

الفصل الثاني كفايات المثقف بالفن أدواره، وأدواته) لقد تناولنا في الفصل السابق التعريف بمجال التثقيف بالفن والتعرف على أهم مكوناته والعلاقات الفاعلة بينها وهي خطوة أساسية في التأسيس لهذا المجال، فوضع تصور مبدئي لما يجب أن يكون عليه التثقيف بالفن يتيح فرص النقاش والبحث في أركانه وفاعليته، وعلاقة محدثاته بالإضافة والحذف والتي تعني التطوير المستمر إلى أن نصل لشكل وتكوين نهائي يضمن تحقيق الهدف منه. مسمى المتخصص للتثقيف بالفن: ويعد تحديد هوية هذا المهني المتخصص ووضع مسمى لمهنته من الأهمية التي تسبق الحديث عن الكفايات وطرق الإعداد خاصة في ضوء تعدد الألقاب التي وجهت للمهني المتخصص في التثقيف بالفن من أخصائي الفنون، والميسر بالفن، ولذا سنحاول وضع هذه المسميات في أماكنها، والتعريف بها، وحدودها، والاختيار الأنسب من بينها ليصبح هناك مسمى متفق عليه ولو في طيات هذا الكتاب، والذي يمكننا من تحديد الأدوار والكفايات في ضوء ما يحمله هذا اللقب. ومن هذه الألقاب ما يلي: 1- أخصائي الفنون: يعد مصطلح أو لقب أخصائي الفنون بما يتضمنه محتواه من اعتماد كلي على الفن في تحديد هوية المشتغل بالتثقيف ما يجعل هناك قصور في توضيح دور المجال فأصبح بعيد بشكل كبير عن ما يمكن أن يحمله الفرد للعمل المجتمعي بأدواره الوقائية والتنموية والتأهيلية السابق ذكرها كما أن التخصص في الفن قد يشمل العديد من خرجي الكليات المتخصصة أدوار وكفايات المثقف بالفن: هناك ثلاث أدوار رئيسية للمثقف بالفن في العمل المجتمعي وهي أدوار متفاعلة ومتتابعة يعتمد نجاح النشاط التثقيفي بالفن المجتمعي في تحقيقها، ونشر التثقيف بالفن مجتمعياً لذا منوط بالمثقف بالفن أن يترس عليها ويحدد أدائها، والخطيطة لتحقيق أهدافها وهي أدوار مرحلية يتحقق انتقال الفرد من مرحلة الأخرى وفق مدى النجاح في القيام بدوه السابق، والمحددات والأدوات التي يحتاجها المثقف بالفن في كل مرحلة وهي: ١- دور المثقف بالفن في التعريف بمجال التثقيف وأدواته الأساسية. ٢- دور المثقف نحو بناء الجماعات الفنية. ٣- دور المثقف القيادي في إطار العمل في مجال التثقيف بالفن. أولاً: دور المثقف في التعريف بمجال التثقيف وأدواته تتنوع مجالات التثقيف بالفن باختلاف المؤسسات المجتمعية التي يوجه إليها برامج التثقيف ونوع العملاء المشاركون في البرامج سواء تدريبية، ترويحية، الخ، كل منها يحقق أغراضاً تختلف من عضو لآخر ومن مكان لآخر، وبخاصة داخل هيكل جماعة، حيث أن المجال مازال غير معروف للمؤسسات والأفراد بالمجتمع ويعتمد نشر المجال على نجاح المثقف في التعريف الصحيح بالمجال وأهدافه وأهميته المجتمعية وقدرته على الإقناع للأفراد ومتخذي القرار داخل المؤسسات المجتمعية بأهمية هذه البرامج في تنمية الأفراد، وهو ما يحتاج إلى الإعداد الجيد للقاء الأول بالعميل (متخذ قرار - مشارك في النشاط) والوعي بأهمية هذا اللقاء واحتياجاته التخطيطية والتنفيذية في ضوء المعلومات التي يجب الحصول عليها من خلال اللقاء والمعلومات المطروحة على الأفراد وأهميتها لاستمرار العمل وحيث إن مجال التثقيف بالفن ما زال لم تتوفر عنه المعلومات التي توضح الملبسات حول أهدافه وأهميته فكان لابد من طرح المفاهيم المتعلقة باللقاء الأول كمدخل أساسي للتعريف بالمجال. ماهية اللقاء الأول: بعد اللقاء الأول أحد أشكال المقابلة والتي تعرف بأنها شكل خاص من الاتصال اللفظي وجها لوجه بين شخصين أو أكثر من خلال علاقة بينهما بهدف تحقيق مهمة محددة ترتبط باهتماماتهم المشتركة كفايات المثقف بالفن (أدواره، وأدواته) ٨٥ كما عرفها روبرت كان على أنها نمط خاص من التفاعل اللفظي تبدأ بأغراض محددة وتركز على المناطق المحددة سلفاً والتي يتم استيفائها R.Kahn بأنها عملية اتصال مزدوجة (في اتجاهين) وذات أغراض متعددة تتضمن C.Stewart وتبادل الرأي بشأنها (١٩). ويعرفها ستيوارت بتبادل السلوك والأسئلة وإجاباتها (٢١). يتم على مرحلتين: 1- لقاء بالمسئول عن المؤسسة عامة والنشاط الفني (إن وجد) التي سيتم بها برامج التثقيف. ٢- لقاء الأعضاء وهو يتم على مرحلتين: لقاء العضو المشارك مع المثقف بالفن. اللقاء مع الجماعة الفنية (إن وجدت). ● يعتمد نجاح اللقاء الأول على تداول المعلومات وعملية التأثير والإقناع والذي يتم وفق التخطيط الجيد له ويتم في ضوء عدة نقاط لابد من تحديدها من البداية وهي: ١- هل اللقاء مرتب من قبل بين المثقف بالفن والعميل أم تلقائي؟ لنجاح الاتصال؟ ما هي الأهداف من اللقاء أو الفائدة العائدة؟ ما هي الاحتياجات الأساسية للعميل ومدى إمكانية برنامج التثقيف في تحقيقها؟ هـ - كيف يمكن التغلب على عناصر التشويش التي تمنع الاتصال في اللقاء (مثل عدم معرفة لغة الصم والبكم مثلاً). ٦- هل اللقاء بفرد مسئول أم عضو مشارك أم بالجماعة؟ كيف يتم تذويب الإحساس بالاغتراب والخوف لدى أطراف اللقاء؟ ما الأدوات التي يمكن الاعتماد عليها في هذا اللقاء؟ ٩- كيف يمكن قياس نجاح هذا اللقاء ومعايير نجاحه؟ ويتوقف اشتراك العملاء وفاعليتهم داخل النشاط على مدى فاعلية هذا اللقاء، وتقليل المعوقات والسلبيات التي تؤثر على مدى اهتمامهم واستجابتهم للانضمام، ٨٦- لذا فإن هذين اللقائين يحتاجان إلى إزالة المعوقات بما يدعم اشتراك الفرد والاستمرارية فيه، ويحتاجا إلى التخطيط الجيد لتحقيق الهدف من اللقاء. 1- اللقاء الأول بمسئولي المؤسسة (متخذ القرار): إن لأي مؤسسة اجتماعية وترويحية

تربوية أو تعليمية. أهدافها الخاصة في تنمية الفرد وأدواره فيها وعلاقتها به والتي تحدد الإطار الذي تعمل فيه الجماعات المختلفة بداخلها، بحيث تساعد على تحقيق هذه الأهداف، وهي في الغالب أهداف عامة تتخذها الجماعات كمرشد لها. وكذلك فإن للمثقف بالفن أهدافه من وراء تكوين الجماعات المتميزة في إطار المؤسسات، والتي تعمل على خدمة الفرد، والتي تتناسب قدراتها ورغباتها للمشاركة في المجال الفني التشكيلي الذي تتخذه هذه الجماعات، وما يتيح من خبرات لها، لذا فإن أهداف المثقف بالفن تكون أكثر تحديدا ووضوحا، ومتطلباتهم التنموية والثقافية والعلاجية، والوسائل الفاعلة لجذبهم والتي تساعد على تحقيق الأهداف. لذا يتضمن اللقاء الأول بمسئولي المؤسسة توضيح الأهداف المشتركة من وراء النشاط الفني، والتأكد من إمكانات المؤسسة ومدى وعيها بأهمية النشاط وقدرتها على معونة المثقف بالفن على تكوين الجماعات، وكذلك يتعرف المثقف بالفن على القوانين المنظمة للعمل والشروط والقواعد التي تضعها المؤسسة لقيام النشاط، كمواعيده ميزانيته مكان ووقت الممارسة، وهي أمور تتنوع بتنوع المؤسسات المجتمعية وأهدافها وعلاقتها بالأعضاء، ومدى انتمائهم لها، وأي برامج التثقيف يمكن ممارستها بها هل هي ترويجية علاجية تثقيفية ويعد مكان اللقاء أو البيئة التي سيتم فيها اللقاء دور مشجع للقيام بعملية الاتصال الناجح، وكذلك يمكن أن تصبح مؤثرة أو موترة للعلاقة، لذا فلا بد للمثقف دراسة المكان وما يتيح من فرص إيجابية لتقليل التوتر، كفايات المثقف بالفن أدواره، وأدواته) ٨٧ المؤسسة وخدماتها ونوعية عملائها أو أعضائها وما الأهداف التي ينشد تحقيقها ومهارة المثقف بالفن في التعامل مع العملاء، يمكن أن يضع سيناريو مقترح للمقابلة بينه وبين الأعضاء والعملاء بالمؤسسة على مختلف مستوياتها ويكون تخطيط هذا اللقاء في ثلاث مراحل نوضحها في الآتي: مرحلة ما قبل اللقاء (مرحلة التخطيط) مرحلة تنفيذ اللقاء مرحلة ما بعد اللقاء شكل (٨) يوضح مراحل اللقاء الأول – مرحلة ما قبل اللقاء (مرحلة التخطيط) تعد هذه المرحلة مرحلة استعداد للقاء وفيها يتم جمع المعلومات حول المؤسسة والعميل وتهدف هذه المرحلة إلى تفهم سلوك العميل – ومعرفة نوعيته ونوعية المسئولين بالمؤسسة المستهدفة وأساليب ومداخل التعامل معهم وجمع المعلومات اللازمة لتخطيط اللقاء والتي تعتمد بشكل أساسي على تنمية مهارة تفهم العملاء المشاركين في النشاط وتلبية احتياجاتهم وكيفية تشخيصها. ومدى خدمة البرنامج الفني لهذه الاحتياجات. وتتناول هذه المرحلة: ١- تحديد معلومات حول سمات المؤسسة وتنظيمها ومن المسئول عنها والإطار التنظيمي لها وتحديد الدور الفعلي والمستقبلي لبرامج التثقيف داخلها. ٢- دراسة مكانه الفن ودوره المناسب لها والأدوات والمهام والأهداف التي تساعد على تقبلهم لهذا الدور داخل المؤسسة. – الاستعداد للقاء وذلك بتحضير قائمة بالأسئلة التي سيتم طرحها، والتدريب عليها. ٤ – تحديد كيفية تعريف المثقف بالفن بنفسه ومهمته ورسالته وأهداف التثقيف بالفن. تجهيز الاحتياجات الأساسية من أوراق أجندات، مفاهيم ونماذج من أعمال المثقف بالفن موافقات خطابات رسمية. أساسيات التثقيف المجتمعي بالفن التشكيلي – دقيقة يكون فيها المثقف أكثر إيجابية حيث تجعل الآخرون يشعرون بالراحة في وجودك لإتمام اللقاء. المثقف بالفن يساعد المثقف بالفن إعداد أدواته للقاء من: التجهيز لأجندة فنية تحمل محتوى من الصور للأعمال الفنية في مختلف مجالات الفن وأنواع البرامج والتي تعمل على تفسير للمفاهيم والمصطلحات الفنية المتخصصة والتي قد تكون عائقا للتواصل فالفن لغة بصرية يصعب على أغلب العامة فهم مصطلحاتها ومفاهيمها شفها. إعداد برنامج مقترح للتثقيف بالفن يحدد فيه الأهداف المشتركة. إعداد ورقة عمل يوضح فيها أهمية تثقيف بالفن لأفراد المؤسسة في ضوء النتائج المتوقعة للفرد والمؤسسة من ربحية وتجديد طاقات الأفراد مثلا توفير النفقة على للدعاية والإعلان من خلال أفكار الأفراد وتصميماتهم وتقليل الضرائب في ضوء الاتفاق على النشاط. عرض نتائج التجارب السابقة للمثقف بالفن في مؤسسات أخرى ان وجد). تحديد متطلبات الاتفاق على النشاط بشكل تقريبي واحتياجاته وعدد الأفراد التي يستوعبهم النشاط. عرض التجارب الأخرى المحلية والعالمية للتثقيف المؤسسي بالفن ونتائجه. استمارات الاشتراك (، والتي يتم استخدامها حيال موافقة المؤسسة على إقامة النشاط. تهدف إلى تطبيق أسس الاتصالات السلوكية وفيه يقوم المثقف بالفن بالتعريف بنفسه والمؤسسة التي يتبع لها كلية التربية الفنية وأهدافه واحتياجاته من المؤسسة المجتمعية والأدوار والخدمات التي يمكن أن يقدمها لأعضاء المؤسسة ويجدر به بالش امتلاك المهارات التالية: ١- مهارة في تقديم النفس والأهداف بشكل محترف الفيال ٢ – مهارة الاتصاات الجيد والملاحظة الذكية. ٤ – الطرق الفعالة لعرض الفكرة. كفايات المثقف بالفن (أدواره، وأدواته) مهارة توجيه الأسئلة. ه – القدرة على مواجهة الاعتراضات والشكاوى بشكل إيجابي. ٦- التفاوض والإقناع وإنهاء المقابلة. – تقديم عقود العمل أو استمارات الاشتراك وأخذ الموافقات الرسمية. ج- مرحلة ما بعد اللقاء: ٨٩ وهي تتعلق باكتساب مهارات ومعارف جديدة تتعلق بكيفية متابعة العملاء وتقييم اللقاء، ومعرفة الإمكانيات الحقيقية للمؤسسة لخدمة النشاط، ومدى استطاعه المثقف بالفن على تحقيق مكاسب للمؤسسة والأفراد (ثقافية – مهارات – مادية

والتأسيس للنشاط من توفير مكان مناسب، خامات، ميزانية، معاونين، خريطة أو برنامج محدد واضح الملامح في جدول زمني محدد. - اللقاء الأول للعميل المشارك في النشاط) هو اللقاء الذي يتم بين العميل (العضو الذي سيشارك في برامج النشاط التثقيفي) والمتقّف بالفن لأول مرة وهو يأخذ منحيتين: المنحى الأول: يبدأ عادة بتوجه من المتقّف بالفن نحو العميل وهو ما نلاحظه في بعض المؤسسات مثل المستشفيات لعلاج السرطان - النفسية) ودور المسنين وغيرها من الأماكن التي لا ينشغل العميل بالاشتراك في النشاط عامة والفني خاصة سواء للجهل بوجود النشاط الفني وأهميته في ضوء عدم الإعلان عن النشاط) أو لانشغاله بحالته الصحية وانغماسه في الأزمة التي يعاني منها. والمنحى الثاني: يتم بتوجه العميل بحثاً عن منافذ للنشاط ولديه الحافز للاشتراك في الأنشطة عامة والفنية خاصة وهو ما نلاحظه في مراكز الفنون والأندية والثقافة الجماهيرية بفروعها وما تتضمنه من بيوت وقصور ثقافية بغرض الاستفسار عن الإعلان عن برامج التثقيف بالمؤسسة، وما تقدمه من خدمات للجماعة وهو عميل يملك الدافعية للاشتراك ويكون الإعلان عن النشاط البداية لجذبه للاشتراك. ٩٢ والإحساس بالاهتمام والتقدير كل ذلك يساعد للحصول على المعلومات الواقعية في أساسيات التثقيف المجتمعي بالفن التشكيلي - أقل وقت ممكن. استيعاب طبيعة وأنواع العملاء (الثرائ المتردّد: . وكيفية تدعيمه للاشتراك لابد للمتقّف بالفن دراسة سابقة لسلوك العميل حيث أن هناك اختلافات جوهرية بين العملاء فالأسلوب المناسب للتعامل مع نوعية من العملاء قد لا يصلح لنوعية أخرى ويمكن تقسيم العملاء إلى: مسئول. ويتم تحليل سلوك العميل بالرد على الأسئلة التالية: أى مرحلة عمرية يمر بها العميل وأهم خصائصها واحتياجاتها؟ ماذا يعرف عن الفن التشكيلي؟ لماذا يشترك في البرنامج الفني؟ متى يمكن أن يشترك؟ كيف يمكن إقناعه بالاشتراك؟ ما مدى تأثير نظام المؤسسة في اختياراته؟ من يدعم فكرة الاشتراك الدكتور) - الأخصائي المعالج - الأم - الأصدقاء - زمين المقربون .؟ فالفرد يتعرض لمجموعة من المؤثرات الخاصة أو الشخصية (الاتجاهات والإدراك والتعلم . وكذلك مؤثرات اجتماعية الأسرة) - جماعة العمل - الأصدقاء القيم الاجتماعية) كذلك مؤثرات بيئية (ظروف اقتصادية - تكنولوجية . بالإضافة إلى أهدافه الخاصة وكل هذه المؤثرات لها فاعلية في تحديد مدى مشاركته وفاعلية داخل النشاط، لذا لا بد من إعداد المتقّف بالفن للتعامل مع مختلف العملاء وبحيث يكون لديه دراية بعلم التسويق عامة والتسويق الثقافي خاصة والقدرة على التعامل مع العملاء على مختلف أنواع شخصياتهم.