

رؤية إعلانية لتصميم الملصق المعاصر قائمة على الصياغات الميتافيزيقية

العنصر البشري

إعداد

ريم مبارك البصمان

باحثة بمرحلة الدكتوراة كلية التربية النوعية جامعة عين شمس

قسم التربية الفنية تخصص تصميم

ملخص البحث :

انطلاقاً من الفكر الميتافيزيقي ومفهوم الميتافيزيكا كبحث في علاقة الفن بالميتافيزيكا في ضوء آراء كبار الفلاسفة الذين تناولوا الفكر الميتافيزيقي في تناول التشكيلي يتجه هذا البحث نحو استحداث الرسالة الإعلانية بصياغة معاصرة لتصميم الملصق المعاصر بصياغات قائمة على توظيف العنصر البشري كأساس لإنشاء العلاقات التصميمية في الملصق الإعلاني. وقد تحددت مشكله البحث في التساؤل الآتي : كيفية توظيف ناتج تحليل الصياغات الميتافيزيقية للعنصر البشري كمنطلق لتحديث تصميم الملصق المعاصر؟ وقد هدف البحث إلى توظيف ناتج الرؤية التحليلية للفكر الميتافيزيقي لصياغة العنصر البشري في ثلاث صياغات هي التشيئ والتركيب غير المنسق والأنسنة في مجال تصميم الملصق المعاصر .

وترتبط أهمية البحث بالتأكيد على دور الفكر الميتافيزيقي عند تناول العنصر البشري كمدخل تصميمي لصياغة الملصق المعاصر وكذلك التأكيد على دور العنصر الإنساني البشري بصيغ ميتافيزيقية في صياغة تصميم الملصق المعاصر بما يتضمنه من جوانب معرفية ورمزية مستوحاه من صياغات العنصر البشري كرؤية بصرية مستحدثة للإعلان وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي من خلال إطارين أحدهما نظري والآخر عملي لتحقيق أهداف البحث وإثبات فروضه وقد ارتبط الإطار النظري بمفهوم الميتافيزيكا ورؤية الخيال والفكر الميتافيزيقي في كتابات الفلاسفة وكذلك تناول الوظائف الجمالية للشكل البشري في الإعلان واشتمل الإطار العملي على دراسة تحليلية لأعمال التصميم التي اعتمدت على الفكر الميتافيزيقي في تناول التشكيلي لها من خلال صياغات التشيئ والتركيب غير المنسق

والأنسنة للوصول إلى نتائج تحليل تنبؤ الرؤية المعاصرة لتصميم الملصق المعاصر القائم على الفكر الميتافيزيقي

وقد خلص البحث إلى عدد من النتائج أهمها : أنه تم استخلاص الصياغات التركيبية للعنصر الإنساني البشري من خلال الخلفية النظرية لآراء الفلاسفة حول الميتافيزيقا ، وأن للعنصر البشري بصياغاته التركيبية المتمثلة في صياغات (التشيؤ - التركيب غير المنسق - الأنسة) أثر في تغير وثور الصياغات التصميمية للرسالة الإعلانية المتمثلة في الملصق الإعلاني .

وقد خلص البحث إلى عدد من التوصيات أهمها التوصية بدراسة الجوانب الفلسفية المرتبطة بصياغة العنصر البشري في الملصق الإعلاني وكذلك الاهتمام بالرؤية الميتافيزيقية كمنطلق يثري الخيال الميتافيزيقي في صياغة الإعلانات المعاصرة وكذلك استثمار المداخل التشكيلية القائمة على الفكر الميتافيزيقي في صياغات الملصق المعاصر .

2022

خاتمة البحث

يعد الملصق الإعلاني أحد أهم أشكال التواصل المجتمعي، وينتجه المصمم وذلك بتحويل المعطيات التي حصل عليها من جانب جهة ما إلى صياغات بصرية تتوافق ومضمون الرسالة الإعلانية داخل نسق تصميمي جمالي.

ويقوم الملصق على عدد من الاعتبارات التصميمية الهامة ولعل أهمها هي الصياغات التصميمية التي تتعلق بأهم المفردات البصرية وهي الجانب البشري.

ويزخر تاريخ الفن والصياغات التصميمية المتعددة بالعديد من الصياغات التي تناولت معالجات شتى لمفردة العنصر البشري الإنساني مروراً بالمدارس الفنية المختلفة التي تناولت صيغ ابتكارية لمعالجة وحدة الشكل داخل الإطار الفلسفي والجمالي لكل اتجاه. وفي هذا الإطار يتناول البحث الحالي المفردة الأساسية وهي العنصر البشري في تصميم الملصق الإعلاني من خلال الأسلوب الميتافيزيقي لصياغة العنصر الإنساني.

"والميتافيزيكا هي فلسفة تدل على دور العقل بطريقة منظمة حول موضوع معين، وهي محاولة تنظيم لأحكام شاملة متعلقة بالفكر الإنساني، بحيث تتوحد هذه الأحكام وتتكامل داخل نظام كلي، كما أنها تبحث في الأسس النهائية لطبيعة وجود الموضوعات في صياغات عضوية تنتمي إلى مجموعة من العلوم الجزئية."^(١٤)

وحيث إن العنصر الإنساني البشري هو أحد أهم نقاط الجذب والأهمية في الملصق وذلك لقدرته على استمالة الجانب العقلي والعاطفي للطبيعة البشرية وعلى ذلك فإن صياغة العنصر الإنساني صياغة ميتافيزيكية تعتبر أحد عوامل جذب الانتباه وإثارة اهتمام المصمم لسلسلة من الأفكار في ذهن المعلن إليهم.

بحيث يرتبط بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالسلعة المعلن عنها. وهو ما ينبغي أن يحققه تصميم الملصق الإعلاني حيث يستحوذ على النصيب الأكبر من اهتمام جمهور المستقبلين. "والصياغات الميتافيزيكية لها القدرة على الجمع بين المألوف واللامألوف في صياغات تصميمية بصرية مستحدثة للعنصر الإنساني البشري وهي تؤدي إلى تغير في أشكال الصياغات

Ray Wnight, 1999: Advertising An Important of Person Education, Hartow, New York, ^(١٤) p.155.

التصميمية الأصلية للعناصر ويتوقف هذا التغير على طبيعة العناصر المضافة والتي تخرج من حيز الواقع إلى نحو يجمع بين الصياغة الواقعية واللاواقعية^(١٥).

ولا شك أن الرؤية الميتافيزيقية تعبر عن حقائق جوهرية للعناصر والأشكال التي يتناولها الفنان المصمم، وليس محاكاة بشكلها الظاهري فقط، وذلك لأن المصمم يحاول تناول الواقع والأحداث في صورة أسمى وأجمل مما هي عليه في الواقع، فالفكر الميتافيزيقي في الإعلان هو رؤية معاصرة دائمة التجدد وهو فكر متفرد في تناول العنصر الإنساني البشري باعتباره جوهر الوجود والحياة، فالمصمم هو ذلك الفنان الذي تتيح له قدرته المعرفية والإبداعية أن يرى وجهاً آخر من حقيقة العالم وله القدرة على توضيح العلاقة بين الأشكال في قالب ميتافيزيقي عند تصميم الإعلان لتحقيق الهدف العام من تصميم ونشر الإعلان.

وعندما يتناول المصمم العنصر البشري داخل الملصق الإعلاني يجد نفسه أمام العديد من القضايا الفنية التي يجب التعامل معها بكثير من الخبرة الفنية والثقافية، لما يحمله هذا العنصر من أسس بنائية له عديد من الإيماءات، وبما يحمله من ثقافات مجتمعية وسلوكه الخاص به وسلوك مجتمعه، فيحتاج ذلك إلى مصمم مدرك وواعي كل الوعي بطبيعة هذا العنصر سواء في شكله أو مضمونه الذي يحتوي على موارثه الثقافي والسلوكي والوجداني عند تناوله في الإعلان ليساعده على توصيل الرسالة الإعلانية التي يستهدف بها المرسل إليه سواء لتغير سلوكه أو لجذبه لأحد المنتجات وغيرها من الأنواع المختلفة، وعند إدراك المصمم لطبيعة العنصر المتداول والمتناول في تلك اللحظة تبدأ عمليات الإبداع التي يضيفها الفنان على عناصره في الإعلان من تراكيب وتفكيك للعناصر وإعادة صياغتها مع صبغتها بفكره الميتافيزيقي في التناول التصميمي.

وانطلاقاً من أهمية العنصر الإنساني في تصميم الملصق الإعلاني بصياغات تشكيلية قائمة على الفكر الميتافيزيقي يتجه البحث الحالي نحو تحليل محتوى عدد من مختارات الإعلانات القائمة على العنصر الإنساني برؤية تصميمية تعتمد على تباين الأبيض والأسود بعيداً عن الدور الهام للعلاقات اللونية وذلك تأكيداً على دور الصياغة التصميمية الأولية لمفردة العنصر الإنساني باستخدام تباين الأبيض والأسود، وتقوم هذه الرؤية التحليلية استناداً إلى آراء

(١٥) عبير عبده حسن، ٢٠٠٣: الميتافورم في الإعلان الحديث، استراتيجية بصرية جديدة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ص ١٩.

الفلاسفة حول علاقة الفن بالميتافيزيقا وخصائصها التشكيلية التي قامت عليها أفكار الاتجاه الميتافيزيقي في تناول العنصر البشري والتي تعتمد على تلخيص العناصر والأشكال من كل المعاني الأصلية الملازمة لها بل قد تصل إلى مرحلة التهجين والدمج بين العناصر وأنسنة الأشكال والنماذج وذلك لاستنباط أهم الخصائص التشكيلية التي ترتبط بوحدة الشكل الإنساني من حيث الشكل والمضمون وكذلك استخلاص أهم الخصائص والسمات التشكيلية التي تعين الفنان المصمم في صياغاته الإعلانية برؤية معاصرة تستند إلى الفكر الميتافيزيقي.

مشكلة البحث

سعيًا نحو رؤية غير نمطية لتصميم الملصق الإعلاني تعتمد على الفكر الميتافيزيقي في التناول التشكيلي لتصميم الملصق الإعلاني فإن مشكلة البحث الحالي تتحدد في التساؤل الآتي:

- كيفية استثمار الصياغات الميتافيزيقية للعنصر البشري برؤية تحليلية لتحديث تصميم الملصق المعاصر؟

فروض البحث

يفترض البحث:

- ١- أن الصياغات الميتافيزيقية للعنصر البشري يمكن أن تمثل منطلقاً هاماً لتحديث تصميم الملصق المعاصر.
- ٢- أن الرؤية التحليلية للإعلانات التي تمثل الرؤية الميتافيزيقية للعنصر البشري يمكن أن تسهم بنتائج تفيد تحديث الرؤية نحو تصميم الملصق المعاصر.

أهداف البحث

١. التوصل إلى مداخل تشكيلية لتصميم الملصق المعاصر قائمة على الصياغات الميتافيزيقية.
٢. توظيف النتائج المترتبة على الصياغات التحليلية للعنصر البشري في أعمال التصميم القائمة على الفكر الميتافيزيقي.

أهمية البحث

- التوصل إلى صياغات تصميمية معاصرة كمنطلق لتحديث تصميم الملصق المعاصر.
- التأكيد على دور الفكر الميتافيزيقي في تناول العنصر الإنساني كمفردة أساسية في تصميم الملصق المعاصر.

– التوصل إلى رؤى بصرية مستحدثة قائمة على العنصر الإنساني.

حدود البحث

يقتصر البحث على:

- تحليل محتوى الإعلانات ذات الصياغات الميتافيزيقية.
- العمليات التركيبية للعنصر الإنساني كفئات للتحليل في الملصق الإعلاني.
- الأعمال الإعلانية المصاغة بالأبيض والأسود.

منهج البحث

اعتمد البحث الحالي على المنهج الوصفي والتحليلي في الإجراءات التطبيقية للبحث من خلال إطارين أساسيين وهما:

١- الإطار النظري

المحور الأول

نظرية الاتصال وعلاقتها بتحليل محتوى الإعلانات ذات الصياغات الميتافيزيقية

هناك علاقة وثيقة بين أسلوب تحليل المحتوى كأداة بحثية أكاديمية ونظرية الاتصال لما لها من تواصل جاد حيث يعتمد تحليل المحتوى لكل من الشكل والمضمون بحيث يدركهما العقل عن طريق الحواس الخمس، وخاصة في مجال الفنون البصرية والبحث الحالي يعتمد في تحليله على الصورة البصرية المصاغة بالأبيض والأسود والتي تدرك حسيّاً وبصريّاً مما يؤكد ما لنظرية الاتصال والتواصل من دور هام في تحليل محتوى الإعلانات في نهاية هذا البحث كتطبيق لأسلوب تحليل المحتوى التصميمي والأركان الرئيسية لنظرية الاتصال هي [المرسل - الرسالة - الوسيلة - المستقبل - رجع الصدى أو رد فعل المتلقي للملصق الإعلاني].

المحور الثاني

الخصائص التشكيلية للتصميمات والعناصر القائمة على الفكر الميتافيزيقي

١ - التهجين كخاصية تشكيلية

التهجين مصطلح يرتبط بعلم الأحياء والوراثة وله ارتباط وثيق بمصطلحات الفن وهو يقوم على إحداث عملية تزاوج بين سلالتين ذات خصائص معينة للحصول على سلالة جديدة أو مكون جديد ذو خصائص أكثر اختلافاً ونفعاً.

ويمكن للمصمم تفعيل تلك الخاصية من خلال تهجين العديد من العناصر في كيان واحد لصياغة مكون جديد وخيالي يتصف بصفات جديدة ويختلف عن الواقع ويحقق أهداف وظيفية تفوق معطيات العنصر الواحد في الواقع وهو ما يمثل إثارة بالغة لخيال الطفل تحديداً وخصوصاً فيما يقدم إليه من مادة تستثير خياله.

٢- التحول أو الاستبدال Metamorphosis كخاصية تشكيلية

ويقصد بالتحول الانتقال من حال إلى حال، أو هو تبدل الشكل وانقلابه إلى شكل آخر، وهذه الخاصية تبنى على مبدأ الإحياء والتجمد والمراد بها هو إحياء الأشكال الجامدة والصلبة ونبث الحياة فيها أو في أحد أجزائها بحيث يصيغ عليه القدرة الذاتية على الإحياء بالحركة داخل العمل الفني.^(١٦)

أ. التحول أو الاستبدال الوظيفي

وهو التغير في الوظيفة المعتادة للأشياء والعناصر وجعلها تؤدي وظائف تخص أشياء أخرى مع بقائها على هيئتها وبذلك يصبح هناك التحول في المفهوم المعتاد الخاص بها وإيجاد دلالات جديدة لها. يبين تحول وظيفة فارة جهاز الكمبيوتر إلى المعنى اللفظي لها وهي فئران تذهب إلى جحورها وهو تحول من جامد إلى حي مستتر.

ب. التحول أو الاستبدال الشكلي

وهو تغير في الشكل مع الاحتفاظ بالوظيفة المطلوبة أو المعتادة للشيء تحول العنصر الغازي إلى عنصر مادي أو جامد تحول دخان السجائر إلى حبل يلف حول رأس المرأة وهو إحدى التصميمات الصحية^(١٧) تحول الساعة الصلبة إلى عجينة لينة كما في لوحة الذاكرة لسلفادور دالي.

ويجد تحول الجامد إلى حي مثل تحول مادة الخشب إلى يد إنسان وتحول البناء الحجري إلى إنسان.

(١٦) صابر محمد عكاشة، ١٩٩٠: مرجع سابق، ص ١٤٦.

(١٧) Long Charles, H., 1971: Ibid, p.69.

ج. التحول الشكلي والوظيفي

وهذا النوع من التحول يجمع بين النوعين السابقين فالعنصر يتحول حذاء أو قميص يربط ثم يتحول إلى وجه طائر ربما يكون وجه بومة ثم يتحول الوجه إلى صخرة أو شكل كروي.

د. التحول إلى زمان ومكان مختلفان

وهو نوع آخر من التحول وهو إيجاد شكل من افتراضه في مكانه أو بيئته التقليدية إلى مكان آخر يناقضه، وهو يوضح وجود الطفل من إحدى البلدان الفقيرة ينام فوق مائدة اجتماع وهذا يتناقض مع الواقع، ويبين استبدال دور الخراف من كون وجودها في المزرعة إلى تحولها في مكان نوم الإنسان وتحلم هي بقيام الإنسان بأدوارها.^(١٨)

٣- الفصل أو العزل أو القطع Separate كخاصية تشكيلية

تقوم هذه الطريقة على عزل أو فصل بعض الأجزاء التشريحية سواء كانت من كائن بشري أو حيواني بغرض التأكيد على فكرة أو معنى معين يصبو إليه الفنان إلى تحقيقها من خلال هذا العزل أو الفصل.^(١٩)

- فصل عضو من كائن حي وتوظيفه بطريقة أخرى في أوضاع وهيئات غريبة جديدة وغير معهودة تتنافى تماماً مع منطقها الشائع المعروفة به أي تخطيها حدود الزمان والمكان. وهو يبين فصل إحدى الأصابع من اليد وتوظيفه كسيجار مع الاحتفاظ بشكله ويوجد في خلفية الشكل خيال اليد والإصبع وبه دخان.

- فصل العضو من الكائن الحي مع بقاءه في نفس صورة العمل الفني.
فصل العضو من الكائن وعزله تماماً خارج حدود صورة العمل الفني.

٤- الإخفاء أو المحو Obliteration كخاصية تشكيلية

وهذه السمة قد يتخذها الفنان للتعبير عن مضمونه الفلسفي ويقصد به إخفاء معالم المفردة الشكلية ومحوها وقد يلجأ الفنان إلى طرق تحقيقها:

- إخفاء ومحو معالم المفردة الشكلية الواحدة.

- إخفاء مفردة شكلية وراء أخرى.

^(١٨) Long Charles, H., 1971: Ibid, p.67.

^(١٩) منار حسان مصطفى، ٢٠٠٣: دور الخيال كمدخل تجريبي في تصميم الملصق المعاصر، رسالة ماجستير، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، ص ٨٧.

– إخفاء الشكل بمساحة لونية واحدة دون تفاصيل.

٥ – المكاشف Uncovered كخاصية تشكيلية

وهي الكشف عن جوهر الجسم لمعرفة ما بداخله أو خلفه وقد يستعين الفنان بهذه الطريقة أو الغاية في العمل الفني كمثير شكلي في اللوحة ويستخدم أسلوبين لها إما شفافية الجسم لمعرفة باطنه أو أسلوب فصل وإزالة جزء من الجسم لكشف ما وراءه.^(٢٠)

٦ – الاختراق أو النفاذ Penetration كخاصية تشكيلية

وهي تعدي لحدود الشيء بالقطع أو التمزيق وقد يلجأ إليها الفنان في اللوحة كإحدى المثيرات الشكلية.

٧ – المبالغة Exaggeration كخاصية تشكيلية

وتعني هذه الكلمة التحميل أو الشحن المبالغ فيه عند تمثيل موضوع ما وقد يستخدمها الفنان في الخروج عن مألوف الشكل للعمل الفني للتأكيد على فكرة العمل الفني وفي أحيان كثيرة تكون هذه الطريقة إما متضخماً أو ضئيلاً أو بمعنى نفسه آخر في حالة تزايد أو نقصان في جزء من الشكل أو الجسم أو الشكل.

٨ – التحريف Obliquity كخاصية تشكيلية

ويقصد به التحريف في نسب الجسم، وهذا يتأكد في دور المرايا كمثيرات بصرية تساعد في إثارة خيال الفنان فيما تحمله الصور التحريفية من غرابة في مظهرها أو تركيبها، وما تعكسه تلك الصور من دلالات وأحاسيس وانفعالات.

وقد يلجأ إليها الفنان لتحقيق الهدف المرجو من صياغة الشكل الخيالي في العمل الفني من إثارة انتباه المتلقي، فتعمل المرايا الأسطوانية والكروية والتموجة على تغيير وتحطيم الرؤية التقليدية للشكل فهي من شأنها أن تتحكم في تنوع الحجم ومستويات السطح وزوايا الانحراف.^(٢١)

وترى الباحثة أن الجوهر الممتد لكل جسم في الكون والذي يتراوح ما بين الطول والعرض والعمق وهو ما يتوافق مع مكونات العنصر الإنساني الأكثر دلالة في العمل الفني وأن الرؤية الميتافيزيقية تسهم بالرؤية غير الواقعية في تحريف وتجريد ومزج وتهجين تلك المكونات لصياغة

Long Charles, H., 1971: Ibid, p.680.^(٢٠)

Long Charles, H., 1971: Ibid, p.699.^(٢١)

رؤية مغايرة للرؤية الواقعية ما يحقق منطق التحديث في الرؤية التصميمية والطباعية للقصة المقدمة إلى الطفل المستهدف من تلك العملية الإبداعية.

المحور الثالث

أ- الحلول التشكيلية لوحدة الشكل القائمة على الفكر الميتافيزيقي

لمفهوم الشكل أهمية قصوى ترتبط بالوجود المادي للعمل الفني، حيث لا يصبح العمل الفني مظهرًا حسيًا قابلاً للإدراك، إلا إذا أخذ شكلاً أو هيئة أو صورة فمن المحتمل إذن أن تأخذ طابعاً كلياً يتسق في ذاته- حتى يمكن لوسائل الإدراك أن تتفاعل معه وكأنما هو موجود طبيعي له وحدته العضوية- اكتفائه الذاتي وحقيقته الفردية المتميزة، للشكل إذن مكونات أساسية ومكونات خالصة أولية، تساعد على تحليل العمل الفني وتأملها كل على حدة، إيقاع الخط حجم الأشكال والضوء والفراغ، والظل ثم اللون، إن هذه المفردات هي العناصر المكونة للعمل الفني، وهي كما هو واضح شديدة التجريد في حد ذاتها، أي أنها تدل على فكرة محددة أو موضوع بعينه، لكنها في ذات الوقت هي الوسيط الذي يستخدمه الفنان، على مر العصور للتعبير عن أحلامه وأفكاره، وقد طوعها لتكوين أداة تعبيرية تنقل مشاعره.

وتتنوع الصياغات التشكيلية لهيئات الشكل استناداً للرؤية الميتافيزيقية، وفيما يلي تصنيف لأنواع الهيئات:

١. الهيئة الطبيعية Natural Shape: مثل الأشجار والأنهار والجبال وما تحتويه الطبيعة من عناصر.
٢. الهيئات المجردة Abstract Shapes: وهي الهيئات الناتجة عن تبسيط الأشياء مع الحفاظ على جوهرها.
٣. الهيئات غير المحددة Non Objective Shapes: وهي الهيئات ولكنها يمكن أن تتواجد في تفاصيل الأشياء.
٤. الهيئات الهندسية Geometric Shapes: مثل المربع، الدائرة، المثلث، المستطيل، وتنتج عن البيئة الصناعية والطبيعية.
٥. الهيئات العضوية: هي التي تتخذ الخطوط فيها قوانين النمو في الطبيعة مثل الأشجار والثمار والبحار والمحيطات والكثبان الرملية.

٦. الهيئات المجمعّة: وفيها يتمّ تجميع عناصر ذات أصول مختلفة ويتمّ مزجها بعناصر أخرى تختلف عنها بهدف الوصول إلى دلالات ومعاني جديدة تساعد المصمم على توضيح رؤيته للشكل، ووصولاً للمضمون عبر هذه الهيئات.^(٢٢)

وتتعدد الحلول التشكيلية القائمة على الفكر الميتافيزيقي وهي كالتالي:

١- التشيؤ Reification

تنقسم الموجودات في العالم إلى (إنسان، حيوان، جماد)، والتشيؤ هو: ما يجعل من الشيء شيئاً بذاته وليس شيئاً بغيره، فهو مجموعة من الصفات تتلاءم وتتحدد مع بعضها ويختص بها الشيء بذاته، فينتج عن اتحادها كيان له شكل وصفات (كالمضدّة أو الكأس أو النفاحة أو الكتاب) وبالتشيؤ يصبح هذا الكيان شيء يختلف عن غيره في الخصائص والصفات ويختلف عن الإنسان وعن الحيوان وعن أي كائن آخر.^(٢٣)

إن السر يكمن في العالم المصور، ولكنه ينفرد بنفسه خلفه "هذه المقولة مطابقة لرأي (دي كيريكو De Chirico) في أن أي شيء ما له وجهان: الوجه الأول هو ذلك الوجه المعتاد الذي نراه نحن دائماً، والذي يراه أي إنسان عادي. والوجه الثاني: هو الجانب الروحي الميتافيزيقي الذي يمكن فقط لقليل من الناس أن يلمحوه في لحظات من الإشراق والتجرد والتخلي عن الإرادة"^(٢٤).

٢- التركيب غير المتسق The Inconsistent Structure

إن اكتشاف وتأسيس عالم جديد من الأشكال والعناصر عالم يتحقق فيه الإيقاع والترابط والتوازن وتكوين علاقات جديدة تحدث إثارة في النفس يترتب عليها إدراك جوهر جديد لم تكن ندركه من قبل، وتركيب الأشكال والأشياء في علاقات غير مألوفة، وتضخيم العناصر بحيث تشغل حيزاً كبيراً من المساحة شيء يثير الدهشة والإثارة في نفس المتلقي ومن جانب آخر فهي من أهم سمات الاتجاه الميتافيزيقي في الفن التشكيلي المعاصر.

^(٢٢) عبير عبده حسن، ٢٠٠٣: الميتافورم في الإعلان الحديث - استراتيجية بصرية جديدة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ص ٣٣.

^(٢٣) برنارد نويل، ٢٠٠١: مارجريت، ترجمة راوية صادق، دار شريكات، الأردن، ص ١١.

^(٢٤) فاروق وهبه الجبالي، ١٩٧٧: الاغتراب في فن التصوير المعاصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان، ص ١٥٣.

فالتركيب غير المتسق للعنصر الإنساني، أهم ما يميزه استحواذ الشكل على أكبر مساحة في التصميم على حساب الفراغ، وهو ما يتوافق مع رؤية الباحثة في البحث عن مداخل تشكيلية لتأسيس عالم جديد ومختلف وغير متسق مع الواقع استناداً لرؤية ميتافيزيقية في الصياغة التصميمية والطباعة لقصة الطفل.

٣- الأنسنة Humanization

ويوضح إضافة صفة الإنسان إلى النبات، ويعني مصطلح الأنسنة Humanization إضافة صفة الإنسان إلى الجماد مثل الكلام والحركة وهي عملية تمثيلية، أو محاكاة للحياة وإضافة وهم للصورة، أو العنصر الثابت أو الجامد وبث الحياة فيها. وتتحقق تلك الأنسنة عند الفنان من خلال الدمج Monster بين العناصر أو التحول والاستبدال Metamorphosis للعنصر الإنساني، فالدمج عملية تزوج بين سلالتين ذات صفات مختلفة للحصول على تركيب جديد لعنصر غير مألوف أخذ صفة الإنسان.^(٢٥)

٤- التحول أو الاستبدال Metamorphosis

وهو الانتقال من حال العنصر الأساسي إلى حال آخر، أو هو تبدل الشكل وانقلابه إلى شكل آخر، وهذه الخاصية قائمة على مبدأ الإحياء والتجميد، المراد بها هو إحياء الأشكال الجامدة أو الصلبة وبث الحياة فيها أو في أحد أجزائها حيث يصبغ عليها القدرة الذاتية على الإحياء بالحركة داخل العمل الفني مثل استبدال الرأس للحصان وإعطائه صفة الإنسان.

ثانياً: الإطار المفاهيمي

تحليل محتوى عينة من الإعلانات ذات الصياغات الميتافيزيقية للعنصر البشري

أ- عناصر التحليل

- أولاً: وصف الإعلان: وفيه يتم وصف العناصر المكونة للإعلان والقائمة على العنصر الإنساني.
- ثانياً: تحديد فئة التحليل المستخدمة: ويقصد بها الصياغة الميتافيزيقية مثل أنسنة العناصر أو تشيؤ العناصر أو التركيب غير المتسق للعناصر القائم عليها الإعلان.

Long Charles, 1971: Ibid, p.69.^(٢٥)

- ثالثاً: تحليل محتوى الشكل والمضمون للإعلان: وفيها يتم تحليل الفئة القائم عليها الشكل والعناصر المكونة للإعلان، كما يتم تحليل المضمون وراء تشكيل العناصر لإظهار المعنى الكامن وراء الأشكال.

ب- تحليل الملصق الإعلاني الأول



شكل (١)

ملصق إعلاني يوضح التركيب غير المتسق
عن www.Grayspase.com/poster

الوصف

يعبر ذلك الإعلان عن المسرح الاجتماعي ويحتوي على شكل حاملة زهور كما يحمل أيضاً شكل سيدة برأس مستبدلة بزهور، على خلفية ذات خطوط رأسية من الأبيض والأسود.

فئة التحليل المستخدمة

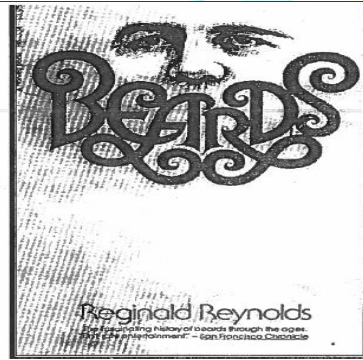
الإعلان يوضح صياغة التركيب غير المتسق للعناصر.

تحليل محتوى الشكل والمضمون

يوضح ذلك الإعلان الفئة الثانية من فئات التحليل وهي التركيب غير المتسق للعناصر، فنجد أن المصمم استخدم العنصر الإنساني بأكثر من شكل باستخدامه ازدواجية الأشكال، وتلك الازدواجية تعتبر لها دلالة ميتافيزيقية عند تصميم الإعلان، فتارة تجد العنصر يمثل جسد سيدة برأس مستبدل بورود، وتارة أخرى تجد العنصر الإنساني يوضح شكل حاملة الزهور، وتعطي هذه الزهور شعوراً بالنمو التلقائي المتزايد وكأنها تود لو تخرج من نطاق الإطار الخارجي للإعلان، وتتضخم على حساب الفراغ وتعني تلك العملية دلالة ميتافيزيقية بأن عنصر الشكل يتسع في الإعلان على حساب الفراغ، كما تعطي الخطوط المستخدمة دلالات مختلفة فالخط الرأسي يعطي

شعور بالهبة والشموخ والاستقرار على نقيض الخطوط المنحنية فتعطي شعور بالرشاقة والنمو في اتجاهات مختلفة، ويعني ذلك أيضاً دلالة ميتافيزيقية أخرى وهي أن المصمم يعطي للعنصر أكثر من شكل، ويجمع بين متناقضات الأشكال حيث جمع بين الخطوط المنحنية والرأسية لما تحمله من معاني مختلفة. ويحمل هذا الإعلان مضمون اجتماعي فأعطاه المصمم المعاني المختلفة خلف الشكل في مضمون رقيق يتضح في الزهور وكأنها تتفجر من داخلها في تلقائية متناهية ومستمرة، فقد لخص المصمم المضمون الاجتماعي في شكل المرأة في الرسالة الإعلانية لما يحمله الخط الرأسي من معاني الثقة والشموخ ولما يحمله الخط المنحني من معاني الرقة والاستمرارية في هذا الوجود، فأكد العنصر في هذا الإعلان على أن الإنسان هو جوهر الحياة الاجتماعية لما يحمله المجتمع من فئات مختلفة وشرائح مجتمعية متناقضة فجاء هذا الإعلان يحمل مضامين المجتمع متمثلة في العنصر الإنساني كجوه للوجود والحياة.

تحليل الملصق الإعلاني الثاني



شكل رقم (٢)

ملصق يوضح صياغة التركيب غير المتسق^(٢٦)
Harcourt, Brace. Jovanovick Inc.

الوصف

إعلان يحتوي على وجه إنساني في أعلى مساحة التصميم، وملامح الوجه غير مكتملة، وجاء باقي الوجه بكلمة طيور Beards، وقد استخدم المصمم الأسود والرمادي، وترك باقي التصميم فارغاً.

فئة التحليل المستخدمة التركيب غير المتسق للعنصر الإنساني.

Walter Herdeg, 1975: Graphics Annual: The International Annual of Advertising and ^(٢٦) Editorial Graphics. The Graphics.

تحليل الشكل والمضمون

اعتمد المصمم على قانون الإغلاق، في إدراك شكل العنصر الإنساني (الوجه)، وذلك من خلال العين والأنف والكلمة الانجليزية Beards، وجاء باقي التصميم فارغاً مما يشعنا بنقيضين؛ وهما: تكوين العنصر في أقصى التصميم، وكأنه يكاد أن ينفذ من حدود الإعلان، والثاني: وهو الفراغ الباقي في التصميم وكأن المصمم تركه عن رغبة. يحمل هذا الإعلان مضمون نفسي لدى المصمم وقد حاول رسم وجه العنصر الإنساني وتكملة باقي الوجه بكلمة طيور Beards، وكأنه أراد بذلك تحليل الشكل في خلفية الإعلان وذلك يوضح البعد النفسي والرغبة في أخذ صفات الطيور، مع إلغاء تفاصيل الفم، فالشكل يعبر عما يراد أن يقال بتجاهل المصمم المتعمد لفراغ المساحة في الإعلان واختزال تفاصيل العنصر الإنساني.

تحليل الملصق الإعلاني الثالث



شكل (٣) (880 × 574) polish
إعلان يوضح صياغة التشيؤ للعنصر الإنساني^(٢٧)

الوصف إعلان قائم على جزء من العنصر الإنساني وهو الرأس مع وجود بعض الصور داخل الرأس.

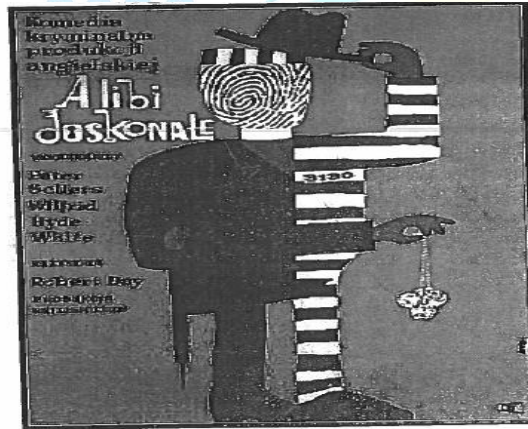
فئة التحليل المستخدمة استخدم المصمم صياغة تشيؤ العناصر.

تحليل محتوى الشكل والمضمون

حاول المصمم في هذا الإعلان استخدام أسلوب التشيؤ للعنصر من خلال تجميعه لعناصر مختلفة يوضح بها شكل الإعلان فاستخدم الخط المنكسر لتحديد شكل الرأس الإنساني بعفوية

وتلقائية مع استخدامه لضربات الفرشاة ليوضح بقية الرأس، وحاول تجميع لصور تمثل الإنسان البدائي واستعان بها في توظيفه للشكل، فالتشويء في هذا الإعلان شهد صوراً فوتوغرافية تمثل أفلاماً توضح حياة الإنسان البدائي، وتوضح أيضاً العنف الإنساني سواء من الطبيعة على الإنسان أو على غيره، واستعان بالخطوط العفوية لتتناسب تعبيره عن الإعلان، فتشهد الخطوط المكملة لرأس العنصر الإنساني المتمثلة في الضربات التلقائية للفرشاة تعبير المصمم عفوية الحدث وتلقائية الشكل لتواكب عفوية وتلقائية الصور التي استعان بها المصمم في إنتاج الإعلان، وتذكرنا بساطة الشكل بأشكال الهنود الحمر، لما يحملونه من صفات قبلية وعفوية وبدائية، ويلاحظ أيضاً تضخم الشكل، استخدم المصمم رأس العنصر الإنساني بما يحمله من مضامين الاستدعاء والتذكر لتاريخ الشعوب باعتبار الإنسان وعاء للثقافة البشرية عبر العصور، فالمضمون الكامن وراء شكل الرأس الإنساني هو مضمون ثقافي وإنساني باعتبار أن الإنسان هو جوهر الثقافة الإنسانية عبر العصور.

تحليل الملصق الإعلاني الرابع



شكل (٤) (200 × 155) polish

ملصق يوضح صياغة التشويء في العنصر الإنساني^(٢٨)

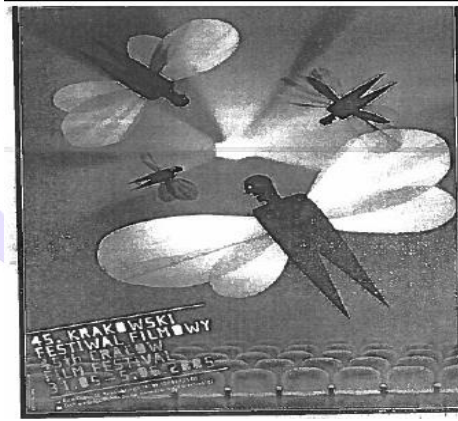
الوصف إعلان يحتوي على عنصر إنساني، يرتدي بدلة وله قبعة ممسك بها، وتم استبدال الوجه ببصمة اليد، حاملاً بيده مبخرة أو أداة ساحرة.

فئة التحليل المستخدمة استخدم المصمم صياغة تشويء العناصر.

تحليل الشكل والمضمون

يذكرنا هذا الشكل بهيئة "شارلي شابلن" هو ممسك بقبعته، وفي شكل كاريكاتيري يظهر في زيه المشهور به، وفي شكل تتضافر العناصر المكونة للعنصر الإنساني، فيظهر فئة التشيؤ من خلالها، تتركب العناصر المختلفة، مكونة للشكل الأساسي المكون للتصميم. يحتوي هذا الإعلان على مضمون ثقافي فني لما يحمله من شخصية عالمية غنية عن التعريف، مثل شخصية شارلي شابلن، وذلك مما شجع المصمم على إلغاء ملامحه واستبدالها ببصمة يد، وكأن هذه البصمة، هي التي تركها "شارلي شابلن" في عالم الفن والثقافة، مما يثير في شكل الإعلان لدى المشاهد الدهشة والتعجب.

تحليل الملصق الإعلاني الخامس



شكل رقم (٥)

ملصق يوضح الأنسنة للعناصر المضافة للعنصر الإنساني^(٢٩)

الوصف يحتوي ذلك الإعلان على العنصر الإنساني في قالب خيالي متمثل في وجوده كفراشات محلقة مع استخدام تكبير وتصغير الشكل.

فئة التحليل المستخدمة استخدم المصمم صياغة الأنسنة.

تحليل محتوى الشكل والمضمون

استخدم المصمم الأنسنة لأشكاله داخل الإعلان متمثلة في أنسنة الفراشات فاستبدل جسم الفراشة بالإنسان مع تكبير وتصغير الشكل الرئيسي في الإعلان وهو العنصر الإنساني الملحق مع استخدامه لدرجات اللون الأزرق في خلفية الإعلان، كما أكد على العمق في الإعلان من خلال تصغير العناصر وتدرج اللون لما يوحي بالتأكيد على عنصر الزمان والمكان، ويعتبر

^(٢٩) www.polishposter.com

استخدام هذين العنصرين أهم الدلالات الميتافيزيقية في تصميم الإعلان، فحاول المصمم تبسيط شكل العنصر الإنساني، وكأنه قصاصة من الورق لنتناسب مع رقة أجنحة الفراشات، وتوحي الأشكال وكأنها تسير في مسارات متجهة لعمق التصميم المتمثل في مصدر الإضاءة الواقع في النصف الأعلى من التصميم كأنها قوى مغناطيسية تجذب العناصر كأنجذاب الفراشات حول النار، بما يوحي بالغرابة وإثارة الدهشة للمشاهد، واستخدم المصمم في عملية الأنسنة من خلال الاستبدال الشكلي للعنصر، وهو استبدال جسم الفراشة بالجسم الإنساني، وهذه العمليات التصميمية تنتج أنسنة العناصر في الإعلان.

اعتمد المصمم على درجات اللون الواحد مستخدماً شفافيات في اللون لتحقيق بعدي الزمان والمكان بحيث يصعب على المشاهد تحديد الوقت والمكان للعناصر. يحمل هذا الإعلان مضمون نفسي وفطري لدى الإنسان، في الشعور بالتحليق وترك الواقع وانجذابه لكل ما هو غريب وغامض، لما يجد ما يتمناه من حرية بمعانيها المختلفة سواء.

تحليل الملصق الإعلاني السادس



شكل رقم (٦) Cover of a catalogue of readers, 1975
ملصق يوضح صياغة الأنسنة^(٣٠)

الوصف

يحتوي الإعلان على شكل طائر البومة، في شكل إنساني يحمل كُتُباً وقد قام المصمم بتحديد الشكل كاملاً، مع إلغاء بعض تفاصيل الوجه.

فئة التحليل المستخدمة

استخدم المصمم صياغة الأنسنة.

^(٣٠) <http://Metaphysics/Multiple Meaning.com..> Access date: 1996.

تحليل الشكل والمضمون

لقد استخدم المصمم خصائص رسوم الأطفال في هذا الإعلان، من تسطيح للشكل وتحديده كاملاً وإلغاء بعض تفاصيل الوجه مع الاهتمام بالجانب الزخرفي في تفاصيل الأجنحة، وأضاف للطائر صفة الإنسانية، في الجزء السفلي للطائر وهي الأقدام. يحمل هذا الإعلان مضمون ثقافي اجتماعي، لما يحمله من العلم كرسبة كامنة في طيات النفس البشرية، وذلك المضمون هو في جوهره يجسد فطرة الإنسان كما فطرها الله على القدرة على التعلم واكتساب المهارات.

نتائج البحث

من خلال الدراسة الوصفية والتحليلية لعينة من الإعلانات ذات الصياغات الميتافيزيقية للعنصر البشري تم التوصل إلى الآتي:

(١) كان لأهداف المدرسة الميتافيزيقية والتي استندت إلى آراء الفلاسفة والنقاد حول علاقة الفن بالميتافيزيقا الأثر في تحديد الصياغات التشكيلية التي تستند إلى الفكر الميتافيزيقي.

(٢) كان للعنصر الإنساني في صياغاته التركيبية المتمثلة في صياغات (التشيؤ، التركيب غير المتسق، الأنسنة) أثر في تغير وإثراء الرسالة الإعلانية.

(٣) لاستخدام أسلوب تحليل المحتوى للشكل والمضمون دور هام في قراءة الرسالة الإعلانية من خلال الملصق الإعلاني.

(٤) استخدام صياغات التشيؤ للعنصر الإنساني البشري، والتركيب غير المتسق للعنصر الإنساني، والأنسنة ساعد في صياغة إعلانات تتميز بالتشويق والإثارة وتوصيل الرسالة الإعلانية.

توصيات البحث

(١) توصي الباحثة بالاهتمام بدراسة الصياغات المختلفة للعنصر الإنساني والتأكيد على العناصر المركبة منه.

(٢) توصي الباحثة بدراسة الجوانب الفلسفية للعنصر البشري لما يعطيه من ثراء فكري وبصري في إنتاج ملصقات معاصرة.

(٣) توصي الباحثة بالاهتمام بالاتجاه الميتافيزيقي في صياغة الإعلانات المعاصرة.

المراجع

- ١- عبير عبده حسن، ٢٠٠٣: الميثاق في الإعلان الحديث، استراتيجية بصرية جديدة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
- ٢- منار حسان مصطفى، ٢٠٠٣: دور الخيال كمدخل تجريبي في تصميم الملصق المعاصر، رسالة ماجستير، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ٣- برنارد نويل، ٢٠٠١: مارجريت، ترجمة راوية صادق، دار شريكات، الأردن.
- ٤- فاروق وهبه الجبالي، ١٩٧٧: الاغتراب في فن التصوير المعاصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان.
- 5- Ray Wnight, 1999: Advertising An Important of Person Education, Hartow, New York, p.155.
- 6- Walter Herdeg, 1975: Graphics Annual: The International Annual of Advertising and Editorial Graphics. The Graphics.
- 7- www.Smashingmagazine.com
- 8- www.polishposter.com
- 9- <http://Metaphysics/Multiple Meaning.com..> Access date: 1996.