميات هائلة من البيانات، والحصول على رؤى حول تفضيلات الجمهور، وتقديم تجارب مخصصة عبر منصات التواصل الاجتماعي (دياز-رودريغيز وبيسوني، 2020). وتتيح قدرة الذكاء الاصطناعي على معالجة البيانات وتحديد الأنماط لها تصميم محتواها ووضع استراتيجياتها للمشاركة، وتحسين التجربة الافتراضية لكل زائر (سافاجيت وآخرون، 2019). كما يقوم الذكاء الاصطناعي بأتمتة مهام الإشراف على المحتوى وتحليل المشاعر، مما يحرر موارد المتاحف للتركيز على إنشاء محتوى مقنع وتعزيز التفاعلات مع الجمهور (فرينش وفيلاسبيسا، 2019). تعمل أنظمة التوصية المدعمة بالذكاء الاصطناعي على تعزيز المشاركة من خلال اقتراح محتوى ذا صلة بناءً على تفضيلات المستخدم، وزيادة المشاركة المستمرة. واستكشاف مجموعات المتاحف (غايا وآخرون، 2019). يطلق الذكاء الاصطناعي العنان لإمكانات المتاحف لتوسيع نطاق وصولها، والتفاعل مع جماهير متنوعة، وتعزيز الاتصالات العالمية من خلال المنصات الافتراضية والمتاحف الافتراضية.



الشكل 3: تأثير الذكاء الاصطناعي على تحليل بيانات وسائل التواصل الاجتماعي للمتاحف

الذكاء الاصطناعي والروابط العالمية

لم تعد المتاحف في هذا العصر الرقمي مقيدة بالحدود المادية، ويمكنها اليوم الوصول إلى جمهور عالمي عبر منصات التواصل الاجتماعي. يلعب الذكاء الاصطناعي دورًا محوريًا في تمكين المتاحف من إقامة اتصالات هادفة والتفاعل مع الجماهير الدولية على مستوى شخصي (دياز- رودريغيز وبيسوني، 2020). فقد أحدثت التقنيات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي مثل معالجة اللغة الطبيعية والترجمة الآلية ثورة في الاتصالات بسبب كسر حواجز اللغة (غرينشيفا، 2023)، حيث يمكن للمتاحف استخدام الذكاء الاصطناعي لترجمة محتواها تلقائيًا إلى لغات متعددة، مما يتيح للزوار في جميع أنحاء العالم قدرة الوصول إلى المعلومات المقدمة وفهمها، موسعًا نطاق المتاحف ومعززًا للشمولية والتبادل الثقافي (غايا وآخرون، 2019).

كما تساهم أنظمة التوصية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي في الاتصالات العالمية للمتاحف عبر ربط الزوار بمجموعات المتاحف التي تتوافق مع اهتماماتهم بغض النظر عن موقعهم الجغرافي، مستخدمين تحليل تفضيلات المستخدمين وسلوكياتهم وتفاعلاتهم السابقة، والذي على أساسه تقترح هذه الأنظمة المحتوى والمعروضات ذات الصلة للأفراد (فرينش وفيلاسبيسا، 2019). يمكن للزوار من مختلف أنحاء العالم استكشاف مجموعات المتاحف التي تتناسب مع أذواقهم الشخصية وخلفياتهم الثقافية والتفاعل معها (بيسوني وآخرون، 2021). وإن هذا النهج الشخصي يعزز من تجربة الزوار ومن شعورهم بالارتباط، وينمي لديهم تقديرًا أعمق للتراث الثقافي المتنوع (مكمالين وألتر، 2017). يمكن للمتاحف بفضل تقنيات الذكاء الاصطناعي تجاوز الحدود الجغرافية، وسد الفجوات الثقافية، وإنشاء شبكة عالمية من المؤسسات الثقافية والجماهير، وتعزيز الشعور المشترك المجتمعي من خلال المشاركة الافتراضية.

توصل عبابنة وآخرون (2022) عبر تطبيق خوارزميات الذكاء الاصطناعي على بيانات تقنية اليدار إلى أتمتة عملية تحديد وتصنيف نفق جدارا المائي الروماني ضمن البيئة التي تم مسحها. وقد ساعد الذكاء الاصطناعي في تصنيف المعلومات ذات الصلة واستخراجها من بيانات الغمامة النقطية التي تم إنشاؤها بواسطة تقنية اليدار، مما سهل تحليل المعلومات التي تم التقاطها وتفسيرها. كما تم أيضًا تدريب خوارزميات التعلم الآلي للتعرف على أنماط محددة في بيانات تقنية اليدار، مما أتاح كشفًا آليًا وتوصيفًا للميزات ذات الأهمية. وقد ساعد هذا في دمج بيانات تقنية اليدار مع بيانات مستشعرات نظام التموضع العالمي الأخرى لإنشاء نماذج أكثر شمولاً ودقة.

الذكاء الاصطناعي وتحليل بيانات وسائل التواصل الاجتماعي

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة مهمة للمتاحف للتواصل مع جمهورها ومشاركة مجموعاتها وقصصها (سافاجيت وآخرون، 2019). فصحيح أن الكم الهائل من البيانات التي يتم إنشاؤها على وسائل التواصل الاجتماعي قد يكون مرهقًا للمتاحف تحليلها بشكل فعال، إلا أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يلعب دورًا حاسمًا في هذا المجال (فرينش وفيلاسبيسا، 2019)، حيث توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي للمتاحف أدوات فعالة لتحليل بيانات وسائل التواصل الاجتماعي، مما يمكنها من اكتساب رؤى قيمة وتعزيز مشاركتها الافتراضية.

يمكن للمتاحف الاستفادة من خوارزميات الذكاء الاصطناعي لمعالجة وتحليل كميات كبيرة من بيانات وسائل التواصل الاجتماعي، واستخراج معلومات قيمة وفهم تفضيلات الجمهور واهتماماته وسلوكياته. تُمكّن هذه المعارف المتاحف من تصميم محتواها واستراتيجيات مشاركتها لتحقيق صدى أفضل مع جمهورها المستهدف (دياز - رودريغيز وبيسوني، 2020). كما يمكن لأنظمة التوصية المدعمة بالذكاء الاصطناعي أن تقترح المحتوى والمعروضات ذات الصلة للمستخدمين الفرديين، مما يخلق تجربة مخصصة تعزز مشاركة الزوار (فرينش

وفيلاسبيسا، 2019). توفر تحليلات بيانات وسائل التواصل الاجتماعي المعتمدة على الذكاء الاصطناعي رؤى قيمة حول مشاعر الجمهور، مما يمكّن المتاحف من تكييف استراتيجياتها في الوقت الفعلي واتخاذ قرارات مستنيرة لتحسين تواجدها على وسائل التواصل الاجتماعي.

الاعتبارات الأخلاقية

تعد الاعتبارات الأخلاقية ذات أهمية قصوى عند استخدام المتاحف لتقنية الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي، والتي يجب إعطاءها الأولوية عند تصميم خوارزميات وأنظمة الذكاء الاصطناعي ونشرها بشكل أخلاقي (مكمالين وألتر، 2017). يتطلب من المتاحف احترام خصوصية المستخدم والحصول على موافقة مستنيرة عبر التواصل الواضح حول ممارسات جمع البيانات واستخدامها. كما تعد الشفافية أمرًا أساسيًا، حيث يجب على المتاحف شرح كيفية تحليل خوارزميات الذكاء الاصطناعي للبيانات، وكيفية تأثيرها على توصيات المحتوى (فرينش وفيلاسبيسا، 2019). كما يجب الحد من التحيز والتمييز بشكل فعال، لأن خوارزميات الذكاء الاصطناعي عرضة للتحيز في البيانات التي يتم تدريبها عليها. كما ينبغي أيضًا تعزيز تمكين المستخدم وتحكمه، والذي بدوره يتيح للمستخدمين تخصيص تجاربهم والتحكم في بياناتهم (فرينش وفيلاسبيسا، 2019، وبيسوني وآخرون، 2021). إن إنشاء آليات مساءلة ورقابة ضروري لرصد مدى الامتثال للمبادئ التوجيهية الأخلاقية ومعالجة أي مشكلات على الفور (غايا وآخرون، 2019). يمكن للمتاحف استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول بإعطائها الأولوية للاعتبارات الأخلاقية، مما يعزز الثقة والشمولية وتقديم تجربة إيجابية للمستخدم في تفاعلاتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الخاتمة

يوفر دمج الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالمتاحف فوائد جمّة، بما في ذلك المشاركة المُعْزَزَة والتجارب الشخصية والاتصالات العالمية وجعل الاعتبارات الأخلاقية والاستخدام المسؤول أولوية أساسية في تطبيقاتها لتقنية الذكاء الاصطناعي، بما يضمن الشفافية، وخصوصية المستخدم، وتقديم موافقة مستنيرة. إن تخفيف التحيزات وتعزيز العدالة في خوارزميات الذكاء الاصطناعي أمر بالغ الأهمية، وكذلك تمكين المستخدمين والحفاظ على المساءلة. إن التمسك بالمعايير الأخلاقية يُمكن المتاحف من الاستفادة من الذكاء الاصطناعي لإنشاء تجارب هادفة وشاملة على منصات التواصل الاجتماعي، وتعزيز ثقة جمهورهم، وتعظيم التأثير الإيجابي للتكنولوجيا في القطاع الثقافي.

فضلاً عن ذلك، يجب على المتاحف المشاركة في حوار وتعاون مستمرين مع أصحاب المصلحة والخبراء في أخلاقيات الذكاء الاصطناعي للبقاء على اطلاع على المبادئ التوجيهية الناشئة وأفضل الممارسات. كما ينبغي لهم إعطاء الأولوية للاستخدام المسؤول والمستدام لتقنيات الذكاء الاصطناعي، مع الأخذ بالاعتبار التأثير البيئي، والسعي إلى ممارسات أكثر كفاءة لاستهلاك الطاقة. يتوجب على المتاحف أيضًا ضمان العدالة والشمولية من خلال معالجة التحيزات وأشكال التمييز الناتجة عن خوارزميات الذكاء الاصطناعي، والسعي بشكل استباقي إلى التمثيل والتنوع في بيانات التدريب. يجب أن تمتد النزاهة الأخلاقية لتشمل التعامل المسؤول مع المحتوى الناتج عن الذكاء الاصطناعي وحقوق الملكية الفكرية، بما في ذلك الإسناد والترخيص المناسبين.

وأخيرًا، تعد الشفافية مع الجماهير أمرًا ضروريًا. يجب أن تقدم المتاحف معلومات واضحة حول دور الذكاء الاصطناعي في استراتيجياتها الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي وفوائده وقيوده، وأن تعزز هذه الشفافية الثقة والتواصل المفتوح، مما يسمح للمتاحف بإشراك جمهورها في الحوارات حول أخلاقيات الذكاء الاصطناعي، وجمع التعليقات والآراء من أجل تحقيق تحسين مستمر. تمكن العدالة والشمولية والاستدامة والتعامل المسؤول مع المحتوى المتاحف من دمج الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول في استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بها، وخلق تجارب إيجابية وتعزيز الثقة مع جمهورها. ■

المصادر والمراجع

بيسوني، جي، ودياز- رودريغيز، إن، وجيلارد، إتش، وتونولي، إل (2021). الذكاء الاصطناعي المرتكز على الإنسان لتصميم تراث ثقافي سهل الوصول إليه. مجلة العلوم التطبيقية، العدد 11(2)، الصفحة 870.

جيانيي، تي، وبوين، جي بي (2019). الثقافة الرقمية. مجلة المتاحف والثقافة الرقمية: رؤى وبحوث جديدة، الصفحات 3-26.

دياز - رودريغيز، أن، وبيسوني، جي. (يوليو 2020) تراث ثقافي يمكن الوصول إليه عبر ذكاء اصطناعي قابل للتفسير. في ملحق مؤتمر جميعة الآلات البرمجية الثامن والعشرين حول نمذجة المستخدم والتكيف والتخصيص، الصفحات 317-324.

سافاجيت، بي، وشياراني تي، وإيفانز إل. (2019). تمكين المشاركة السياسية عبر الذكاء الاصطناعي. مجلة العلوم والسياسة العامة، العدد 46(3)، الصفحات 369-380.

عبابنة، عين، والخصاونة، سين، والروابدة، عين. (2022). تحليل السلامة والاستقرار لقناة جدارا باستخدام تقنيات اليدار الأرضية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، إربد.

غايا، جي، وبويانو، أس، وبوردا، إيه (2019). إشراك زوار المتحف باستخدام الذكاء الاصطناعي: روبوتات الدردشة. مجلة المتاحف والثقافة الرقمية: رؤى وبحوث جديدة، الصفحات 309-329.

غرينتشيفا، أن (2023). متاحف المدينة في عصر تحويل البيانات: هل يمكن أن تكون المتاحف مواقع مفيدة لممارسة البيانات في المدن الذكية؟ مجلة إدارة المتاحف ورعاية المعارض، العدد 38(4)، الصفحات 367-393.

فرينش، إيه، وفيالبيسبسا، إي. (2019). الذكاء الاصطناعي وتجربة الزوار وعمليات المتاحف: نظرة فاحصة على ما يمكن تحقيقه. في أنسنة العالم الرقمي: وقائع من مؤتمر شبكات وأجهزة حاسوب والاتصالات في المتاحف 2018، الصفحات 101-113.

ليشكيفيتش، تي، وموتوزانيتس، إيه. (2022). الإدراك الاجتماعي للذكاء الاصطناعي ورقمنة التراث الثقافي: السياق الروسي. مجلة العلوم التطبيقية، العدد 12(5)، الصفحة 2712.

ماكميلن، آر، وألتر، أف. (2017). وسائل التواصل الاجتماعي، والاندماج الاجتماعي، وسهولة الوصول إلى المتاحف لذوي الإعاقة. مجلة المتاحف والقضايا الاجتماعية، العدد 12(2)، الصفحات 115-125.

تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في المتاحف الافتراضية

مقدمة

إنّ مفهوم تكنولوجيا الواقع الافتراضي واسع جدًا لا حدود لتطبيقاته المستقبلية، وهو عالم تصنعه الحواسيب الآلية والبرمجيات، إذ يمكن للإنسان التفاعل معه آنيا، بالأسلوب نفسه الذي يتفاعل به مع العالم الحقيقي، ولعل من أهم المواقع الافتراضية التي تدعو الى التفاعل نجد المتاحف الافتراضية، وهي التي تساعد في كسر الحواجز الجغرافية والزمنية، أي أنه يمكن لأي شخص زيارتها في أي وقت يريد ومتى يريد، ومن كل مكان، وهذا بفضل الذكاء الاصطناعي.

تستمد المتاحف الافتراضية كيانها ومحتواها غالبًا من المتاحف الواقعية المتاحة بالواقع المادي، بغض النظر عما إذا كان المتحف الافتراضي له كيانًا واقعيًا مواز أو لا، وهذا الكيان المستمد من المتاحف الواقعية طُوّر من خلال وسائل وتقنيات تواصل حديثة، وأبرزها التقنيات الرقمية، وشبكة الانترنت، وهي تتفق مع المتاحف الواقعية في كثير من الثوابت.

إلا أن العلامة الفارقة بين المتاحف الواقعية والمتاحف الافتراضية هي؛ أن الأخيرة متاحف ليس لها كيانًا ماديًا ملموسًا في البيئات الواقعية، حيث تنتقل عبر الأسلاك، وتشاهد، ويتفاعل معها من خلال الشاشات، على عكس المتاحف الواقعية القائمة على الكيانات المادية (جدران، وأرضيات، وأسقف)، كما أن التفاعل المباشر مع المحتويات المتحفية أعطى لتلك المتاحف الافتراضية ثقلًا ونجاحًا أكبر من نظيرتها الواقعية، وقد أحدثت تطبيقات الذكاء الاصطناعي فارقًا كبيرًا في نجاح تجربة المتاحف الافتراضية.

ونهدف من خلال هذه الورقة البحثية إلى معرفة دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المتاحف الافتراضية، خاصة في عالم التكنولوجيا الذي نعيشه اليوم، ولهذا نطرح الإشكالية التالية:

فالإشكالية المحورية لهذه الورقة البحثية تتمثل في: دور الذكاء الاصطناعي في ترسيخ ثقافة المتاحف الافتراضية؟

تعريف المتاحف الافتراضية

بالرغم من انتشار العديد من التعريفات للمتاحف الافتراضية المتعلقة بمجال المتاحف بشكل واسع، لكن لازال تعريف المتحف الافتراضي لم يجد تحديدًا متفق عليه، فهناك مجموعة من المصطلحات والمسميات المستخدمة في مجال المتاحف، والتي تستخدم في شكل مرادفات، بالإشارة إلى مجموعة من الأشياء، أو المعارض الرقمية، مثل المتحف الإلكتروني electronic museum، والمتحف الرقمي digital museum، والمتحف القائم على الشبكة Online museum، وغيرها من المسميات، لكنها تتفق في شيء واحد وهو ضرورة التكنولوجيا. (دينا أحمد، 2009، ص 100).

المتاحف الافتراضية" نموذج تجميعي للمعروضات المتحفية المادية المتواجدة في عدة متاحف، أو أماكن مختلفة، وليست أصول لمتحف مادي معين من خلال تمثيلها رقميًا في كيان افتراضي ضمن موقع واحد على الشبكة، حيث يتم التعبير عنها باستخدام العديد من المصادر التعليمية الرقمية، كالنصوص والصور ومقاطع الفيديو والرسومات ثلاثية الأبعاد، وغيرها مع التعليق عليها"(سيد محمد، 2018، ص212.)

تعريف الذكاء الاصطناعي

لقد كان مفهوم الذكاء الاصطناعي موجودًا منذ سنوات عديدة. في وقت مبكر من عام 1950، بدأ العلماء في استكشاف إمكانية إنشاء آلة قادرة على التفكير مثل الإنسان. ومن تلك النقطة فصاعدًا، نما مجال الذكاء الاصطناعي بشكل ملحوظ، مع وجود العديد من الباحثين والمطورين والعمل على إنشاء أنظمة وآلات ذكية، ويمكن تقسيم تاريخ الذكاء الاصطناعي إلى أربع فترات متميزة: الذكاء الاصطناعي الكلاسيكي، والاتصالية، والذكاء الاصطناعي الرمزي،

مؤلف



طالب دكتوراه/ بن قاصير بوبكر

جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله (الجزائر/ معهد الآثار)

ولد بن قاصير بوبكر في الجزائر في 1 يناير 1995، وهو باحث في مجال علم الآثار والتاريخ. وحاصل على شهادة الثانوية العامة (البكالوريا) تخصص آداب وفلسفة، وشهادة الليسانس (بكالوريوس) تخصص علم الآثار، شهادة الماجستير في علم الآثار القديمة. تدرب بوبكر في معهد الدوحة للدراسات العليا في مجال بحوث التاريخ، وهو اليوم طالب دكتوراه سنة ثانية في معهد الآثار بجامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله. له العديد من المشاركات العلمية مثل مداخلاته " المعرفة الأثرية والمرجعية التاريخية" في الملتقى الدولي بجامعة الطارف، و"المعالم البيزنطية في مدينة ميلة القديمة" في الملتقى الدولي بجامعة قسنطينة 2، و "متاحف دولة قطر ودورها في حماية التراث الثقافي العربي" في الملتقى الوطني بجامعة غليزان.

شبه الرمزي، والذكاء الاصطناعي متعدد الوكلاء، و شهدت كل فترة من هذه الفترات تطورات في التقنيات الأساسية التي جعلت الذكاء الاصطناعي ممكنًا، بالإضافة إلى التغييرات في طريقة النظر إلى الذكاء الاصطناعي واستخدامه، ومن بدأت الفترة الأولى، المعروفة باسم الذكاء الاصطناعي الكلاسيكي، في أواخر الأربعينيات وأوائل الخمسينيات من القرن العشرين وشهدت تطور أساليب مثل الأنظمة القائمة على القواعد والأنظمة المتخصصة، خلال هذه الفترة، سعى الباحثون إلى إنشاء أنظمة يمكنها التفكير مثل البشر من خلال برمجتها بمجموعات كبيرة من القواعد والحقائق، وقد تم استحداث العديد من التطبيقات في مجال الذكاء الاصطناعي، وهذا حسب الوظيفة والمجال.(https://doi. org/10.1051/itmconf/20235301004).

تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في المتاحف الافتراضية

تلعب تطبيقات الذكاء الاصطناعي دوراً مهماً في القيام بمهام المتاحف الافتراضية، وهذا بتقديم تسهيلات كبيرة جدًا لنجاح هذه العمليات المتحفية.

الجولات الافتراضية:

لقد كما نمت شعبية المتاحف الإلكترونية الغامرة، بفعل تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وهذا من خلال استخدم التقنيات الحديثة مثل الواقع الافتراضي، والواقع المعزز، لخلق تجارب تفاعلية ونابضة بالحياة، في السنوات الأخيرة. يمكن للزوار التجول وسط الحضارات القديمة، ومشاهدة الأحداث التاريخية، وحتى إنشاء فهم الخاص في هذه المتاحف، والتي تنقلهم إلى عوالم افتراضية. توفر المتاحف الإلكترونية الغامرة درجة من المشاركة لا يمكن للمتاحف التقليدية مضاهاتها، مما يحسن تجربة الزيارة بأكملها. (عبد المقصود، 2016، ص 38).

التعليم: دور الذكاء الاصطناعي في التعليم من خلال المتاحف الافتراضية:

يقدم المتحف بالإضافة إلى الخدمة السياحيّة والجولات، وظيفة تعليمية فهو مؤسسة ذات غاية تعليمية، فهي تخلف استشارة دافعة للتعلم من خلال محتواها، وتثير الانتباه والتركيز لدى المتعلمين، وتقدم تعليم سهل، وتساهم في اكتساب معلومات ومهارات جديدة، كما أنها تدعم حرية التعلم، وهذا من خلال الأنشطة التي تقدمها المتاحف، وفي ظل الذكاء الاصطناعي يمكن للفرد القيام بكل هذا من خلال ما يعرف بالمتحف الافتراضي. (دينا أحمد، 2009، ص 31.)

تعتبر الجولات الافتراضية تطبيق جيد لنظم التعلم، والتي تساعد المعلمين والمتعلمين، وهذا من أجل بناء تعلمهم بأنفسهم، وذلك من خلال ما تقدمه الزيارات الإلكترونية من رؤية متنوعة حيث تتميز عن الزيارات الواقعية بإمكانية القيام بها من دون وسيلة مواصلات، وهذا بفضل تطبيقات الذكاء الاصطناعي، خاصة وأنها تعتمد على تكنولوجيا الواقع الافتراضي (سيد محمد، 2018، ص 195.)

العرض:

يشكل العرض عمليّة مهمّة في المتاحف الافتراضيّة، حيث يمكن الزائرين من التعرّف على المتحف، وفي أحيان أخرى تكون هذه الفرصة الوحيدة لتقديم مجموعات المتحف ومعروضاته، ومغامراته التعليمية والتثقيفية أمام الزائرين من مختلف أنحاء العالم.



الصورة رقم01: استخدام التقنيات الحديثة للعرض الافتراضي في المتاحف.
المصدر عن: الحجي، ص 261.

تساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملية العرض في المتاحف الافتراضية بشكل كبير، وهذا من خلال الخدمات التي تقدمها وتكون متاحة للزائر والدليل الافتراضي، حيث تقوم بتحويل الصور إلى معلومات، وتشكيل منها قاعدة بيانات، وهذا عن طريق العديد من التقنيات منها، المسح الضوئي بالليزر ثلاثي الأبعاد، عاكس الأشعة تحت الحمراء، التصوير بالأشعة السينية.(http://ar.scribd.com/doc/24544427/Virtual-Museum).

ومن أجل القيام بهذه لا بد أن يتوفر العتاد اللازم، لبناء البيئة الافتراضية والحواسيب وما بها من برمجيات وتطبيقات حديثة، تسمح بإنتاج نماذج ثلاثية الأبعاد، وتساعد في عمل محاكاة واقعية للبيئة الافتراضية، ومن أشهر البرامج المستعملة نجد، 3dmax، وبرنامج time scope وغيرها، بالإضافة إلى شاشات العرض التفاعلية المختلفة. (عنب، 2020، ص 5).

الإرشاد المتحفي والتفاعل:

تُمكّن تطبيقات الذكاء الاصطناعي من القيام بعملية الإرشاد السياحي للأشخاص افتراضيًا، وقد كانت هناك العديد من التجارب الناجحة في بريطانيا ومصر وغيرها، حيث يتم تصميم شخص يقوم بتقديم شروحات ومعلومات حول المجموعات المتحفية الموجودة افتراضيًا، يتم برمجته وتزويده بالمعلومات في شكل قاعدة بيانات ينطلق منها، ونجد النموذج المصري الأكثر تمثيلًا في هذا الجانب، حيث تم برمجة الملك توت عنخ أمون في شكل مرشد متحفي يُقدّم جولة داخل المتحف المصري بالقاهرة، ولأول مرة يتم تجريب هذا البرنامج في المتحف المصري بالقاهرة، وقد تم تصميم هذا البرنامج ليعمل داخل قاعات المتحف، والبرنامج يعمل بتقنيّة الواقع المختلط، وتعد التجربة هي الأولى لاستخدام الواقع المختلط في المتاحف.

وبحسب مصمم البرنامج رامي حماد يعمل البرنامج كالآتي: يرتدي الزائر جهاز الواقع الافتراضي على الرأس ويبدأ يظهر له شخصية الملك توت عنخ آمون في القاعة الخاصة بأغراضه ويبدأ يتجول معه ويسرد للزائر عن تاريخه، ويظهر في المشهد آلهة فرعونية وحرّاس وكأنك في معبد أو في قاعة الحكم، أنت قادر على رؤية المتحف والعالم الافتراضي سويًا، هذا يختلف عن تجربة أي نظّارة واقع افتراضي، كما يمكنك تحريك التماثيل واستكشافها ومشاهدة صور وفيديوهات خاصة بالقطع المتحفية، ويحتوي البرنامج أيضًا على Interactive Game لاستكشاف أسرار القطع.(https://www.elwatannews.com).

تعدّ المساعدات الروبوتية والشاشات التفاعلية وروبوتات الدردشة كلها أمثلة على تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة للتفاعل مع البشر، ويمكن استخدام هذه التقنيات في تطبيقات مختلفة، بدءاً من خدمة العملاء وحتى الترفيه، على سبيل المثال، يمكن استخدام المساعدين الآليين لمساعدة العملاء، مثل مساعدتهم في العثور على المنتجات أو تقديم التوصيات. كما أصبحت شاشات العرض التفاعلية شائعة بشكل متزايد، مما يسمح للمستخدمين بالتفاعل مع المحتوى الرقمي بطرق أكثر طبيعية. وأخيرًا، يمكن استخدام روبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي للرد على العملاء، الاستفسارات أو تقديم معلومات مفيدة عن المنتج على مواقع الويب، على سبيل المثال، قام معهد شيكاغو للفنون بتطبيق مساعدين آليين وعروض تفاعلية لتعزيز تجربة زواره ويوفر المساعد الآلي للزوار معلومات حول المجموعات والجولات المصحوبة بمرشدين، في حين تمنح العروض التفاعلية للزوار طريقة أكثر جاذبية لاستكشاف الفن والتفاعل معه، بالإضافة إلى ذلك، يستخدم المتحف أيضًا روبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي لتقديم إجابات على الأسئلة الشائعة، مما يساعد على تقليل الضغط على الموظفين وتحسين خدمة العملاء بشكل عام. (S. Schaffer, A. Ruß, M. L. Sasse, L. Schubotz2022, pp. 346-358).

حفظ التراث الثقافي:

إن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمليات المتاحف الافتراضية يساهم في حفظ التراث الثقافي ورقمنته، ويتيح الوصول إلى المعروضات دون المساس بها وتعريضها لخطر السرقة أو الإتلاف، خاصةً النادرة منها، ويتم حفظ وتكوين سجلات رقمية وهي عملية يتم فيها الاحتفاظ بالسجلات الرقمية، مثل المستندات والصور ومقاطع الفيديو والملفات الصوتية، وتخزينها بشكل آمن، من الممكن تتبع السجلات الرقمية وتخزينها بشكل فعال، مما يسهل الوصول إليها وتخزينها، إدارتها مع مرور الوقت، وهذا يوفر قدرة مهمة على أرشفة السجلات وحفظها للأجيال القادمة، بالإضافة إلى ذلك، يمكن أيضًا استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل أكثر دقة لاسترداد السجلات، مما يسمح باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي،



الصورة رقم02: استعمال التكنولوجيا في رؤية المعروضات ثلاثية الأبعاد.
المصدر عن: الحجي، ص 258.



الصورة رقم03: إعادة البناء لقطعة أثرية افتراضيًا
المصدر عن: الحجي، ص 265.

بسهولة البحث والوصول إلى مستندات أو ملفات محددة، على سبيل المثال، تستخدم الأرشيفات في الولايات المتحدة الذكاء الاصطناعي لإدارة سجلاتها الرقمية والحفاظ عليها بكفاءة، إذ إنهم يستفيدون من حلول الذكاء الاصطناعي لمعالجة المستندات بشكل أفضل، وبناء النماذج الإحصائية، وإنشاء قواعد بيانات قابلة للبحث، وهذا يسمح للأرشيف بتخزين السجلات والوصول إليها، ضمان إمكانية الحفاظ على القطع الأثرية والوثائق الهامة بشكل صحيح لمستقبل الأجيال القادمة.(Magdalena, 2023, p5).

خاتمة

المتاحف الافتراضية هي متاحف تنشأ على شبكة الأنترنت بهدف التعريف بمتحف ما، وفي بعض الأحيان قد لا يكون لهذا المتحف وجود حقيقي على أرض الواقع، فهو قد يهدف إلى عرض مجموعة ما بصورة متحفية، فيمكن مثلا تكوين متحف لتاريخ الخزف والفخار الإسلامي على شبكة الإنترنت بصورة تجذب الزائر، وقد يكون الزائر من مناطق محلية أو دولية، ومنه التعريف بالخزف والفخار الإسلامي، دون عناء التنقل، وهذا من باب الحاجة العلمية أو المعرفيّة، وهنا يأتي دور الهيئات المعنية، لتوفير كل ما يجعل ما يجعل العرض على أعلى مستوى في تقديم المعلومات.

نجد أن المتاحف الافتراضية تتميز بالديناميكية، فهي تمتلك القدرة للسماح لأكبر عدد ممكن من الزائرين ورؤية المقتنيات المتحفية، بشكل مباشر، دون قيد الجغرافية والوقت.

افتراضية كيان المتحف، فهو يتكون من مساحة افتراضية يتغلب فيه على محدودية المكان، وهذا ما يجعل كل شخص يمكنه زيارة هذا المتحف.

توفر تطبيقات الذكاء الاصطناعي للمتحف الافتراضي، حماية كبيرة وصيانة متينة للمقتنيات المتحفية، والمعروضة حقيقيًا في المتاحف، وهذا بتوفير البيئة الملائمة لذلك، وتتيح المتاحف الافتراضية إمكانية التفاعل مع المعروضات الافتراضية ومحاكاة البيئة الواقعية.

تسمح تطبيقات الذكاء الاصطناعي بتوفير عدد من الخدمات لذوي الاحتياجات الخاصة التي لا تتوفر، أو يصعب توفيرها في المتاحف الواقعية، والقدرة على وضع الأشياء رقمياً في سياقها الأثري بفضل استخدام الوسائل التقنية الفائقة وتوظيفيها لخدمتها.

إعادة تصميم العرض المتحفي بسيولة كبيرة، وتكلفة قيمة، ووقت قصير، وهو على النقيض تمامًا في المتاحف الواقعية، وتضم المتاحف الافتراضية محتوى متعدد المصادر على نطاق واسع من المواقع والمناطق الجغرافية، ويمتلك إمكانية تحديث هذه المعلومات والعروض بسيولة وسرعة. ■

المصادر والمراجع

دينا أحمد إسماعيل، 2009، المتاحف التعليمية الافتراضية، عالم الكتب، مصر، القاهرة.

سعيد عبد الكريم الحجي، 2016، المتحف الافتراضي والتقنيات الحديثة المستخدمة في عرض التراث الأثري، مجلة جامعة دمشق، المجلد 32، العدد الثاني.

سيد محمد زروك، 2018، نموذج مقترح لاستخدام الجولات المتحفية الافتراضية في تنمية المعرفة الفنية والقيم الجمالية لدى الطلاب، المجلة الدولية للبحث العلمي، المجلد 1، العدد 4.

عبد المقصود، أسماء حامد، 2016، المعرفة البصرية كميزة تنافسية مستدامة في المتاحف الافتراضية، المؤتمر الدولي الرابع، كلية الفنون التطبيقية، مجلة التصميم الدولية، 29-28فبراير.

محمد أحمد عبد الرحمن عنب، 2020، المتاحف الافتراضية، أفكار إبداعية للمعرفة والترفيه وقت الأزمات، مجلة روافد، 01 أكتوبر.

S. Schaffer, A. Ruß, M. L. Sasse, L. Schubotz, and O. Gustke, 2022, Questions and Answers: Important Steps to Let AI Chatbots Answer Questions in the Museum, Lect. Notes Inst. Comput. Sci. Soc. Telecommun. Eng. LNICST, vol. 422 LNICST.

Magdalena Pasikowska, 2023, Artificial intelligence in the context of cultural heritage and museums, European Parliamentary Research Service, May.

https://www.elwatannews.com

(https://doi.org/10.1051/itmconf/20235301004)

http://ar.scribd.com/doc/24544427/Virtual-Museum

المتاحف ووسائل التواصل

هل قمت يومًا برحلة مدرسية أو ترفيهية إلى أحد المتاحف في بلدك؟ هل كانت الرحلة بالنسبة لك ممتعة؟ أم شعرت ببعض الملل وأنت تمر بين الصناديق الزجاجية. أيا كان ما شعرت به، سوف نصطحبك معنا في هذا المقال الشيق لتتعرف على المتاحف بصورة مختلفة تمامًا، فيها بنا.

بدايةً ما هي المتاحف؟ المتاحف: هي مكان تعرض فيه الآثار والفنون التي لا تثير اهتمام أحد، هذه هي الصورة الممنهجة والمصورة في عقول الغالبية، لكن ماهية المتاحف في الحقيقة تختلف كثيرًا، فهي ليست مجرد مكان، بل هي إلهام، علم ومعرفة، فالمتاحف تحمل حياة الأجداد وتراثهم العتيق. وهناك أنواع للمتاحف، فعلى سبيل المثال: إن كان المُتحف تراثياً، فهو يحمل الكثير من تاريخ أجدادنا الغامض، فيساعدنا المُتحف لنرى كيف كانت حياتُهم على أرض الواقع، وليس فقط في الكتب. وأما إن كان المتحف للفن، ففي هذه الحالة سنفهم كيف عاش الفنان، وكيف رأى الأشياء، وسندرك سبب رسمه لهذه اللوحات المختلفة، حتى إن الألوان تحمل معنى مع الرسمة، لذا لا يمكننا أن نظلم المتاحف، ونوجه لها أصابع الاتهام بأنها مكان ممل لعرض التحف والرسومات. إلا أنه وللأسف هناك مشكلة تواجه المتاحف، على الرغم مما تحمل معها من أشياء قيمة ألا وهي: عدم وجود الكثير مما يدركون أهميتها والغالبية العظمى هم أناس في سن الشباب الذين لا يدركون أنه يوجد الكثير من الشعراء والرسامين والفنانين يأتون للمتاحف لكي يعود إليهم الشغف، ويجدوا الإلهام لينتجوا أعمالًا أكثر فناً، حتى إن الأطباء والمهندسين والمعلمين والفئات الأخرى يزورون المتاحف لكي يستكشفوا الفنون المختلفة في محاولة منهم لترجمتها عمليًا في مجالات حياتهم العملية المختلفة. ولا يخفى علينا جهود علماء الآثار؛ حيث إنهم عانوا الكثير، وعرضوا أنفسهم لمخاطر عديدة لكي تصل لنا هذه الآثار في صورتها الحالية ما نراه في دقائق معدودة كلفهم الكثير من الوقت والجهد فلهم منا كل الشكر والتقدير. ولعلنا نتساءل ما هو واجبنا في جعل فئتي الشباب والأطفال يدركون هذا الأمر؟ لكي يدركوا هذا الأمر يجب عليهم تجربته على أرض الواقع، لذا يمكننا الاستعانة بالإعلانات ووسائل التواصل لأن توجه عقول الكثيرين في هذا العالم نحو عالم التكنولوجيا وشبكة الإنترنت. فإذا استخدمنا الوسائل الحديثة التي تجسد التواصل والتكنولوجيا للربط بينها وبين المتاحف، فسنستطيع جذبهم فهناك بالفعل متاحف استطاعت تغيير فكر العالم عن المتاحف، فهي كالألماس النادر في سماء الثقافة، تتلألأ مثل متحف المستقبل في دبي الذي يُسحر الضيوف بسحره الفريد وتفرده الأبدي.

تتميز هذه المعجزة المعمارية (متحف المستقبل) بأسلوبها الراقي والمبتكر في البناء، كأنها لوحة فنية تعكس براعة الإبداع وأبهى مظاهره. تزيّن هذا المتحف بأنامل عربية، حيث احتوى جدرانه على ثلاث اقتباسات لصاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي "رعاه الله"، وهي: "لن نعيش مئات السنين، ولكن يمكن أن نبدع شيئاً يستمر لمئات السنين"، لتتجسّد روعة هذه اللغة التي ارتبطت بالفن والتاريخ." فقد أوضح لنا أن المتحف مكان أيضا نستطيع التطلع فيه للمستقبل، وليس فقد مكان يحمل طيات من الماضي. توجه الكثيرون من السياح لزيارة هذا المتحف الجميل، تمايلت الإعلانات المتواصلة لهذا المتحف، واستقطبت أكثر من مليون زائر من 163 دولة حول العالم. أضفى على هذا الإنجاز بريقه وجاذبيته في عامه الأوّل. وبحسب ما ذكرته مؤسسة دبي للمستقبل، عبر موقعها الإلكتروني الرسمي "يجمع المتحف عناصر العرض، والمسرح التفاعلي، والعروض الجذابة، ما يدعوك إلى النظر إلى ما بعد الحاضر من سيناريوهات ممكنة. ويتضمن المتحف ثلاثة طوابق من المعارض التفاعلية التي تركز على المستقبل المحتمل لتنمية موارد الفضاء الخارجي، والنظم الإيكولوجية والهندسة الحيوية، والصحة والعافية، والروحانيات. وسيعرض طابق آخر تقنيات المستقبل القريب التي ستغير

مؤلف

أروى محمد حسين

طالبة
مدرسة الشعلة

ولدت أروى محمد حسين في دولة الإمارات العربية المتحدة حيث ترعرعت ودرست فيها. كتبت الكثير من القصص القصيرة والأشعار والخواطر والتي بدأت كهواية اقتداءً بأختها الكبرى، فانطلقت في فضاء التأليف والكتابة لتجد صوتها الخاص في التعبير عن آرائها ومواقفها.

أروى محمد حسين



متحف المستقبل من الخارج



متحف المستقبل من الداخل

عالمنا، من خلال مواجهة التحديات في مجالات متنوعة مثل الصحة، والمياه، والغذاء، والنقل، والطاقة. وسيُخصص الطابق الأخير للأطفال، حيث يكتشفون التحديات، ويعالجونها بطريقتهم الفريدة ليصبحوا "أبطال المستقبل". وبهذه الطريقة استطاع المتحف أن يمنح الأطفال فكرة إيجابية وتجربة فريدة من نوعها عن المتاحف مما سيحفزهم لزيارة متاحف مختلفة في المستقبل.

وهناك المتحف الذي تم بناؤه في فرنسا (متحف اللوفر) فقد أنشئ في باريس نتيجة للثورة الفرنسية عام 1789، وهو اليوم رمز للتميّز والتفرّد في عالم المتاحف. تأسس متحف اللوفر في عام 1793، وهو أحد أقدم وأكبر المؤسسات الثقافية المشهورة في العالم ، والذي يتوافد إليه ما يقارب تسعة ملايين زائر سنويًا فهو المتحف الذي استفاد بمهارة وسائل التواصل الاجتماعي من خلال التطبيقات في الهواتف الذكية التي تقدم معلومات حول المجموعات والمعارض الحالية والمستقبلية، والأحداث الخاصة، وجولات الزيارة، وتوفير تجارب افتراضية لبعض الأعمال الفنية المعروضة في المتحف، كما أن المتحف استفاد من منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، وانستغرام، ومنصة إكس، ويوتيوب للترويج للمعارض والفعاليات الخاصة به، ونشر الصور ومقاطع الفيديو للأعمال الفنية المميزة الموجودة فيه. كما أنه جمع ما بين الكثير من الآثار والفنون من مختلف العالم، ولا ننسى احترامه للأديان. ويحتوي اللوفر على قطع فنية أبدعتها حضارات العصر القديم (الشرقية والمصرية والإغريقية والإتروسكانية والرومانية)، فضلًا عن الحضارة العربية الإسلامية والفنون الإسلامية تغطي فترة تناهز 5000 سنة. ويُعدّ افتتاح الأجنحة الجديدة المخصّصة لمجموعات قسم الفنون الإسلامية في أيلول/سبتمبر 2012، تتويجًا لأكبر ورشة في المتحف أقيمت منذ أشغال توسيع اللوفر. وأصبح حاليًا نحو 3000 عمل فني معروضًا في هذه الأجنحة، تغطي أكثر من ألف سنة من التاريخ ورقعة جغرافية تمتد على ثلاث قارات، من إسبانيا إلى الهند. حتى إنه يأخذ الزائر في رحلة عالمية من خلال 460,000 قطعة فنية، ومن ضمنها بعض روائع التراث العالمي مثل تمثال "فينوس دي ميلو"، ولوحة "الموناليزا"، التي أثارت دهشة الجميع، وهم يتساءلون عن المرأة التي في اللوحة حتى إن هذه اللوحة تحتوي على عدد من المستطيلات والدوائر والمثلثات التي تحقق النسبة الذهبية، فهي ليست عملًا فنيًا يمكن التمتع به أو نقده من الناحية الجمالية فقط، بل هي عمل رياضي رفيع في المقام الأول. حتى إنها أثرت بدرجة كبيرة على الفن، فكان تأثير لوحة الموناليزا على عصر النهضة والفترات اللاحقة هائلًا، حيث قادت ثورة في فن رسم البورتريه المعاصر، وشجعت الرسوم التحضيرية ليوناردو الفنانين الآخرين على إجراء دراسات أكثر حرية.

وهناك الفنان الذي عرضت لوحاته بعد موته، وذاع صيته في جميع أنحاء العالم وهو الفنان (فينسنت فان غوخ) فقد أبدع برسم لوحاته الزيتية التي تمتاز كل لوحة بمعنى خاص بها، فهنالك لوحة (ليلة النجوم) والتي تحمل قصة خاصة، فقد كان الفنان في مصحّة للأمراض العقلية عام 1889، ولاحظ منظر السماء ذات ليلة من النافذة الموجودة في غرفة نومه داخل المصحة، وكتب رسالة إلى أخيه ثيو يصف فيها هذا المنظر الذي يتمثّل بنجمة لاحظها في وقتٍ مُبكّر من أحد أيام الصيف، وبما أن الرسام كان ممنوعًا من الرسم في غرفة نومه، لجأ فان غوخ إلى تطبيق الطلاء على القماش مباشرةً لرسم المشهد، مع إضافة قرية خيالية من ذاكرته لم تكن موجودة بالفعل تلك الليلة. وما تحمله هذه اللوحة من معاني، فقد اعتمد فان غوخ في لوحة ليلة النجوم على ألوان جريئة نابضة بالحياة، مع استخدام فرشاة تجريبية في أثناء الرسم لتوصيل العديد من المشاعر، وقام

الرسام بتشويه الواقع عن وعي، حتى يُعبّر عن مشاعره حول الحياة والموت، بالإضافة إلى التعبير عن مكان الإنسان في الكون عندما رسم السماء الجميلة المتوهجة فوق القرية الريفية؛ فإن فان غوخ كتب إلى شقيقه مرّةً بأن المكان النهائي للبشر بعد الموت يكون بين النجوم، ولذلك فُسّر هذا المشهد بأنه تأمّل للموت. وتنتشر ضربات الفُرشاة العميقة بالإضافة إلى اللون الأزرق الداكن الجريء في جميع أجزاء لوحة ليلة النجوم للرسام فان غوخ، ويُشير هذا الانتشار إلى الاضطراب في عقل الرسام، كما أنه يُشير إلى اكتئابه الهادئ؛ إذ إنه رسم اللوحة بعد تعرضه إلى العديد من النوبات ونقله إلى المصحّة للتعامل مع حالته. وهنالك أيضًا سلسة من اللوحات الأخرى التي تعبر عن هذا الفنان العظيم وهي سلسلة (دوار الشمس) التي تحمل فخر الفنان بسبب شوقه لفنانه المفضل (بول غوغان) فقد رسمت أول لوحه عندما أعجب الرسام بول غوغان بها جداً مما أسعد فان وشعر بالفخر خاصةً أنه يتطلع لهذا الرسام، وعرف حينها بأنه يسير على الطريق الصحيح على صعيد الرسم، وبعد وقت قصير رحل إلى جنوب فرنسا ليُنشئ مكانًا للرسامين يعيشون فيه ويرسمون ويلهمون بعضهم البعض، وعندما علِمَ أن غوغان قادمٌ لزيارته رسمَ عدة لوحاتٍ وزين بها غرفة نوم الضيوف ترحيبًا بضيفه، وأراد فان غوخ أن يجمع ثلاث لوحات في لوحةٍ واحدة، وهي لوحتان لأزهار دوار الشمس ولوحة السيدة التي تهز المهد وذلك تكريماً لشخصية الأم المُطمئِنة، ورأى



الموناليزا

أن لوحتي دوار الشمس تزيدان من تركيز الألوان في اللوحة، وأن هذه المجموعة الثلاثية تعبر عن الإمتنان بشكل عام. وأدركنا من قصة الفنان فان غوخ أن للفنان أن يلهم فنان آخر مما يساعده في إنتاج فنًا أكثر إبداعًا وإثارة، وبسبب عظمة عمل هذا الفنان تم بناء متحف خاص به يحتوي على الكثير من لوحاته وسمي نسبة إلى هذا الفنان وهو (متحف فان غوخ) الموجود في أمستردام بهولندا، وهو يحتوي على أكثر عدد من لوحات فان غوخ. ولا ننسى دور وسائل التواصل الإجتماعي في هذا الأمر فقد أصبح بإمكان الناس الآن الوصول إلى لوحات فان غوخ بسهولة من خلال الإنترنت، وتبادلها وتداولها عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل انستغرام ومنصة إكس وفيسبوك، مما يسهم في زيادة الوعي بأعماله وجذب مزيد من الانتباه إليها. وأيضا يمكن للفنانين المعاصرون استخدام التكنولوجيا لإنشاء إصدارات رقمية من لوحات فان غوخ أو لإنشاء أعمال فنية جديدة مستوحاة منه. هذا يسهم في إدخال فان غوخ إلى ثقافة الفن الحديث.

وهناك المتحف المصري الكبير (الجديد) وهو متحف تم تشيده لجذب أكثر من خمسه ملايين سائح سنويًا. وتم بناء هذا المتحف على شكل أهرامات نسبه للأهرامات الثلاثة الكبرى (خوفو وخفرع ومنقرع) حتى أن المبنى مكسو من الخارج بحجارة (الابستر الرمادية)، والمتحف عبارة عن قصة تاريخية بدأت منذ عام 2002، لنشهد الآن نتاج جهود تلك السنوات؛ إذ يكشف افتتاح المتحف المصري الكبير عن أحد أكبر متاحف العالم الذي سيكون قبلةً للسياحة الترفيهية، فهو معرض تراثي هائل يضم 100 ألف قطعة أثرية ستعرض أمام الجموع للمرة الأولى. فضلاً عن ذلك، سيتم تشييد هذا المجمع السياحي الضخم ليكون أكبر متحف في مصر، حيث يشغل متحف المصري الجديد مساحة ضخمة تقدر بـ 117 فدان، مما يتيح للزوار فرصة مشاهدة صروح الأهرامات الثلاثة والمنطقة الأثرية عبر الواجهات الزجاجية للمتحف، وتم التخطيط للمتحف بناء على جذب فكر الشباب والفعاليات الحية التي سوف



متحف اللوفر

أروى محمد حسين



ليلة النجوم

تقام في ساحات المتحف المتنوعة؛ كما حرص مهندسو الإنشاءات على توفير "الإرشادات العامة" بثلاث لغات، وهم: اللغة العربية، والهيروغليفية، والإنجليزية. يحتوي المبنى الرئيسي للمتحف على على 12 قاعة عرض مزودة بأحدث التقنيات الصوتية والضوئية، بالإضافة إلى ما يزيد عن 50 ألف قطعة أثرية، نقل بعضٌ منهم عام 2016 من محافظة الأقصر إلى ذاك المبنى وسط إجراءات أمنية مشددة؛ ومن أبرز تلك القطع:(العربات الحربية، الأسرة الجنائزية وكنوز الملك عنخ آمون) كما يحتوي المتحف على الدرج العظيم الذي يبلغ طوله 25 مترًا، ويتواجد في منطقة البهو الرئيسية كونها مركز استقبال الزوار، حيث تشمل أهم المعالم السياحية داخل المتحف.

- **ميدان المسلة:** وهي أول مسلة فرعونية معلقة بالعالم وحائط الأهرامات:
- **الحديقة المتحفية:** وتعرف تلك الحديقة باسم "حديقة أرض مصر"، يقوم العمل فيها على زراعة مختلف أنواع الأشجار التي كان يحتفي بها المصريون القدماء.
- **مركز الترميم:** يتكون هذا المقر من 19 معمل ترميم للحفاظ على استدامة المعروضات الأثرية.

وتشمل الساحة الخارجية للمبنى الرئيسي وجود مركز تدريبي للعديد من الكوادر البشرية المتخصصة في مجال المتاحف، والمنطقة الترفيهية التي تضم شتى الأماكن الترفيهية، والمحلات التجارية، والمطاعم. علاوةً على ذلك، ما زال محيط المتحف الرئيسي يحوي العديد من المراكز الأثرية والخدمية، مثل: (متحف الطفل، مركز المؤتمرات، متحف ذوي الاحتياجات الخاصة) وتم إفتتاح هذا المتحف في 1 ديسمبر الأربعاء، 29 نوفمبر 2023 فهو يعتبر من أحدث المتاحف التي تواكب العصر الحديث وتجذب فئة الشباب.

سنحط رحالنا في نهاية المطاف في متحف الشارقة للتراث، فهو أول متحف تم بناؤه في إمارة الشارقة، وركز هذا المتحف على عرض تاريخ وآثار دولة الإمارات العربية المتحدة، فقد افتتح هذا المتحف في منزل تاجر لؤلؤ يعود بتاريخه إلى القرن الثامن عشر فقد تم افتتاحه لأول مرة في منطقة التراث في عام 2005، وقد أعيد افتتاحه (متحف الشارقة للتراث) بعد نقله إلى مقره الجديد عام 2012 وتحديث أسلوب العرض في بيت سعيد الطويل الشامسي في قلب الشارقة. وستكتشف وتتعرف في المتحف على كل ما يتعلق بعادات وتقاليد الإمارة من العادات الدينية إلى المعيشة في البيئة الصحراوية. فهناك ست صالات عرض تغطي كل واحدة منها نمطًا من أنماط الحياة كالبيئة الطبيعية، أسلوب الحياة، الاحتفالات، سبل المعيشة والعلوم التقليدية كما يتطرق للمعارف الشفهية كالأمثال والقصص الشعبية للإمارة. كما يعرض المتحف العديد من المقتنيات المميزة الجميلة، منها افتخ - وهو خاتم من ذهب تلبسه المرأة لإبهام القدم- مع تعريف عن كل مقتنى باللغة العربية والإنجليزية، كما يستمتع الزوار الصغار بالتعرف على القصص الشعبية والأمثال المتداولة والألغاز. كما أنه، من أكثر المتاحف التي تولي اهتمامًا كبيرًا لمساعدة الطفل على إدراك أهمية المتحف بإنتاج فعاليات وبرامج دراسية وأكاديمية وإحدى هذه الفعاليات بدأت في الشارقة في 16 نوفمبر. وانطلقت فعاليات معرض



سلسلة دوار الشمس



المتحف المصري الكبير من الداخل

"تأملات وإلهامات من التراث الإماراتي" الذي تنظمه هيئة الشارقة للمتاحف بالتعاون مع كلية الفنون الجميلة والتصميم في جامعة الشارقة والذي يستمر حتى 15 أبريل 2024 في متحف الشارقة للتراث. وهناك أيضًا فعالية (لمّة) التي أعلنت عنها هيئة الشارقة للمتاحف، فهي تركز بشكل أساسي على توفير أوقات مليئة بالنشاط والترفيه التعليمي للعوائل بصحبة أبنائهم، بالإضافة إلى أنشطة مخصصة للكبار، انطلاقًا من مسؤوليتها المجتمعية وكون متاحف الشارقة متاحة للجميع، حيث تبذل الهيئة جهودًا لافتة للتعريف بالمتاحف وأنشطتها المختلفة التي تناسب جميع الفئات العمرية، حتى أن بعضًا من طالبات مدرستي استطاعوا المشاركة في هذه الفعالية (لمّة) نتيجة التعاون الذي حدث بين معلمتي، معلمة الدراسات الاجتماعية (رنا جمال) ومتحف الشارقة للتراث، حيث كانت النتيجة المبهرة لمشاركة الطالبات بأنهم استطاعوا جذب ما يقارب ألفين زائر في فتره وجيزة، وهذه الفعالية بالطبع ستترك طابعًا جيدًا على الطالبات اللآتي شاركن فيها كما أنها ستحفز الطلاب الآخرين للتجربة.

وهنا قد حانت النهاية وقد أدركنا أن المتاحف ليست مكان ممل، بل بذكر بعض المتاحف استطعنا التجول في أنحاء العالم، فساعدنا متحف المستقبل في إدراك أن المتاحف لا تحمل فقط طيات الماضي، بل تحمل معها تطلعات هائلة للمستقبل. أما متحف اللوفر فقد أبهرنا بلوحاته القديمة مثل لوحة الموناليزا التي جمعت ببراعة بين الفن وعلم الرياضيات. وساعدتنا لوحات الفنان فان غوخ أن ندرك كيف هي حياته وكيف هو الشغف الذي ينتج عنه الإلهام. وأما عن المتحف المصري الكبير فقد أوضح لنا التأملات الكبيرة المقبلة لهذا المتحف نظرًا لأنه جمع بين الحضارة الفرعونية والحديثة. ولا ننسى متحف الشارقة للتراث الذي نشر عن تراث دولة الإمارات العربية المتحدة وعن شتى أنواع الفعاليات التي أقيمت والتي ستقام. والشيء التي اجتمعت عليه هذه المتاحف ولوحات الفنانين أنها أثبتت أن المتاحف مكان



المتحف المصري الكبير من الخارج



متحف الشارقة للآثار



متحف الشارقة للتراث







وهنالك بعض الصور التي تدل حقًا على الفكرة المبدعة لهذه الفعالية

ممتع، واستخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي لجذب الزوار إليهم. وفي الختام أرجو أن تكونوا قد استمتعتم برحلتنا التي تحدثت عن المتاحف وتأثير المتاحف على الأشخاص وكيف ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي المتاحف، وزيادة زوار المتاحف هو أكبر دليل وإثبات أن العالم أضحى يتعرف على المتاحف. ■

المصادر والمراجع

معلومات متحف اللوفر (من موقع الدبلوماسية الفرنسية)

(جميع الحقوق محفوظة لدى وزارة أوروبا والشؤون الخارجي 2024/servicepublic.fr/legifrance.gouv.fr/gouvernement.fr/france.fr/data.gouv.fr)

المونالزا (من موقع الجزيرة(الموسوعة))

قصة ليله النجوم (من موقع مسبار)

Encyclopedia Britannica, Encyclopedia Britannica, World History Encyclopedia, World History Encyclopedia, Academia, Academia, Art in Context, Art in Context, Khan) (Academy, Khan Academy,ScholarsArchive - Brigham Young University, Scholars Archive - Brigham Young University, World Atlas, World Atlas, Art Institute of Chicago

رسمه دوار الشمس (من موقع موضوع)

("Edited .2022/1/Van Gogh Painted Many 'Sunflowers.' But How Different Are They?", NYTimes, Retrieved 5 ↑).

("Edited .2022/1/Sunflowers: Symbols of happiness", national gallery, Retrieved 5 ↑).

Edited .2022/1/things you need to know about Van Gogh's 'Sunflowers'", vangoghmuseum, Retrieved 5 ↑3 ^

معلومات عن متحف اللوفر (موقع الشراكات (متحف اللوفر أبوظبي)

المتحف المصري الكبير (من منتدى بروبرتي فايندر(الرابط))

https://www.propertyfinder.eg/blog/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D8%AD%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF/

الكلمات المكتوبة على المتحف من موقع (مأي بيوت© 2008 - 2024 (Bayut.com

متحف الشارقة للآثار (جميع الحقوق محفوظة © 2024. هيئة الإنماء التجاري والسياحي بالشارقة. من الموقع الرسمي لمتحف الشارقة للتراث)

معلومات المتحف (الموقع الرسمي لهيئة الشارقة للمتاحف© هيئة الشارقة للمتاحف)

فعاليات متحف الشارقة (من موضع الشارقة 24© جميع الحقوق محفوظة الشارقة 24، 2024)

كاتبة المقال: أروى محمد حسين عبد الحافظ محمد

مقدمة إلى عالم المتاحف

تتنوع الأماكن التي تكتسب طابعًا معينًا وتقام من أجل أهداف محددة، ولعل المتاحف أحد أبرز هذه الأماكن، وهو عبارةٌ عن مركز يقوم بتجميع وحفظ التراث الإنساني القديم، كما يقوم أيضًا بإجراء البحوث المختلفة عنه وتطويره، وهو مكانٌ عام، أي يفتح أبوابه أمام جميع الناس في الدولة، فلا يقتصر الدخول إليه على شريحةٍ دون أخرى، وتتم زيارته إما بشكل فردي أو ضمن مجموعاتٍ بالإضافة إلى أنها تشكل مصادر للتعلم وتجربة متعلقة بالتنوع الثقافي. وتعمل المتاحف على تعزيز الشمولية من خلال توفير برامج وخدمات خاصة للأشخاص ذوي الإعاقة لتلبية احتياجاتهم وتوفير برامج تعليمية للجميع بمختلف الأعمار والثقافات لزيادة الوعي وتعريف الجميع بثقافة الآخرين.

لا تقتصر أهمية المتاحف على حفظ هوية المجتمع والإرث الثقافي فقط، بل تتعدد وظائف المتاحف وتؤدي رسالة تربوية وتعليمة وثقافية وسياحية، وفنية، وعلمية واجتماعية، وأخلاقية، ووطنية، وقومية. أحد أبرز الأمثلة على ذلك المتاحف في دولة الإمارات العربية المتحدة التي تساهم في الحفاظ على هوية المجتمع الإماراتي المحلي، ولا سيما في ضوء التغيرات التي شهدتها الدولة على مر الأعوام القليلة الماضية، إذ تساعد المتاحف الإماراتية في الحفاظ على المكانة الخاصة بتقاليد المجتمع المحلي الإماراتي وتعزيز أهميتها لدى الأجيال القادمة، وذلك من خلال إبراز أهم العادات والتقاليد التي كانت تمارس في مختلف المناسبات والتي ما زالت حاضرة في المجتمع المحلي الإماراتي إلى الوقت الحالي، فعلى سبيل المثال، تقوم المتاحف في دولة الإمارات بتقديم عروض ومسرحيات للعادات والتقاليد الإماراتية التي تمارس في أبرز المناسبات مثل الأعياد، الأفراح، وغيرها من المناسبات الشعبية، علاوة على ذلك، تعتبر المتاحف في الشرق الأوسط مراكزًا للتعليم والتوعية، حيث تُنظم معارض مؤقتة وورش عمل وندوات تثقيفية تستهدف جميع الفئات العمرية. ليس هذا فقط، تسهم المتاحف في تعزيز السياحة المحلية من خلال دعم الصناعات الثقافية والإبداعية المحلية، بما في ذلك الحرف اليدوية والفنون التقليدية. ويمكننا القول أن وجود المتاحف يوفر فرص عمل مباشرة وغير مباشرة للسكان المحليين. كما تسعى بعض المتاحف وخاصة في دولة الإمارات العربية المتحدة إلى إبراز الهوية الإسلامية من خلال عرض مجموعة من الصور والنماذج التي تحاي الحضارة الإسلامية على مختلف العصور التاريخية، وأحد أبرز هذه المتاحف هو متحف الشارقة للحضارة الإسلامية الذي افتتح لأول مرة في منطقة التراث في السادس من شهر نوفمبر لعام 1996م. و يعتبر المتحف معلم حضاري سياحي هام لكونه الأول من نوعه في دولة الإمارات العربية المتحدة ولاحتوائه على آلاف القطع الأثرية الفريدة من نوعها والتي تبرز عظمة الحضارة الإسلامية من القرن الأول الهجري (7 ميلادي)، حتى القرن الرابع عشر الهجري (20 ميلادي). ويُعرف هذا المتحف زواره بأبرز الاختراعات للشخصيات الإسلامية التي ساهمت في نهضة العالم في شتى المجالات العلمية والعملية مثل الخوارزمي مؤسس علم الجبر، إضافة إلى عرض مجموعة من النماذج المصغرة لأبنية صُممت بناء على فنون العمارة الإسلامية كالمساجد وغيرها.

دور المتاحف في تعزيز الشمولية

1) تسهيل الوصول إلى المتاحف: أولًا، تقدم المتاحف خدمات لجعل الزيارة مريحة وممتعة للجميع وتشمل ذلك خدمات الوصول وتوفير أساليب للتواصل باللغة الإنجليزية وغيرها من اللغات. ثانيًا، تقدم بعض المتاحف دخولًا مجانيًا أو بأسعار مخفضة في أيام معينة من الأسبوع أو لفئات معينة من الزوار، مما يجعل الزيارة متاحة أكثر للجميع بغض النظر عن ظروفهم المالية. ثالثًا، توفير مواقف مخصصة لذوي الاحتياجات الخاصة ومرافق سهلة الوصول مثل المصاعد والحوامل المتحركة والحمامات العامة المجهزة يسهم في جعل المتاحف متاحة لجميع أفراد المجتمع. رابعًا، توفر بعض المتاحف جولات موجهة وبرامج تفاعلية مخصصة لفئات

مؤلف



منة الله ربيع حمدي عبدالجليل عبدالباقي

طالبة في مدرسة الشعلة الخاصة (الفلاح)

منة الله ربيع حمدي طالبة في مدرسة الشعلة الخاصة. تعيش وتدرس منة الله المصرية الأصل في إمارة الشارقة في دولة الإمارات العربية المتحدة، والتي انتقلت إليها مع ذويها وأخوتها عام 2012. تقضي الطالبة ذات 16 ربيعًا جل وقتها في الدراسة وحفظ القرآن الكريم، وهي تسعى لتكون امرأة مؤثرة في المجتمع وذات دور بارز وصوت مسموع وأن يكون لها بصمتها الخاصة في المجتمع.

منة الله ربيع حمدي







صور لمتحف الشارقة للحضارة الإسلامية من الداخل والخارج



ما الذي يحتويه المتحف	تتضمَّن أنواع القطع الفنية المعروضة في المتحف الخزف والزجاج والنسيج والأزياء الوطنية والفضة والمجوهرات والأثاث والنحت والطبعات الفنية والرسم والصور الفوتوغرافية
عدد الأعمال الفنية	4.6 ملايين تحفة
عدد الزوار سنوياً	3,290,500

معينة من الزوار، مثل الأطفال أو كبار السن أو ذوي الاحتياجات الخاصة، مما يسهل فهم واستيعاب المعلومات بشكل أفضل وأكثر متعة. خامسًا، تقدم بعض المتاحف مواد مترجمة وإرشاد بلغات متعددة لتلبية احتياجات الزوار من خلفيات ثقافية متنوعة، مما يجعل المعلومات متاحة وفهمها أسهل لجميع الزوار. وأخيراً وليس آخراً، يقدم بعض المتاحف خدمات رقمية تسمح للزوار بزيارة المتحف افتراضيًا من خلال جولات افتراضية أو محتوى تفاعلي عبر الإنترنت، مما يتيح الوصول إلى المعرفة والثقافة بسهولة من أي مكان وفي أي وقت. من الأمثلة العملية للمتاحف الناجحة في تعزيز الشمولية والتنوع هو متحف فيكتوريا وألبرت في المملكة المتحدة.







متحف الشمال في السويد

تم تصميمه لتلبية احتياجات المعاقين الذي يشمل مداخل الكراسي المتحركة وجهاز الاستشعار الذكية لتوفير الطاقة



متحف اللوفر في فرنسا

يوفر خدمات خاصة للزوار ذوي الإعاقات البصرية، بما في ذلك جولات موجهة ووسائل توجيه وإرشاد باللغة الإشارة



متحف الأكروبوليس في اليونان

يوفر جولات موجهة ومرافق مجهزة لذوي الاحتياجات الخاصة، بالإضافة إلى توفير وسائل توجيه باللغة الإشارة



متحف الملك عبد العزيز في المملكة العربية السعودية وتحديدًا في الرياض

يعتبر من الرائدين في توفير خدمات لذوي الاحتياجات الخاصة في المملكة العربية السعودية، بما في ذلك جولات موجهة ومرافق مجهزة بشكل صديق لهم

2) توفير برامج لذوي الاحتياجات الخاصة: تلعب المتاحف دورًا حيويًا في دمج ذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع من خلال توفير بيئة شاملة ومريحة تسمح لهم بالاستمتاع بالفن والتاريخ والثقافة بنفس الطريقة التي يستمتع بها الزوار الآخرون. فعلى سبيل المثال، تقدم المتاحف جولات موجهة خاصة للأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة، حيث يتم توفير مرشدين مدربين لديهم خبرة في التعامل مع هذه الفئة من الزوار. بالإضافة إلى ذلك، تضمن المتاحف توفير مرافق ملائمة لذوي الاحتياجات الخاصة، مثل المصاعد لتسهيل الوصول إلى الطوابق المختلفة، والحمامات المجهزة لذوي الاحتياجات الخاصة، والمسارات الخاصة بكراسي العجلات لتسهيل التنقل داخل المتحف. علاوة على ذلك، تقدم بعض المتاحف برامج تفاعلية مصممة خصيصًا لتلبية احتياجات الزوار ذوي الاحتياجات الخاصة، مما يسمح لهم بالاستمتاع بتجارب تعليمية وثقافية ممتعة ومفيدة.

3) توفير برامج تعليمية مناسبة لجميع الأعمار: تستطيع المتاحف توفير برامج تعليمية للجميع بمختلف الأعمار والثقافات، لتوفير زيادة الوعي وتعريف الجميع بثقافة الآخرين بما في ذلك الرحلات المخصصة لطلبة المدارس التي تمنح الطلاب فرصة لاستكشاف واكتشاف عوالم جديدة في مجالات الفن والتاريخ والعلوم والثقافة. يمكن للطلاب رؤية القطع الفنية الأثرية والمعروضات التاريخية والتفاعل معها بشكل مباشر، مما يساعدهم في توسيع معرفتهم وفهمهم بطرق جديدة. كما يتاح للطلاب الفرصة لطرح الأسئلة والمناقشة وتبادل الأفكار حول المعروضات والمواضيع التي يتعرضون لها، وهذا بالطبع يعزز التفاعل والمشاركة الفعّالة بين الطلاب والمعلمين والمرشدين في المتاحف. ليس هذا فقط، تكمن فوائد الرحلات المدرسية إلى المتاحف في تعزيز المهارات التحليلية النقدية حيث يتعلم الطلاب كيفية تقييم وفهم المعروضات الفنية والتاريخية والعلمية بطريقة نقدية. أيضًا، تقدم العديد من المتاحف برامج تفاعلية وورش عمل وتجارب عملية تساعد الطلاب على تطبيق المفاهيم والمعارف التي تعلموها في المدرسة بطريقة عملية وملموسة.

وسائل التواصل الاجتماعي تعزز دور المتاحف

يمكن للمتاحف استخدام منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفيسبوك وانستغرام للترويج لفعالياتها ومعارضها القادمة. يمكنها نشر إعلانات ومشاركة معلومات مفصلة حول المعارض الجديدة والفعاليات القادمة لجذب انتباه الجمهور وزيادة عدد الزوار. ثانيًا، يمكن للمتاحف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتقديم محتوى تعليمي ذو قيمة للمتابعين ونشر مقاطع فيديو قصيرة تقدم معلومات تعليمية حول القطع الفنية أو التاريخية في المتحف، أو نشر صور ونصوص تشجع على النقاش وتثير الفضول حول مواضيع معينة. كما يمكن استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لتشجيع المشاركة والتفاعل من قبل الجمهور وذلك عن طريق طلب آراء الزوار حول المعارض والفعاليات، ونشر صور لزوار المتحف وتجاربهم الشخصية، والرد على التعليقات والاستفسارات بشكل فوري. ومن الأمور المهمة جدًا والتي تسلط الضوء على المتاحف هي التواصل مع الجمهور من فئة الشباب بطرق تجذبهم مثل تنظيم مسابقات وتحديات على وسائل التواصل الاجتماعي، أو تقديم محتوى مخصص للشباب يثير اهتمامهم ويشجعهم على زيارة

المتحف. بالإضافة إلى ذلك، تتيح هذه المنصات ووسائل التواصل الاجتماعي التواصل مع الجمهور العالمي وزيادة الوعي بثقافتها ومعروضاتها من خلال نشر محتوى بلغات متعددة لجذب الزوار الناطقين بلغات مختلفة، والتفاعل مع المتابعين والمعجبين من مختلف أنحاء العالم. ويمكننا تسليط الضوء على موقع هيئة الشارقة للمتاحف الذي يوفر معلومات عن مختلف المتاحف في إمارة الشارقة بما في ذلك موقع المتحف، والفعاليات التي يوفرها كل متحف، والبرامج الأكاديمية، والبريد الإلكتروني في حال وجود استفسارات.

تحديات وصعوبات تطبيق استراتيجيات المتاحف للتواصل الاجتماعي

تتضمن تحديات وصعوبة تطبيق استراتيجيات المتاحف للتواصل الاجتماعي نقص الوعي الثقافي لدى الجمهور وخصوصًا الفئات المهمشة. كما لنقص برامج الاتصال المخصصة لاحتياجات الفئات الضعيفة والمحتاجة دور في ذلك. أيضًا، وجود حالات صعبة لتمويل زيارتها ولدعم البرامج التوعوية الخاصة بالسياح.

زيارتي لمتحف الشارقة للآثار

تجربتي في متحف الشارق للآثار لاستكشاف عالم الثقافة والتاريخ في إمارة الشارقة أتاحت لي الفرصة للتعرف على تراث الإمارة والغوص في عمق تاريخها الحافل. بمجرد دخولي المتحف، استقبلتني أجواء من السكينة والجمال، حيث تناغمت الألوان والأضواء بشكل مدهش مع المعروضات التاريخية التي تملأ القاعات. بدأت رحلتي بالتجول في أقسام المتحف المختلفة، حيث تعرفت على مجموعة متنوعة من القطع الأثرية والفنية التي تعكس تاريخ وثقافة المنطقة. تفاجأت بالتنوع الهائل للمعروضات، حيث شملت تحفًا من العصور القديمة إلى العصور الحديثة، بما في ذلك الأواني الفخارية القديمة، والمجوهرات الثمينة، واللوحات الفنية الرائعة. كل قطعة كانت تحمل قصة وراءها، مما أثار فضولي وأشعل رغبتي في معرفة المزيد عن تلك الحقب الزمنية الرائعة. تأملت بانبهار في تفاصيل النقوش والزخارف على القطع



رحلة مدرسية لمربى الشارقة للأحياء المائية في الشارقة



رحلة مدرسية لمتحف الشارقة للحضارة الإسلامية

الأثرية، وتساءلت عن الحكايات التي كانت تختزنها تلك القطع خلال سنوات عديدة من التاريخ. كانت الجولة الإرشادية مع المرشدة المتحمسة مفيدة جدًا، حيث شاركتنا معلومات قيمة عن كل قطعة وساعدتنا في فهم السياق التاريخي الذي نشأت فيه.

بعد انتهاء الجولة، قررت الجلوس لبعض الوقت في الحديقة الجميلة المحاذية للمتحف. كانت الأجواء مثالية للاسترخاء والتأمل، حيث استمتعت بجمال الطبيعة المحيطة وبالهدوء الذي يسود المكان. بعد هذه التجربة الرائعة في متحف الشارقة للآثار، أدركت أهمية الحفاظ على التراث الثقافي والتاريخي، وأدركت أيضًا أن التعلم والاستكشاف لا ينتهي أبدًا. كانت تلك الرحلة تجربة تعليمية وتاريخية لا تُنسى.

يمكنني القول من خلال تجربتي أنه يمكن تطوير تجربة الزوار من خلال استخدام التكنولوجيا والوسائل التفاعلية مثل الأجهزة اللوحية والواقع الافتراضي والواقع المعزز لتوفير تجارب تعليمية وتفاعلية جديدة. كما أن المتاحف التي تُقدم برامج وأنشطة موجهة للعائلات تتضمن ورش عمل وألعاب ومسابقات وأنشطة تفاعلية مصممة لتشجيع التعلم والتفاعل بين الأفراد في جو عائلي ممتع تستقطب عدد زوار أكثر. تتضمن الأنشطة التفاعلية مثل التجارب العملية والألعاب والأنشطة الإبداعية التي تساعد الزوار على تعلم وفهم المواضيع بشكل ممتع ومفيد. علاوة على ذلك، تقدم بعض المتاحف برامج تعلم عن بُعد تتيح للمشاركين التعلم والاستكشاف من أي مكان عبر الإنترنت، مما يسهل الوصول إلى المعرفة لجمهور واسع. وهذه المتاحف غالبًا ما تجعل الأنظار عليها ويتم تسليط الضوء عليها.



رحلة مدرسية إلى متحف الشارقة للآثار

في الختام، باعتبار المتاحف محاورًا حيوية في ترويج التراث الثقافي وتعزيز التعلم والتفاعل الثقافي، فإن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الشمولية لا يمكن إغفاله. من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعّال، تصبح المتاحف قادرة على الوصول إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعًا، بما في ذلك الأفراد من ذوي الاحتياجات الخاصة والمجتمعات ذات التنوع الثقافي. من خلال نشر محتوى تعليمي وثقافي متنوع على منصات التواصل الاجتماعي، يمكن للمتاحف توفير فرص للتعلم والتفاعل للجمهور المتنوع في أي وقت ومن أي مكان. كما يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تكون وسيلة للتواصل المستمر مع الجمهور، والاستماع لتعليقاتهم وملاحظاتهم، مما يساعد على تحسين وتطوير تجربة الزيارة للمتحف بشكل مستمر. ■

المصادر والمراجع

موقع هيئة الشارقة للمتاحف

موقع البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة

موسوعة الإمارات

بعض صور الرحلات من موقع مدرسة الشعلة الخاصة محمية بحقوق الطبع و النشر

موقع متحف الشارقة للفنون

Sharjah Art Museum website

موقع اللوفر أبوظبي

Louvre Abu Dhabi Website

موقع سفرway

مجلة كل الأسرة

مؤلف

محمد عيسى جقدول

صحفي إعلامي

محمد عيسى جقدول كاتب وقاص وصحفي سوداني، له مؤلفات اشتملت على نصوص وقصص قصيرة ومقالات في مختلف الصحف والمجلات، منها قصة قصيرة بعنوان "ذاكرة مُهترئة" في مجلة شؤون أدبية الصادرة عن اتحاد كتاب وأدباء الإمارات. لجقدول مساهمات في تحرير عدة كتب فنية وثقافية وفكرية، فضلاً عن مشاركته في تحدي مستشرفي المستقبل العربي الذي نظمه المنتدى الاستراتيجي العربي بالتعاون مع مؤسسة "غود جدجمنت". حاصل على الإقامة الذهبية في دولة الإمارات العربية المتحدة بصفته صانع محتوى ثقافي، وحائز على جائزة القصة القصيرة في المركز الأول في مهرجان أمدرمان الأول للقصة القصيرة في السودان

المتاحف والواقع المعزز الافتراضي

فرص الوصول والقبول

تأثير التطورات التقنية في عرض الأعمال الفنية في المتاحف

ظلت المتاحف منذ بلورة فكرتها في القرنين السابع عشر والثامن عشر وعاءً جامعًا لذاكرة الشعوب، وصونها، والعناية بها من الاندثار، وعرض هذه المكنونات الإنسانية التي تؤرخ للعقل البشري الجمعي وتطوره الحضاري، ولا شكّ أن المتاحف شهدت تغيرات في بنيتها على مدار العقود شأنها في ذلك شأن كل المواعين الفنية التي تُعمل أدواتها لخدمة المنتوج الإنساني.

إذا أمعنا النظر في متاحف دولة الإمارات العربية المتحدة، نجدها ترتقي بشكل ملحوظ في الأعوام الفائتة، وهذا التطور نتاج لفاعلين أساسيين: أولاهما: تطور مفهوم وأهمية المتاحف في العقل المجتمعي، وذيوعه كشكل ثقافي وحضاري، وتشبع الذائقة الثقافية في دولة الإمارات، مراعين في ذلك التشاكل الثقافي الناتج عن التعدد الذي تزخر به الدولة "تعدد الجنسيات"، والتشعبات الثقافية المتباينة في الذوق والمرجعيات.

ثانيهما: الدولة كفاعل رئيس في نسج الخيوط الناظمة للدور المتحفية، والاعتناء بها وفق منظومة مدروسة، ودعمها معنويًا وماديًا، وتطويرها وفق المتغيرات العالمية، ونجحت دولة الإمارات العربية المتحدة في ذلك، فالناظر يرى زيادة عدد المتاحف وتوسيع دوائرها لتعلب دورها الحضاري، بل نجد أن بعض المتاحف تلعب دورًا مجتمعيًا فاعلاً متمثلاً في التدريب للناشئة والطلبة، وإقامة فعاليات ذات بعد مجتمعي يهدف للجذب والتفاعل، وإقامة الورش والدورات التي من شأنها إرساء ثقافة التفاعل مع الموروث الثقافي والحضاري الذي يميز كل بلد أو قطر أو هوية بعينها.

إبّان جائحة كورونا كوفيد 19، رأينا المُواءمة التي قامت بها بعض المتاحف من خلال الاستفادة من التقنيات الحديثة، فبرزت عملية تحويل المعارض الفنية إلى منتج بصري عبر تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزّز (AR & VR) أو ما يعرف بـ"Virtual Reality"، فنقلت المتاحف نبضها في ظل الإغلاق الشامل الذي شهده العالم، وسنحت للجمهور مشاهدة الأعمال الفنية والتجول بصريًا وإغناء ذائقتها، بل إن هذه العملية جذبت جمهورًا لم يكن يُلقي بالاً للمتاحف في السابق.

مع التطورات التي يشهدها قطاع التكنولوجيا لا سيما طفرة الذكاء الاصطناعي، "AI" سيعزز هذا التقدم دور المتاحف لتستقطب طيف أوسع من الجمهور؛ خاصة أن الجماهير منخرطة في الأساس في هذه التقنيات التي تشهد قبولاً وتنافسًا من كبريات الشركات التقنية، ويبقى الرهان على المتاحف لإيجاد صيغة مستقبلية لتحويل المنتج التقني البصري لمنتج متحفي وآلية حفظه، وتناقله بين الأجيال التي لاشك ستعمد إلى تحويل كل ما أنتجته التقنيات الحديثة من وسائل التواصل الاجتماعي، سواء كانت صور، أو مواد فيلمية أو سواها من أشكال التعبير الدارج اليوم، سيتحول كل هذا ليكون أرشيفًا إلكترونيًا ضخمًا. وليس من الغريب إذا سمعنا في المستقبل أن الأشخاص يزورون متاحف بشرية افتراضية لأسلافهم، الذين تركوا أثناء كتابة هذه المادة استطاعت شركة " Neuralink" المملوكة للملياردير الأمريكي "إيلون ماسك "Elon Musk بنجاحها في أول عملية زراعة شريحة في أدمغة البشر، مما يعزز فرضية التحول شبه الكامل إلى العوالم الافتراضية.

التطورات التقنية الحديثة وتطويعها بصريًا لملاءمة منظور المتاحف:

بدايةً، دعنا نلج إلى التعرف على التقنيات الحديثة التي شاكلت تقدم التطور البشري، من ازدياد الكثافة السكانية، مما قاد إلى اكتظاظ المدن، والمجتمعات الريفية، وبالتالي برزت الحاجة لدى هذا الجمهور العريض للنظر في منتجه الحضاري، وإرثه الفني، وبالتأكيد هذا لا يتأتى لكل الراغبين؛ مما حدا بكثير من شركات التكنولوجيا إلى ابتكار طرق تُغني حاجة كافة شرائح المجتمع، في مختلف مشارب العلوم الطبيعية والإنسانية، ففي جانب عرض المنتج البصري نجد الكثير من التطبيقات للهواتف الذكية المحمولة، وغيرها من نظارات الواقع الافتراضي، فضلاً عن التنافس المحموم الذي أذكاه "الذكاء الاصطناعي – AI"، وهو بالتأكيد يبشر بنقلات كبيرة في تيسير انخراط الناس مع التجارب المتحفية، سواء بالتفاعل التعليمي للأطفال والناشئة، أو بالجولات الافتراضية التي تتوافر عبر الهواتف النقالة الحديثة. وأبرز هذه التقنيات هي:

1- تقنية الجرافيك

يعمد الجرافيك إلى إيضاح وتوصيل وتفسير المعلومات بشكل مبسط وسهل وتتمثل طرقه الأكثر وضوحًا في جانب المتاحف من خلال سرد المعلومات التي تساعد المشاهد للنظر في الأعمال الفنية، أو حتى عكس رؤية معينة بشكل سلس أو عن طريق العرض الرقمي الضوئي وذلك من خلال أجهزة العرض التي تعكس الضوء على الأسطح المختلفة؛ كالأسطح الزجاجية، وحوائط العرض، أو حتى على أسقف أجنحة المعارض، وعادة تعكس تلك الأجهزة الأعمال الفنية ذات الطابع الفيلمي، والشرائح الضوئية، ولا تقتصر عملية العرض على الأعمال الفنية، فقط بل تتعداها إلى مجالات تجارية، وإنسانية أخرى.

2- الشاشات التفاعلية

الحديث عن الشاشات التفاعلية عادة شأنها شأن الكثير من التقنيات الحديثة، التي تشهد كل يوم تغيرات هائلة في شكلها وسعة تخزينها، وكذلك جودة العرض إضافة إلى المميزات التي تتيحها للجمهور للتفاعل وإجراء الرسومات الإيضاحية المباشرة، لكننا نجدها عادة في المتاحف تعمل على عرض الرسالة المتحفية من خلال إضافة أبعاد ومؤثرات خاصة. وللتدليل على هذا التطور، فقد كشفت مؤخراً شركة " C Seed" للإلكترونيات عن شاشة فاخرة يبلغ سعرها 400 ألف دولار تقريبًا، والتي يمكن طيّها وإخفاءها في الأرض عندما لا تكون قيد الاستخدام. وتتكون الشاشة من خمس لوحات Micro LED منفصلة، عندما يتم تشغيلها بضغطة زر واحدة، تخرج من الأرض وتأخذ مكانها لتكون شاشة واحدة.

هذا بالتأكيد سيعطي الكثير من الخيارات لإداريي المتاحف والقائمين عليها لعرض الأعمال الفنية بشكل يخدم رسالة الفنانين، بل وحتى ابتكار أعمال فنية للاستفادة من هذه التقنيات المتطورة باستمرار.

3- تكنولوجيا الواقع الافتراضي

يمكننا القول إن الواقع الافتراضي حسب التعريفات الشائعة: عبارة عن تقنية تكنولوجية حديثة يمكنها محاكاة واقع خيالي وإدماج المستخدم فيه اعتمادًا على برمجيات الحاسب وأجهزة معينة. فهي تقنية تقوم على إسقاط أجسام حقيقة موجودة في الواقع في عالم مُصطنع وغير واقعي على عكس تقنية الواقع المُعزز التي تُسقط أجسام غير حقيقية في عالم حقيقي موجود بالفعل.

على الصعيد الشخصي، خضت تجربة مشاهدة أعمال فنية في جزيرة السعديات إبّان افتتاح معرض "فن أبوظبي – Art Abu Dhabi" في عام 2018، وهي تجربة أخذتني لمشاهدة أعمال فنية لفنانين مشاهير حيث وضعتني التجربة في أتون الفعل الذي يقوم به الفنان بدايةً من تجهيز الأدوات، ووضع الإيضاحات الأولية "Scotches" وانتهاء بالعمل، كل ما رأيته للحظة بدا لي حقيقاً لا مراء في ذلك، وثمة الكثير من التجارب التي تقدمها الكثير من المؤسسات الفنية داخل دولة الإمارات العربية المتحدة، حتى غدت تكنولوجيا الواقع الافتراضي في حد ذاتها فعلاً فنياً ترتكز عليه شريحة كبيرة من الفنانين المشتغلين بالأعمال التركيبية والأعمال الحدائية.

4- تقنية الهولوجرام [1]

عبارة عن عرض مرئي يقوم بإعادة إنشاء الصورة وعرضها بصورة ثلاثية الأبعاد، وذلك بطريقة عالية الجودة لتطفو الصورة في الهواء كمجسم هلامي ثلاثي الأبعاد ويظهر كطيف من الألوان يتجسد على الشكل المراد عرضه.

5- تقنية الواقع المعزز

هي التكنولوجيا القائمة على إسقاط الأجسام الافتراضية والمعلومات في بيئة المستخدم الحقيقية لتوفر معلومات إضافية أو تكون بمثابة مُوجه له، وعلى النقيض من الواقع الافتراضي القائم على إسقاط الأجسام الحقيقية في بيئة افتراضية يستطيع المستخدم التعامل مع المعلومات والأجسام الإفتراضية في الواقع المعزز من خلال عدة أجهزة، سواء أكانت محمولة كالهاتف الذكي أو من خلال الأجهزة التي يتم ارتداؤها كالنظارات.

متحف الشارقة للفنون "بين المتحفية والتواؤم المستقبلي":

دعني أيها القارئ في هذه الزاوية آخذك في تجربة عايشتها في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتحديداً في متحف الشارقة للفنون الكائن في إمارة الشارقة، والذي يتبع لهيئة الشارقة للمتاحف التي تم تأسيسها في عام 2006 على يد صاحب السمو الشيخ الدكتور سلطان بن محمد القاسمي، عضو المجلس الأعلى حاكم الشارقة، وهو واحد من مجمل 16 متحفاً على مستوى الإمارة، والتي تتميز بتنوع هائل وثري في مواضيعها بين الفنون بكافة مشاربها، والثقافة الإسلامية، وعلوم الآثار، والتراث، والعلوم، والأحياء المائية، وتاريخ إمارة الشارقة ودولة الإمارات العربية المتحدة. فضلاً عن الجوانب التعليمية لمختلف الأعمار التي غدت سمة بارزة تميز هذه المتاحف.

بادئ ذي بدء وبحكم عملي، فإنني منذ العام 2017 انخرطت في غمار تجربة توافرت لي بحكم قرب مكان عملي من متحف الشارقة للفنون، حيث لامست وعن قرب شديد العمل الذي تقوم به الإدارات المختلفة في المتاحف، إلى جانب الخوض في التقنيات الحديثة التي تنتهجها متاحف الشارقة لمجاراة التطورات المتسارعة، فضلاً عن المشكلات التي تعتري أية عمل. ومن ذلك ما حدث إبّان جائحة كورونا "كوفيد 19" حيث عُلّقت كل الدور الثقافية بجانب المتاحف وصالات العرض، وبين عشية وضحاها بدا أن الحياة الإنسانية مهددة بالتوقف التام، لكن ما هي إلا هنيهة من بدء عمليات التوعية بتجنب مخاطر الإصابة بعدوى جائحة كوفيد 19، حتى بدأت المؤسسات التعليمية،

[1] International Journal of Tourism, Archaeology, and Hospitality (IJTAH)2022,Vol.2 Issue 2

والشركات في ابتكار نظم تستطيع من خلالها الوصول إلى الجمهور و العملاء لا سيما في ظل التطور المشهود في وسائل التواصل الاجتماعي "Social Media" وسهولة الوصول إلى الفئات المجتمعية، لكن في ظني أن أكبر تحدٍ واجه المتاحف بشكل عام هي كيفية نقل المُشاهد الجالس خلف شاشة الحاسوب أو الهاتف المحمول "Smart Phone" إلى أروقة المتاحف، بل واعطاءه الإحساس الكامل بالتفاعل مع الأعمال الفنية والاندماج في المحيط المتحفي ككيان يتم نقله عبر تقنية الواقع الافتراضي "Virtual Reality". لذلك أطلقت هيئة الشارقة للمتاحف في "إبريل من العام 2020 مبادرة التجول الافتراضي في أروقة متحف الشارقة للفنون، موفرةً لكافة أفراد المجتمع الإماراتي ومكوناته، والمقيمين، ولجميع الأشخاص حول العالم، فرصة الاطلاع على أعمال فنية أبدعتها أيادي نخبة من الفنانين والرسامين المحليين والإقليميين". يمكنك القول إن هذه التجربة الاستثناء فيها يكمن في التفاصيل الدقيقة التي راعتها هيئة الشارقة للمتاحف في منح المشاهد رؤية بصرية ذات دقة وجودة عالية، بل يمكن للمشاهد الولوج إلى تفاصيل هذه الأعمال، والاطلاع على الكتيبات المرفقة، كما وتُمكن المشاهد لاحقًا بالقيام بإجراء محادثة بشكل مباشر مع القسم المختص للإقتناء أو الحصول على أية توجيهات تخص المعرض، هذه التجربة كانت بمثابة نقل العمل الفني المتحفي إلى فئات مجتمعية لم تكن لتحفل بمشاهدة أعمال فنية لولا هذه التجربة التي أتاحتها فترة الجائحة، واستفادت منها هيئة الشارقة للمتاحف وسواها من المؤسسات للوصول إلى شرائح جديدة في المجتمع.

خلاصة الأمر تكمن في إشارتنا في مفتتح مقالنا هذا، إلى أن المؤسسات الفنية، لاسيما المتاحف ستظل في شغل دائم للبحث عن موطئ قدم في موجة التقدم التكنولوجية التي عمت كافة مناحي الحياة، إذ غدا اليوم المُشاهد منخرطًا في كم هائل من المعلومات التي تتيحها وسائل التواصل الاجتماعي للاستحواذ على انتباهه، وهذه الإعلانات كما هو معلوم ذات طابع تجاري، بل نجد أن موجة التسليع هذه شابت حتى المجالات الإنسانية مما خلق فجوة هائلة لدى أفراد المجتمع، بالتالي يتحتم على المتاحف وخاصة تلك العاملة في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، أن تكرس جهودها التعليمية ومواردها للوصول إلى كافة أطياف المجتمع، الصغار قبل الكبار، ولعله من اللافت اليوم انتهاج بعض المتاحف لروى استشرافية تحاكي ما يمكن أن تفرزه التقنيات الحديثة، وهو بالتحديد ما يبشر بما يمكن أن نطلق عليه أن المتاحف هي الوعاء الأجمع والأكمل والأشمل للمنتج الإنساني منذ وعى الإنسان أشكال الخلود. ■

المتاحف في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا تحقق حلمًا رقميًا

كتبت هذه المقالة فنانة متعددة التخصصات عاشقة للفن، عُرضت أعمالها في أكثر من 20 معرض ولها عرضين فرديين. تخرجت القصبي بشهادة ماجستير في الثقافة الرقمية والعلوم الإنسانية من جامعة كوليدج كورك 2023. تركز اهتماماتها على الثورات التكنولوجية وتبحث بدأب في تقنيات الواقع الافتراضي ومنصات الفن الرقمي لإنشاء أعمال معاصرة جديدة تجسر الفجوة بين الوسائط التقليدية والرقمية.

ملخص

في السنوات الأخيرة، انتشرت التقنيات الجديدة بشكل متزايد، وصارت الوسائط الرقمية أكثر شعبية، بما في ذلك عمليات إعادة البناء الافتراضية، ونسخ القطع الأثرية، وتسجيلات الإنترنت. وتحولت التفاعلات الاجتماعية والنقاشات الوجاهية المباشرة في المتاحف إلى الوسائط الرقمية في ظل تزايد انتشار الهواتف الذكية وقدرة الوصول إلى الإنترنت. تسعى استراتيجيات الاتصال بالمتاحف، مثل المعارض والفعاليات العامة والتواصل والتعليم، إلى تقديم تجارب غامرة ثقافيًا. إلا أن وسائل التواصل الاجتماعي تتحدى نماذج الاتصال الراسخة هذه. صحيح أن الدور الاجتماعي للمتاحف قد تغير بشكل كبير خلال العقد الماضي، إلا أن مبادئ الاتصال والتصميم لا تزال تحاول اللحاق بالركب.

مقدمة

لم تعد المتاحف تتبع نموذج القرن التاسع عشر التحكمي لسرد القصص، بل صارت تقدم بدلًا من ذلك تجارب تشاركية ومفتوحة. صارت المتاحف والمواقع التاريخية، حيث يتعرض الزوار لدفق كبير وبشكل متكرر لأشكال التاريخ المتنوعة، تستكشف بشكل مكثف الأساليب الإبداعية للتأثير في مشاعر الزوار وتحفيز ردودهم العاطفية.

يمكن لمواقع الإنترنت الشهيرة التي تستخدم تقنية الواقع الافتراضي الغامر المتقدمة أن تعود بالنفع والفائدة على أعضاء الهيئات التدريسية والطلبة والسياح ووكلاء ومرشدي الرحلات السياحية والمؤرخين على حدٍ سواء. وإن استخدام المتاحف لمثل هذه الأساليب يهدف إلى تعزيز ديمقراطية المعلومات ومشاركتها مع جماهير متعددة وتشجيع التفسير المتنوع لمجموعاتها. ولكن ما هي العناصر الأساسية التي تشكل بنية أسلوب الاتصال والتواصل الجديد هذا؟ ما هي خصائص الزوار الافتراضيين ودوافعهم وكيف يتفاعلون مع المحتوى التراثي؟ هل ينبغي مراقبة هذه الرسائل والانتقاء منها، ومن سيفعل ذلك؟ هل يجب على القيمين التدخل في التدفق الحر والديمقراطي للمعلومات؟

لقد غيرت وسائل التواصل الاجتماعي الطريقة التي تتفاعل بها المتاحف مع زوارها. يمكن للمتاحف الآن توسيع نطاق وصولها عالميًا والتواصل مع أشخاص من خلفيات متنوعة عبر قنوات رقمية مختلفة، بدلًا من اقتصار ذلك على زيارتهم الفعلية للمكان. ويمكن للمتاحف اليوم من خلال صياغة السرديات عبر الإنترنت بإنشاء حوارات، وتقديم رؤى، واستقبال مشاركات الأشخاص الذين قد لا يتمكنون من الحضور شخصيًا للمكان.

صار استخدام منصات التواصل الاجتماعي أمرًا شائعًا لجميع هذه المتاحف في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، حيث تعد وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعالة للوصول إلى نطاق واسع من الجماهير ومشاركة مجموعاتهم ومعارضهم والدخول في حوارات هادفة حول التاريخ والفن والثقافة. كما يمكن للمتاحف عرض مقتنياتها بطرق مميزة ومبتكرة، مما يجذب الذين ربما لم يكونوا مهتمين سابقًا بالتجارب المتحفية التقليدية.

متاحف الصحوة الرقمية: رواد تجربة القرن الحادي والعشرين.

من الملهم حقًا أن نرى حضور متحف

مؤلف



ميرنا القصبي

فنان متعدد التخصصات

ميرنا القصبي فنانة بصرية/ مفاهيمية وصانعة مطبوعات متمرسة، تخرجت من دفعة الفنون الجميلة لعام 2020، وهي حاصلة أيضًا على شهادة ماجستير في الثقافة الرقمية والعلوم الإنسانية من جامعة كوليدج كورك المرموقة عام 2023. عرضت أعمالها الفنية في أكثر من 20 معرضًا، وحصلت على العديد من الجوائز من منظمات مرموقة. يمزج أسلوبها بين تقنيات الفن التقليدي والرقمي، وهي تعيش وفقًا لمقالة جيم فاري: "قد تكون الظروف مواتية، ولكن النتائج قد تكون غير متوقعة"، والذي شكل شعارها الشخصي الذي يوجه عملها الإبداعي

اللوفر أبوظبي الكبير واللافت على منصات التواصل الاجتماعي مثل "انستغرام" ومنصة "إكس" و"فيسبوك"، حيث ينشرون باستمرار صورًا رائعة لمجموعاتهم، وبعض ما يحدث خلف الكواليس، وتحديثات العروض المخطط لها. كما أنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للجولات الافتراضية والفعاليات عبر الإنترنت، مما يسمح للزوار من جميع أنحاء العالم باستكشاف محتويات المتحف عن بعد.

كما استفاد المتحف المصري في القاهرة، وهو من متاحفنا المرموقة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، من وسائل التواصل الاجتماعي لتسليط الضوء على مجموعته الواسعة من القطع الأثرية القديمة، حيث يقوم المتحف بنشر صور ومقاطع فيديو لقطع مميزة مثل ثروات توت عنخ آمون ومومياوات الفراعنة، فضلاً عن تفاعله مع الجماهير الشابة عبر منصات "انستغرام" و"تيك توك" مقدمًا عرضًا للتاريخ بأسلوب تفاعلي وجذاب بصريًا.

وبالطبع لا بد من الإشارة إلى المتحف العربي للفن الحديث في الدوحة، قطر، والمتخصص بالفن العربي الحديث والمعاصر، واستخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي لعرض الأعمال الفنية من مجموعته، وإجراء مقابلات مع الفنانين، والترويج للمعارض والأحداث المخطط لها. كما أن المتحف يعزز الحوارات والمشاركات عبر تنظيم نقاشات افتراضية وجلسات أسئلة وأجوبة مع الفنانين والقيمين، بما يسمح للجماهير بالمشاركة ومعرفة المزيد عن الفن والثقافة العربية.

إنه لمن الرائع فعلاً أن يكون لدينا مثل هذه المجموعة المتنوعة من المتاحف في جميع أنحاء منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، بما في ذلك المتحف الوطني بباردو في تونس، ومركز الملك عبد العزيز الثقافي العالمي في المملكة العربية السعودية، والمتحف الوطني في بيروت، لبنان، ومتحف محمد السادس للفن الحديث والمعاصر في المغرب، ومتحف الأردن في الأردن، حيث تعبر كل واحدة من هذه المؤسسات بكل فخر عن التراث الثقافي الغني لمناطقها وتاريخها. ولولا استخدامها لوسائل التواصل الاجتماعي، وأساليب التسويق الرقمي، والجهود التي تركز على الترويج لما تقدمه، لبقيت هذه المتاحف مخفية لا يعرفها إلا عدد قليل من الأشخاص في منطقتها الجغرافية، وهذا يقودنا إلى خطوة مهمة في إدارة المتاحف الرقمية.

من الانطفاء إلى التألق: فن الترويج للمتاحف

لقد كان التسويق الرقمي مفيدًا جدًا بالنسبة للمتاحف، محدثًا ثورة في كيفية تفاعلنا مع الجماهير، حيث قمنا برحلة هادفة عبر المتاحف، ودمجنا قصصها بشكل أنيق في حياتنا اليومية. فبدلاً من اعتبار جمهورنا مجرد ضيوف، رحبنا بهم كأعضاء مهمين في عائلتنا الممتدة. تستخدم المتاحف في منطقة الشرق الأوسط أسلوبًا إبداعيًا لتعزيز روابط تشبه تلك التي تربط بين الآباء والأمهات وأطفالهم المحبوبين. وبهذه الطريقة لا تقوم المتاحف بتنمية الرعاية والاهتمام فحسب، بل على تنمية شعور عميق بالولاء والانتماء، مما يضمن نمو جمهورنا إلى جانبنا ليكون جزءًا مهمًا من تاريخنا الجماعي.

وبينما تواجه المتاحف العامة حول العالم عمليات إغلاق وقيود بسبب الميزانيات، تقدم منطقة الشرق الأوسط قصة فريدة من نوعها، حيث تتميز متاحفها بتنوعها وتفردها، فتجمع بين التراث المحلي والمكانة العالمية. وإن متحف المستقبل في مدينة دبي هو بمثابة شهادة على التزام دولة الإمارات العربية المتحدة بقيادة المسيرة نحو المستقبل، حيث يعرض المتحف مزيجًا رائعًا من الاستدامة والتقدم التكنولوجي والتصميم المبتكر. وهذه حقبة مهمة بالنسبة لدولة الإمارات العربية المتحدة، والتي تضم نحو 55 متحفًا حكوميًا و115 متحفًا خاصًا، من أبرزها متحف الاتحاد، ومتحف الشارقة للحضارة الإسلامية، ومتحف غوغنهايم الذي طال انتظاره.

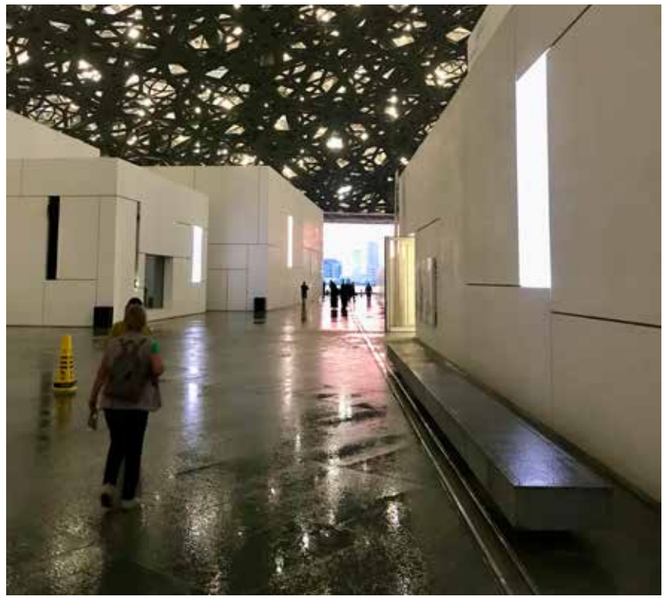
لم يقتصر الأمر على قيام متاحف منطقة الشرق الأوسط بتطبيق التكنولوجيا الرقمية واستخدام المنصات وتبني التسويق الرقمي والتواجد على وسائل التواصل الاجتماعي لإعادة تعريف أسلوب فهمنا للأعمال الفنية والمعروضات في المتاحف، بل ظهرت موجة جديدة من المتاحف الرقمية المخصصة فقط للفن الرقمي، مما ولّد نوعًا من الإثارة والتشويق أخذت بالانتشار. تعرض المعارض الفنية الرقمية في المنطقة أعمال فنانين رقميين معاصرين، كما يوفر مسرح الفن الرقمي في دبي تجربة غامرة لزواره من خلال عرض رموز غير قابلة للاستبدال تعرف باسم "أن أف تي" بشكل مادي بإطارات رقمية. كما يوجد في دبي أيضًا قاعات فنية رقمية إبداعية أخرى، مثل " إنفينيتي دي لوميير"، حيث يمكن للفنانين الذين يعتمدون على التكنولوجيا تقديم أعمالهم بأسلوب يغير من شكل المكان باستخدام أعمال فنية معروفة لكل معرض.

وفي مجرة نجوم المتاحف الجديدة، يتألق متحف "تيم لاب بلا حدود" وجهة الفن الرقمي الرائدة في جدة الذي أنشأته مجموعة "تيم لاب" الفنية، والذي يتميز بأعمال تدفع الحدود التقليدية، وتتحدى التقاليد الفنية من خلال توفير تجربة غامرة تنساب فيها الأعمال الفنية بسلاسة بين الغرف وتتفاعل وتندمج. يرحب المتحف بالزوار في هذا الكون الفني اللامحدود، حيث يمكنهم التجول والاستكشاف والعمل مع محبي فنون آخرين لاكتشاف وإنشاء مجرة جديدة من العجائب الفنية.



متحف المستقبل في دبي

لطالما تطلب النظر إلى النجوم استخدام التلسكوب وتوفر الوقت والجهد والتفكير، وحتى عندما رأينا النجوم وأعجبنا بجمالها، لم نكن يومًا متأكدين مما إذا كنا سوف نلمسها أو نختبرها عن قرب. تمامًا كما المتاحف، التي كانت تتطلب زيارتها في كثير من الأحيان سفرًا طويلًا، بما في ذلك حجزًا لرحلات جوية، والسفر من مكان إلى آخر لمجرد رؤية الأعمال الفنية المفضلة لدينا. لكن مع ظهور نجوم جديدة، أصبح الحلم حقيقة في متاحف منطقة الشرق الأوسط، حيث يمكن للزوار زيارتها افتراضيًا، ويمكن لنا رؤية أحلامنا تتحقق، وأن نتواصل مع نجومنا في أي وقت وفي أي مكان نختاره. صارت الحدود الوحيدة هي عمق أحلامنا التي لا تنضب.



زوار اللوفر أبوظبي

لقد تكشف بالفعل المستقبل المتصور للمتاحف في منطقة الشرق الأوسط، وقد فاق التوقعات وحوّل الخيال إلى حقيقة. أدت التطورات الحديثة في ثقافة المتاحف إلى ظهور مشهد ديناميكي متنوع أبرزه تنفيذ مفاهيم متميزة مثل متاحف البيانات. يعد "متحف الأردن" في العاصمة عمّان رائداً في استخدام معروضات قائمة على البيانات لسرد قصة تاريخ الأردن الغني وتراثه الثقافي. يمكن للزوار التعرف على الاكتشافات الأثرية والتحف التاريخية والكنوز الثقافية من خلال المعارض التفاعلية والحكايات الرقمية الغامرة.

ومع ظهور متاحف الألعاب الإلكترونية، ومتاحف الدمى والألعاب، صار من الممكن للزوار تجربة الإثارة الفريدة التي تنتج من اللعب، وهي وسيلة ثقافية مهمة تستحق الحفاظ عليها والاحتفاء بها.

أما في لبنان، فتضم منطقة بيروت الرقمية المتحف الرقمي للتاريخ اللبناني، وهي مؤسسة مبتكرة تستخدم تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز لإحياء تاريخ البلد. ويوفر المتحف للزوار من خلال تسجيل الوثائق والصور والقطع الأثرية التاريخية، رحلة ديناميكية وفريدة من نوعها عبر تاريخ لبنان الغني وإرثه الثقافي.

لقد أحدثت هذه الأفكار الاستثنائية الجديدة تحولًا جذريًا في تجربة المتحف التقليدية، حيث وفرت للزوار تجارب غامرة وجذابة كسرت الحدود التقليدية. يبدأ فصل جديد في تاريخنا مع كل ضربة من أقلامنا وفراشينا. فنحن في الطليعة، ونشكل مستقبل الفن والثقافة. وإن جهودنا تتجاوز خلق الروائع، بل هي تفتح الأبواب أمام الإبداع اللامحدود والاستثمار في الفنانين الناشئين، مستلهمين من الطاقة الديناميكية للمشهد الفني الجديد. نحن نبني مسارًا يقدر الإبداع والتنوع والقوة التحويلية للتعبير الفني.

كيف يمكننا ضمان الحفاظ على تراثنا؟

إن كنتم قد تساءلتم يومًا عن كيفية قيام المتاحف بأرشفة موادها رقميًا وحماية تاريخنا، فاسمحوا لي أن أجيب على ذلك. تم تصميم مكتبة الشرق الأوسط الرقمية لتسهيل الوصول العالمي إلى مجموعات واسعة من موارد التراث الثقافي من جميع أنحاء العالم. إن المكتبة في الأساس مكتبة افتراضية، تجمع الموارد الرقمية مثل المخطوطات والصور والخرائط والأعمال الفنية والوثائق التاريخية. وهي تشجع من خلال جمعها لهذه القطع الأثرية معًا على البحث والتحقيق وتقدير التراث الثقافي الغني والمتنوع لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

أما توفير قوائم الجرد، وفهرسة القطع وتوثيقها، ورقمنة السجلات، فهو يدعم بشكل مباشر الجهود العالمية لمكافحة النهب والاتجار غير المشروع بممتلكات التراث الثقافي، فضلاً عن التصدي للقوى التي من شأنها أن تنهب ثقافتنا لتمويل الإرهاب وقمع الناس.

تقدم قوائم وسجلات الجرد لأمناء المتاحف والمكتبات معلومات دقيقة عن ممتلكات مؤسساتهم في حالة حدوث خسارة كارثية. وإن الرقمنة في مكتبة الشرق الأوسط الرقمية يجعل السجلات العالمية متاحة بين يدي الشركاء من جهات قانونية. كما توفر الفهرسة بيانات عن المنشأ للمحققين وسوق الفن. ويسمح التوثيق المرئي

والثلاثي الأبعاد بتحديد الأصول المفقودة نتيجة للاتجار غير المشروع. تسهم مكتبة الشرق الأوسط الرقمية على تأمين المجموعات، وتساعد جهات تطبيق القانون الدولية في حماية القطع الأثرية ومنع الاتجار بها بتسهيل عملية التعرف على القطع وتوفير السجلات الخاصة بها، وهو مسعى تعاون فيه فريق في من مجلس موارد المكتبات والمعلومات ومكتبات ستانفورد.

الخاتمة

لقد انطلقت المتاحف في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في رحلة مذهلة عبر العالم الرقمي، تجاوزت فيه حدود الزمان والمكان، وجذبت جمهورًا عالميًا. تبنت هذه المتاحف خططًا مبتكرة عبر الإنترنت، وتحولت إلى رواة قصص رقميين من خلال البث المباشر التفاعلي، والجولات الافتراضية، ومحتوى الوسائط المتعددة.

ليس للابتكار حدود في هذه البيئة الديناميكية، حيث يقدم كل يوم جديد أفكارًا وتكتيكات واستراتيجيات جديدة تغير تجربة المتاحف. إن التحول الرقمي لمتاحف منطقة الشرق الأوسط كان مذهلاً، بدءًا من إنشاء معارض الواقع الافتراضي المبتكرة إلى دمج الذكاء الاصطناعي في الجولات الشخصية. كما أن ظهور متاحف جديدة زاد من إثارة هذه الرحلة، فهذه المراكز الثقافية لا تعرض القطع الأثرية فحسب، بل تدفع أيضًا بحدود الإبداع من خلال إشراك الزوار بطرق جديدة وتحويلهم إلى مشاركين نشطين.

هم ينسجون روايات التراث والهوية التي يتردد صداها في جميع أنحاء العالم، ويربطون بين الأجيال والثقافات بهذا الأسلوب. تحول العالم الرقمي إلى سوق للمعرفة نابض بالحياة، معززًا النقاشات حول التاريخ والفن والثقافة. وتحولت اليوم المشاركة الافتراضية، والتي كانت في يوم من الأيام حلماً إلى حقيقة. وتبنت متاحف المنطقة العصر الرقمي بما ضمن لها الشمولية عبر التجارب الممتعة الغير تلامسية، وتسهيل التعلم، وتنمية الاهتمام والشغف. تنسج وسائل التواصل الاجتماعي نسيجًا يربط القلوب والعقول، ويحتفل بالتنوع وأهمية الحفاظ على التراث. فأينما يلتقي الماضي بالحاضر، تتلاقى الثقافات لصياغة مستقبل مشرق للجميع. ■

المصادر والمراجع

المجلس الدولي للمتاحف (2015). التراث الثقافي الرقمي: المفاهيم والمشاريع والتحديات الناشئة. المصدر: https://icom.museum/en/

باري، آر (2007). إعادة ترميز المتحف: التراث الرقمي وتقنيات التغيير. إدارة المتاحف والتنظيم، العدد 22(4)، الصفحات: 333-348.

بروكتور، أن (2017). معروضات المتحف في العصر الرقمي: تغيير معاني المكان والمجتمع والثقافة. لانهام، ماريلاند: رومان وليتلفيلد.

تشاترجي، أيه، وهمينجز، جي (2012). من الخاص إلى العام: وسائل التواصل الاجتماعي وإعادة تشكيل تواصل المتاحف. إدارة المتاحف والمحافظة عليها، العدد 27 (3)، الصفحات 245-262.

جيبسون، إي (2019). شباب وموهوبون وسود: جيل جديد من الفنانين. بروكلين، نيويورك: داب/تيت.

دورينغ زيد، وريدل إم جي (2019). الواقع الافتراضي والمعزز: الخرافات والحقائق. مدينة أينغدون، المملكة المتحدة: روتليدج.

سيمون، أن (2010). المتحف التشاركي. سانتا كروز، كاليفورنيا: متحف 2.0

قوانين آنا لويزا سانشيز: مواقع المتاحف ووسائل التواصل الاجتماعي لعام 2019، قضايا المشاركة والاستدامة والثقة والتنوع، بقلم إيرين ماير: الخريطة الثقافية 2016، سيلفرمان، ل.: صناعة المعنى لزوار المتاحف في العهد الجديد. كيربتر1995، مصدر المقال

/borderless-what-to-expect-from-jeddahs-new-digital-art-museum/30/05/https://www.thenationalnews.com/arts-culture/art/2022

https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g680023-d7927664-Reviews-Puppet_Toy_Museum-Kashan_Isfahan_Province.html

كافانا، جي (2017). الإبداع الرقمي في المتاحف: استكشاف المشاركة التفاعلية والتجارب السردية. مدينة أينغدون، المملكة المتحدة: روتليدج.

ماري، أو أف (2011). التراث الرقمي وصعود النظرية في حوسبة المتاحف.

ماسومي ب (2002). أمثال للافتراضية: الحركة والتأثر والإحساس. مدينة دورهام، نورث كارولاينا: مطبعة جامعة ديوك.

مايس، أف، وموريجان، جي (2018). وسائل التواصل الاجتماعي وتسويق المتاحف: وساطات جديدة في العصر الرقمي. مجلة تسويق وإدارة المتاحف، العدد 36 (1)، الصفحات: 25-36.

مجلس المكتبات وموارد المعلومات (تاريخ غير محدد). التقرير الفني لمكتبة لشرق الأوسط الرقمية. الصدر: https://www.clir.org/

مكتبة الشرق الأوسط الرقمية (تاريخ غير محدد) حول مكتبة الشرق الأوسط الرقمية. المصدر: https://www.dlme.clir.org/about

مؤسسة سميثسونيان (التاريخ غير محدد). استراتيجية سميثسونيان للمستقبل الرقمي للعام 2017-2022. المصدر: https://www.si.edu/

هيئة الشارقة للمتاحف
Sharjah Museums Authority

المتاحف في الشرق الأوسط

مجلة