جامعة دمشق
كلية الفنون الجميلة
قسم الاتصالات البصرية

صورة المرأة في التصميم الغرافيكي

Woman's Figure in Graphic Design

بحث مقدم إلى قسم الاتصالات البصرية
لنيل درجة الماجستير في الفنون الجميلة

إعداد الطالبة: نور البكدش

بإشراف الدكتورة: سوسن الزعبي

دمشق ٢٠١٥

"الصبر وقود الإتقان"

شكر وتقدير

أقدم الشكر الجزيل إلى جامعة دمشق الصرح العلمي العتيد الذي يقدم إلى طلابه كل مستلزمات البحث العلمي والعناية والرعاية.

وأقدم شكري الجزيل إلى أستاذتي وقدوتي لها مني كل العرفان بما غمرتني به من رعاية وتشجيع الدكتورة سوسن الزعبي جزاها الله عني خيراً.

وأقدم شكري المتَّوج بأسمى آيات التقدير إلى أساتذتي في قسم الاتصالات البصرية:

- **الدكتور عبد الناصر ونوس الذي كان يفيض بعطائه لطلابه ورحابة صدره.**
- **الدكتور أحمد يازجي، الذي يقدم لطلابه كل ما يثري معارفهم ويَشدَّ من أزرهم.**
- **الدكتورة منار حمادي التي تقدم المساعدة والمشورة العلمية، والمتمتعة دائماً بآرائها السديدة والتي غمرتني برعايتها.**
- **الدكتور غسان أبو طرابه بخبرته الواسعة وحبه للجد والمثابرة كان يقدم لي كل العون والتشجيع.**
- **الدكتور إحسان عنتابي الذي أمدني بخبراته الفنية العالية حولَ تجربة الباحثة الإبداعية ومزيداً من التشجيع للوصول إلى نتائج البحث التطبيقية.**

لهم جميعاً ولكل من ساعدني في إنجاز بحثي جزيل شكري متوجاً بباقات المحبة والامتنان.

الباحثة

الإهداء

إلى والدي ووالدتي، القلب الكبير والصدر الحنون... والدي الحبيب تعلمت منه أن الصبر هو طريق النجاح... وأمي التي شدَّتْ من أزري... وأخواتي وأخي الذين وفروا لي المناخ الملائم لإنجاز بحثي لهم كل تقدير... وإلى أستاذتي السيدة الدكتورة سوسن الزعبي التي كانت تمد لي كل العون والتشجيع لها جُلَّ تقديري والتي كنتُ أستمدُّ منها القوة والدعم في تحصيلي هذا... وإلى أساتذتي في قسم الاتصالات البصرية الذين أحاطوني برعايتهم وعنايتهم أتقدم إليهم بالشكر والعرفان.

الباحثة

"مخطط البحث"

جامعة دمشق
كلية الفنون الجميلة
قسم الاتصالات البصرية

صورة المرأة في التصميم الغرافيكي

(Woman's Figure in Graphic Design)

إعداد الطالبة: نور البكدش

مخطط بحث مقدم إلى قسم الاتصالات البصرية

لنيل درجة الماجستير في الفنون الجميلة

بإشراف الدكتورة: سوسن الزعبي

دمشق ٢٠١٥

المقدمة:

يتميز موضوع تمثيل صورة المرأة كعنصر بصري تشكيلي سواء بشكل واقعي أو رمزي أو دلالي في تاريخ الفنون الجميلة وفي الفن الغرافيكي خاصة بقدر كبير من الحساسية لأنه يعكس لنا منظومة الأفكار والقيم الحسية والروحية والعاطفية والفنية والجمالية والتقانية المحكوم بها، لأن هذا الموضوع لا يتوجه كرسالة إبلاغية إلى المطلق وإنما إلى الإنسان والمجتمع.

من هنا تبرز أهمية البحث في موضوع صورة المرأة كعنصر بصري في الفن الغرافيكي الحديث والمعاصر.

وبما أن المرأة هي إحدى القدرات الفنية البصرية التشكيلية المؤثرة والغامضة أحياناً، لما تحمله إلينا من إرث ثقافي وقيم روحية وجمالية اجتماعية وإنسانية راقية مما يستوجب الكشف عنها للوقوف على كيفيات وعوامل تشكلها وتحولها من الفن التشكيلي إلى فن التصميم الغرافيكي. لاستنباط الأسباب العلمية والعملية التقانية والتاريخية والاجتماعية مما يتطلب الاستقصاء والقيام بعمليات التحليل الفني لعينات منتقاة من هذا الفن في الفترة الواقعة في القرن العشرين الماضي.

١ . مشكلة البحث:

إن دور صورة المرأة كعنصر فني بصري تشكيلي في تاريخ الفنون الجميلة وفي الفن الغرافيكي خاصة، هو أحد منابع الإلهام ومصدر طاقة جذب الفنانين المصممين الغرافيكيين وغيرهم لما له من قدرات فنية بصرية تشكيلية غامضة تستوجب الكشف عنها، وهو أيضاً قدرة فنية حملت إلينا إرثاً ثقافياً وقيماً روحية واجتماعية إنسانية راقية تتطلب البحث والاستبصار للوقوف على كيفيات وعوامل تشكلها. ومعرفة مشكلة ودوافع تمثيل هذه الصورة

. تحديد المشكلة:

إن صورة تمثيل المرأة تشكيلياً وفنياً هي بصرية وروحية وتواصل اجتماعي بالمطلق تجذب الفنان والمتلقي، وتعبر عن روح العصر.

في الدراسات السابقة لم يتم البحث عن العوامل التاريخية والاجتماعية، الثقافية، الفلسفية، الفنية، التشكيلية والجمالية التي أظهرت هذه الصورة.

إن هذا يتطلب:

أولاً: البحث والتقصي والكشف لمعرفة العوامل والدوافع المباشرة والغير مباشرة لكيفيات انتقالها كإنموذج (module) من مفاهيم الفنون التشكيلية كالنحت، التصوير الجداري، التصوير، الرسم والحفر إلى مفاهيم (التصميم الغرافيكي الحديث).

ثانياً: معرفة التطور المعاصر لصورة المرأة باستخدام (متعددات العلوم والفنون) (polytechnique) والتقانات المتعددة وأثرها على دور تمثيل هيئات المرأة في الفن الغرافيكي الحديث والمعاصر بأشكاله الحاضرة.

٢ . دراسات سابقة:

إن موضوع المرأة في فن الإعلان والفنون الجميلة يعطي إمكانية كبيرة للبحث والتعمق فيه.

الجديد في البحث: أن مسألة صورة المرأة كعنصر فني بصري في التصميم الغرافيكي نهاية القرن العشرين لم يتم التطرق له من قبل.

دراسات سابقة أجنبية:

١. المرأة وأجهزة الإعلام في الصين، المؤلف ليومي شينغ، جامعة الصين.
Women and the Media in China: An Historical perspective.
٢. التفاعل، النشاطات والنوع (ذكر، أنثى) في الإعلانات التلفزيونية للأطفال (تحليل المضمون) اسم الباحثة، (ميري ستروم لارسون)
Interactions, Activities and Gender in children's television commercials, a content Analysis. Mary storm Larson.

دراسات وبحوث سابقة عن المرأة:

١. الصورة الذهنية للمرأة العربية كما تعكسها مدونتها (دراسة، تحليل مضمون) مجموعة من الباحثات بإشراف الدكتورة دينا عرابي كلية الإعلام . جامعة دمشق.
٢. صورة المرأة في الإعلام العربي، د. أديب خضور، كتاب، المكتبة الإعلامية، دمشق، ١٩٩٧م، ط١.
٣. صورة المرأة كما تعكسها الدراما في الفضائيات العربية وأثرها على(*) إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي، دراسة تحليلية ميدانية مقارنة، د. أشرف جلال حسن، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٤. تجسيد المرأة في النحت السوري المعاصر، رسالة ماجستير، ضرار محمد خليل بإشراف د.سمير رحمة
٥. المرأة المصرية والمجلات النسائية، استخدامات وإشباعات، المجلة المصرية للبحوث دورية فصلية علمية محكمة تصدر عن مركز بحوث (الرأي العام) كلية الإعلام جامعة القاهرة، مجلد٣، عدد(١) يناير، مارس ٢٠٠٢م.

وبناء على ما تقدم فإن جميع هذه البحوث كانت قد تطرقت مواضيعها لمسائل تتعلق بالمرأة كأنموذج إلا أنها لم تتصدى إلى مشكلة هامة لم يكشف النقاب عنها وهي: مسألة كيفيات وعوامل تشكل صورة المرأة في التصميم الغرافيكي منذ النشأة إلى يومنا هذا وأثر تلك الصورة في هذا الفن.

(*) هكذا وردت في المصدر خطأ، الصحيح (في).

٣ – أهمية البحث

* من الناحية العلمية:

يسعى البحث إلى تسليط الضوء للكشف عن النشأة الأولى لفن التصميم الغرافيكي لاستنباط الأسباب العلمية والتاريخية لدور استخدام تمثيل المرأة في الفنون القديمة والحديثة والمعاصرة كعنصر فني بصري تشكيلي.

لقد ساعد التطور التقاني في بدايات النصف الثاني من القرن العشرين في أوروبا واختراع المطبعة لتطوير مفهوم الملصق الإعلاني (كأحد فنون التصميم الغرافيكي، وظهوره جلياً)

(وعرف أول ملصق مطبوع عام ١٤٨٢م الذي نفذه الفنان الفرنسي (جان دوبريه) بمناسبة عيد الغفران الكبير للسيدة العذراء(*)) كما أدى التطور التقاني وفق (متعددات العلوم والفنون) وانتشار الفضائيات والحاسوب وتنوع برامجه واستخدام التقانات المتعددة إلى تنوع واختلاف هذا الدور.

*** من الناحية العملية:**

لقد أدى انتشار الثقافة الأوروبية في كافة الحواضر وانتقالها إلى القارات المجاورة في الدول المستعمرة وتعليم الفنون بشتى اختصاصاتها من فنون تشكيلية وتطبيقية، موسيقى، مسرح، سينما، الملاهي، السيرك والرياضة واستخدام وسائل الاتصال الفضائية والحاسوب والحاجة العملية لإعلان هذه النشاطات الإنسانية كما أدت غزارة المنتجات الصناعية والزراعية إلى الحاجة الماسة لعمليات التبضيع والإعلان والمنافسة.

والتسويق وابتكار قدرات فنية بصرية إغرائية جديدة بدافع المنافسة، مما استوجب تطوراً هائلاً وحثيثاً في مفاهيم الإعلان والتسويق وأشكالها وكيفياتها وانتشارها وتبدلاتها فنياً وتشكيلياً وجمالياً وفق حاجة ومتطلبات السوق محلياً وعالمياً.

٤ . أهداف البحث:

*** أهداف غير مباشرة:**

٤.١/ يهدف البحث الكشف عن المراحل التاريخية التي أخذت به المرأة دوراً أولوياً كعنصر فني بصري تشكيلي في الفنون الجميلة مقارنة بالعناصر الحية الأخرى.

٤.٢/ التعريف بالفنون الإنسانية التي تناولت مواضيعها صورة المرأة جمالياً وتشكيلياً كرمز فني دلالي إبلاغي نحو المتلقي.

*** أهداف مباشرة:**

١. ٤/ إجراء مقارنات بين دور المرأة كقدرة فنية بصرية إغرائية أو كقدرة روحية وجاذبية في مجالات الفنون الجميلية كالنحت، التصوير، الحفر وفن الإعلان والتصميم الغرافيكي.

(*) موسوعة المعارف الكبرى . إعداد نجيم يوسف، وعدد من المختصين. بيروت لبنان . مجلد ١٤، ص١١.

٤.٢/ استبصار عوامل وكيفيات انتقال دور المرأة كقدرة فنية بصرية إغرائية ووجدانية من الفنون التشكيلية إلى فن الإعلان بأشكاله المختلفة للكشف عن هذه العوامل الخفية والغامضة لتحولات هذا الدور.
٤.٣/ معرفة التحولات الطارئة على أشكال التصميم الإعلاني المعاصر باستخدام متعددات العلوم والفنون (polytechnique) والملتيميديا والتقانات المعاصرة المبتكرة.

٥ . أسئلة البحث:

٥.١/ هل هنالك دوافع ونوازع وأهداف اجتماعية اقتصادية أو عقائدية أو فلسفية إنسانية أدت لتغليب استخدام شكل المرأة كعنصر فني على عناصر فنية بصرية أخرى؟
٥.٢/ ما هي أوجه المقارنة بين تمثيل المرأة كعنصر فني بصري مع مفاهيم الفنون التشكيلية ومفاهيم فن التصميم الغرافيكي؟
٥.٣/ كيف تم انتقال دور المرأة كإنموذج (module) من الفنون التشكيلية إلى التصميم الغرافيكي الحديث؟
٥.٤/ ما هي مظاهر هذا الانتقال الفنية والتشكيلية والجمالية والتقانية وكيفياته الحاضرة؟
٥.٥/ هل يجب أن يراعي المصمم الغرافيكي التناسب بين ملامح صورة المرأة في الإعلان والصورة الحقيقية لها؟

٦. مسلمات البحث:

٦.١/ لعبت المرأة دوراً هاماً ومختلفاً في التاريخ البشري وفي البلاد العربية خاصاً وظهرت في فنون ما قبل الميلاد وفي الفن البدائي على هيئة آلهة الخصب أو آلهة عشتار أو الأميرة أو الملكة والقديسة أو المغنية مثل: أورنينا(مُغَنيَّةُ معبد مدينة ماري الأثرية).

٦.٢/ أخذ شكل المرأة في الفنون الجميلة القديمة كالفن الرافدي والمصري وفنون ما قبل التاريخ سحناً اصطلاحية قريبة من التمثيل الواقعي.

٦.٣/ كان لدور تمثيل المرأة قدرة فنية بصرية إغرائية وروحية وفلسفية له من الأهمية في الفنون الإغريقية والرومانية والهلينستية وفي عصر النهضة الإيطالية وما بعدها.

٦.٤/ أدى قيام الثورة الصناعية وتطور المجتمع الأوروبي وظهور الطبقة البرجوازية إلى انتقال دور المرأة في تمثيلها تشكيلياً كقدرة فنية بصرية من مفاهيم الفنون التشكيلية والتطبيقية إلى مفاهيم التصميم الغرافيكي الحديث بأشكاله وأنواعه تبعاً لتطورات العصر.

٦.٥/ استطاعت بعض البلاد العربية ومنها سوريا أن تواكب هذا التطور في تمثيل المرأة في مفاهيم الفنون الجميلة وفي مفاهيم التصميم الغرافيكي بأشكاله المتنوعة خاصة بعد إحداث كلية الفنون الجميلة في جامعة دمشق عام ١٩٦١م.

٧. افتراضات البحث:

٧.١/ يفترض البحث أن البدوءات الأولى لظهور صورة المرأة كمصطلح فني تشكيلي في الفنون الجميلة كان سببه أن بداية التاريخ الإنساني كان مجتمعاً أمومياً في العالم القديم وخاصة في البلاد العربية وبلاد الشام.

٧.٢/ هناك آراء لعديد من الباحثين تنفي وجود (النظام الأمومي) في المجتمعات الإنسانية القديمة، وبالتالي هناك دوافع أخرى دعت إلى تمثيل المرأة كقدرة بصرية تشكيلية في الفنون الإنسانية القديمة.

٧.٣/ لعبت المرأة دوراً هاماً في فنون ما قبل الميلاد خاصة في البلاد العربية وظهرت بأشكال مختلفة.

٧.٤/ إن التبدلات العقائدية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية تاريخياً في أوروبا أثرت في فلسفة دور تمثيل المرأة في الفنون الجميلة كقدرة بصرية.

٧.٥/ كان للتقدم التقاني لظهور المطبعة وبروز المجتمع البرجوازي الأوروبي وظهور النظام الاستعماري واستخدام المصانع وانتشار الثقافة الفكرية والاجتماعية والفلسفية الأوروبية دور في ظواهر ومظاهر تمثيل المرأة كمصطلح فني تشكيلي وانتقاله من مفاهيم الفنون التشكيلية إلى مفاهيم التصميم الغرافيكي الحديث وتطوراته المعاصرة.

٧.٦/ أخذت البلاد العربية ومنها سوريا نصيبها من انتشار التقانات الأوروبية بحكم موقعها الجغرافي وعلاقاتها الإنسانية والاجتماعية والعقائدية بدول شمال حوض البحر المتوسط.

٧.٧/ إن إجراء عمليات تحليل وصفي مقارن بين دوري صورة المرأة في الفنون الجميلة في مفهومي التشكيل الفني والتصميم الغرافيكي اعتماداً على أسس وعناصر التصميم ستفسح المجال للباحث الكشف عن الفروق الكامنة بين مفهومي التشكيل والتصميم.

٨ ـ حدود البحث:

٨. ١/ الحدود البشرية: الامتداد الديموغرافي لشعوب شمال وجنوب وشرق البحر المتوسط.

٨.٢/ الحدود العلمية: الفنون البصرية: الفنون التشكيلية، التصميم الغرافيكي، تاريخ الفن، فلسفة الفن، علوم الفن وتقانات الفن.

٨.٣/ الحدود المكانية: أوروبا وبعض البلاد العربية ومنها سوريا.

٨.٤/ الحدود الزمانية: القرن العشرون.

٩- منهج البحث:

اتباعاً للمناهج العلمية التالية:

٩.١/ المنهج التحليلي الوصفي . المقارن.

١٠ . مصطلحات وتعريفات البحث:

١٠.١/ التعاريف: صورة المرأة، التمثيل، القدرات، الفن، التفكير الفني البصري، التصميم، الغرافيك، التصميم الغرافيكي، العناصر، الأسس.....

١٠.٢/ المصطلحات: مصطلحات فنية ومصطلحات لغوية في فلسفة الفن، تاريخ الفن، علوم الفن، الفن والمجتمع ومصطلحات التربية الفنية.

الفهرس

الفصل الأول

- المقدمة
- المدخل إلى البحث (مدخل أنتربولوجي)
- مظاهر تمثيل المرأة في الفنون البدائية
- أشكال تمثيل المرأة في فنون ما قبل التأريخ (ماقبل الميلاد)
- المرأة كعنصر تشكيلي في فنون عصر النهضة الأوروبية

الفصل الثاني

- أثر التحولات الاجتماعية والتقانية والاقتصادية والسياسية في انتقال صورة المرأة كعنصر بصري من الفن التشكيلي إلى فن التصميم الغرافيكي في أوروبا والبلاد العربية
- دراسة تحليلية فنية مقارنة لعدد من عينات البحث عن عنصر المرأة في الفن التشكيلي وفي التصميم الغرافيكي الحديث

الفصل الثالث

- توصيف أشكال فن الإعلان الحديث (الفنانون المصممون الغرافيكيون الرواد)
- إجراءات تحليلية فنية وصفية مقارنة لنماذج من عينات البحث لفنانين غرافيكيين استخدموا عنصر المرأة
- عوامل تشكل مظاهر عنصر المرأة في التصميم الغرافيكي المعاصر
- نتائج البحث
- توصيات البحث
- تجربة الباحث (العمل الإبداعي)
- ملخص البحث باللغتين العربية والأجنبية

ملحقات البحث

- الملحق الأول: الرسوم، الأشكال، الصور
- الملحق الثاني: الجداول البيانية الإحصائية، الأعلام، التواريخ، الفهارس

فهرس المحتويات

	الموضوع	رقم الصفحة
	الفصل الأول	
	المقدمة	2
	المدخل إلى البحث: المبحث الأول	8
	تمهيد	
	▪ مفهوم الصورة في اللغات البصرية وأسس الاتصال الإنساني والاجتماعي: • تلاشي الصورة في الفنون القديمة.(ماقبل الميلاد) • أشكال الصورة في الفنون القديمة. • أهمية تشكل الصورة الفنية ومؤثراتها في العملية الإبداعية في المؤلف الفني. • المؤثرات في الصورة الفنية.	
	▪ النشأة الأولى للصورة في الفنون الجميلة : • الصورة في اللغة العربية.	
أولاً: **ثانياً:**	▪ عوامل تشكل صورة المرأة في العمل الفني : • التخيل الذكوري في إنموذج المرأة • مظاهر وأشكال صورة المرأة. • صورة المرأة في اللغة والأدب العربي.	

ثالثاً:	▪ صورة المرأة الاجتماعية والتاريخية: • العصر الأمومي. • المرأة وخصوبة الأرض. • مظاهر نشوء إلوهية المرأة.	
رابعاً: **خامساً:**	▪ تطور الصورة الأنثوية للمرأة في الفنون ما بعد البدائية شرق البحر الأبيض المتوسط: • نشأة التعبير الغرافيكي في الفن البدائي. • الدلالات الغرافيكية في الأشكال الأبجدية للصورة التمثيلية شرق وشمال وجنوب البحر الأبيض المتوسط.	
المبحث الثاني		**37**
	▪ مظاهر وأشكال تمثيل صورة المرأة في الفنون القديمة: (قبل الميلاد) • الغرافيك في بلاد ما بين النهرين. • المرأة الآشورية، المرأة الحضرية، صورة المرأة في مصر القديمة. • صورة المرأة الإغريقية، المرأة الرومانية. • صورة المرأة في المجتمع السوري القديم.	
المبحث الثالث		**58**
	▪ صورة المرأة والنظريات القديمة (نظرية محاكاة الجوهر)	
	▪ مظاهر صورة المرأة كعنصر تشكيلي في فنون عصر النهضة الأوروبية: • بيرو دولا فرانشيسكا • ليوناردو دافنشي • رفائيلو سانزيو. • أنجيلوكوزيمو.	
	▪ صورة المرأة في أوروبا في القرن السادس عشر: (مابعد عصر النهضة) • المرأة في أعمال الفنان پوسان. • المرأة في أعمال فيرمير.	

69	المبحث الرابع	
	▪ معايير تطور صورة المرأة في وانتقالها من الفنون التشكيلية الحديثة إلى فن الإعلان الجداري postar	
	▪ أثر الفنانين الانطباعيين في البناء التشكيلي الحديث لصورة المرأة في فن الإعلان الجداري ملصق Postar في أوروبا: • صورة المرأة عند إدغار دوغا. • دوغا ومفاهيم جديدة لشكل صورة المرأة. • رؤية متفردة لصورة المرأة في أعمال پول سيزان. • نساء تاهيتي وأثرهن في لوحات الفنان پول غوغان. • حركة الأرت نوفوArt Nouveaux (غوستاف كليمت G.CLimte)	
	▪ التحولات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والسياسية في أوروبا وأثرها على تشكيل صورة المرأة: • المفاهيم الاجتماعية والنفسية والمهنية عن المرأة في القرن العشرين. • مفهوم الإعلان وأثره على صورة المرأة. • المعيار الغرافيكي والبسيكولوجي لفن الإعلان وصورة المرأة. • المعايير الجمالية والبسيكولوجية لوجه المرأة في أنماط الإعلان (البورتريه– البورتاي). • أهمية البورترية لنمط إعلاني حديث. • النظرة الحديثة للمعيار الجمالي لصورة المرأة . • دور الإضاءة وأساليبها في الشكل الفني لصورة المرأة في الإعلان الفوتوغرافي(البورتريه). • معيارية جمال المرأة.	

	الفصل الثاني	
	المبحث الأول	**129**
	▪ التطور التقاني وأثره على التصميم الغرافيكي الأوروبي: • ابتكار الطباعة الممكننة. • جوهانز جوتنبرج. • ظهور فن الإعلان الصحفي في فرنسا. • ظهور الإعلان الصحفي في ألمانيا. • ظهور فن الإعلان الصحفي في انكلترا. ▪ ظهور صناعة الورق وانتشاره في أوروبا. ▪ عوامل تطور فن الإعلان المعاصر: • ابتكار الحاسوب، الكومبيوتر Computer وظهور عالم الانترنت. ▪ فن الإعلان ونظرية الاتصالات والعوامل التقانية المعاصرة.	
	المبحث الثاني	**146**
	• الفنانون الطليعيون: • نماذج لأساليب جديدة لفنانين مهدوا لأساليب محدثة في انتقال صورة المرأة من الفن التشكيلي إلى فن الإعلان. • تمهيد: • ظهور صورة المرأة في أعمال بعض الغرافيكيين المعاصرين.	
	المبحث الثالث	**171**
	▪ أثر النظريات والمصطلحات الفنية الحديثة على انتقال صورة المرأة إلى مفاهيم التصميم الغرافيكي المعاصر: • النظرية التفاعلية. • النظرية البيئية. • نظرية التفكير. • نظرية التفكير الابتكاري وفن الإعلان البيعي.	

	المبحث الرابع	183
	▪ المرأة في التفكير الاصطلاحي للإعلان المعاصر: • مصطلح الحدوثية في الفن. • مصطلح الشكلية. • مصطلح المفاهيمية. • المرأة في أعمال بعض الفنانين الغرافيكيين المعاصرين جنوب، شرق المتوسط و أوروبا. ▪ صورة المرأة في أنماط الإعلان الأوروبي في القرن العشرين: • المرأة والثورة التقانية المعاصرة في صناعة المعلومة الإعلانية. • المرأة وفن الإعلان (الشراء لوجيا)، بسيكولوجيا الشراء. • المرأة في أشكال الاتصال المعاصر. المرأة والحملة الإعلانية	

الفصل الثالث		
214	**المبحث الأول**	
	▪ المرأة في بعض أعمال الفنانين الغرافيكيين الأوروبيين : • نشأة فن الإعلان Postar في أوروبا. • المرأة في مصممات جول شيريه. • المصمم الإنكليزي أوبري بيروسلي. ▪ المرأة والتصميم الغرافيكي في مجال الصحافة: • الرسوم التوضيحية في بعض البلاد العربية. • المرأة ورسوم الكاريكاتيور. • التقانات الرقمية وأثرها في التصميم الغرافيكي. • المرأة والألعاب الرقمية. • صورة المرأة في التصميم الغرافيكي للطوابع اللوغو.	
236	**المبحث الثاني**	
	▪ المرأة في أنماط الإعلان و الصحافة والسينما، والتلفزة شرق، جنوب المتوسط: • الإعلام والاتصال وأثرهما فى صورة المرآة شرق وجنوب المتوسط. • مظاهر تشكل صورة المرأة في الفن الغرافيكي المصري في القرن العشرين. ▪ تحليل فني وجمالي لبعض عينات البحث: • صورة المرأة في التخيل الأنثوي للفنانات الغرافيكيات المصريات. ▪ تحليل فني وجمالي لبعض عينات البحث: • صورة المرأة في الفن المغربي. • صورة المرأة في أعمال الفنان التونسي يحيى التركي ١٩٠١-١٩٦٩م. • صورة المرأة في فن السينما السورية في النصف الثاني. • المرأة في وسائل الإعلام السورية من القرن العشرين. • المرأة فى أعمال بعض المصممين الغرافيكيين السوريين. ▪ تحليل فني وجمالي لبعض عينات البحث.	

287	**المبحث الثالث**	
	▪ مظاهر صورة المرأة في فن الإعلان المعاصر: • المرأة بين الحقيقة والصورة والجوهر في الإعلان المعاصر. • الصورة الغرافيكية للمرأة • فن الإعلان بالأمشق (المانيكان) Manikane • النسب الجمالية لشكل المرأة المانيكان. • صورة المرأة في الإعلام المعاصر ▪ المرأة في التصميم الغرافيكي بين الفكرة والصورة والنظرية.	
305	**المبحث الرابع**	
	▪ مظاهر المرأة في أنماط التعبير في التصميم الغرافيكي المعاصر: • مفهوم الصورة التوضيحية في الغرافيك الأوروبي. ▪ تطور الصورة الغرافيكية في أوروبا، القرن التاسع عشر. • الصورة الغرافيكية الداجيرية. • المرأة في أنماط التعبير الغرافيكي الحديث والمعاصر. • وظائف الصورة في فن الإعلان الحديث.	
	▪ المرأة وفن الإعلان بالرسوم المتحركة: • دور صورة المرأة في فن الإعلانات في الصحف والمجلاَّتْ والسينما. • تصميم الإعلانات وعروض الأزياء. • صورة المرأة والتعبير الغرافيكي المعاصر. • صورة المرأة في التصميم الغرافيكي للنقود الورقية. • صورة المراة وفن الكاريكاتيور.	
334	**المبحث الخامس**	
	▪ عوامل تشكل مظاهر عنصر المرأة في التصميم الغرافيكي: • ظهور الجماعات والاتجاهات الفنية. • التطور التقاني والعلمي. • ظهور البدوءات الأولى للرسوم المتحركة. • صورة المرأة في الملصق الجداري الأوروبي الحديث والمعاصر. • صورة المرأة في الفن الغرافيتي	

	المبحث السادس	**348**
	▪ دراسات تحليلية فنية وجمالية لبعض عينات فن الغرافيك الأوروبي المعاصر.	
	▪ تجربة الباحث الإبداعية..	**363**
	▪ نتائج البحث.	**379**
	▪ توصيات البحث.	**382**
	▪ ملحقات البحث.	**383**
	• فهرس الأعلام.	**384**
	▪ فهرس التواريخ.	**388**
	▪ فهرس المصطلحات الفنية.	**390**
	▪ مراجع البحث: • المراجع العربية. • المراجع الأجنبية المترجمة. • المراجع الأجنبية.	**394**
	▪ ملخص البحث.	**398**

الفصل الأول

- **المقدمة**
- **المبحث الأول: المدخل إلى البحث (مدخل أنتربولوجي)**
- **المبحث الثاني: مظاهر أشكال تمثيل المرأة في الفنون القديمة**
- **المبحث الثالث: صورة المرأة والنظريات القديمة في الفنون الجميلة (نظرية محاكاة الجوهر)**
- **المبحث الرابع: معايير تطور صورة المرأة وانتقالها من الفنون التشكيلية الحديثة إلى فن الإعلان الجداري postar**

المقدمة:

يتميز موضوع تمثيل صورة المرأة كعنصر بصري تشكيلي سواء بشكل واقعي أو رمزي أو دلالي في تاريخ الفنون الجميلة وفي الفن الغرافيكي خاصةً بقدر كبير من الحساسية لأنه يعكس لنا منظومة الأفكار والقيم الحسية والروحية والعاطفية والفنية والجمالية والتقانية المحكوم بها. لأن هذا الموضوع لا يتوجه كرسالة إبلاغية إلى المطلق وإنما إلى الإنسان والمجتمع.

من هنا تبرز أهمية البحث في موضوع صورة المرأة كعنصر بصري في الفن الغرافيكي الحديث والمعاصر.

وبما أن المرأة هي إحدى القدرات الفنية البصرية التشكيلية المؤثرة والغامضة أحيانًا، لما تحمله من إرث ثقافي وقيم روحية وجمالية اجتماعية وإنسانية راقية مما يستوجب الكشف عنها للوقوف على كيفيات وعوامل تشكلها وتحولها من الفن التشكيلي إلى فن التصميم الغرافيكي، لاستنباط الأسباب العلمية والعملية التقانية والتاريخية والاجتماعية لذا يتطلب الاستقصاء والقيام بعمليات التحليل الفني لعينات مقصودة purposive sampls من هذا الفن في الفترة الزمنية الواقعة في القرن العشرين الماضي.

وبما أن فن التصميم الغرافيكي كأحد أطياف الفنون الجميلة يشغل مركزًا نوعيًّا في الثقافة الفنية ما يطرح الدور الهام لذلك الفن والاهتمام المتزايد به. مما أدى إلى تعدد أشكاله واتجاهاته لذا يستدعي البحث في مجالاته المنوعة، لأن الدراسة العلمية للفنون الجميلة في عصورها المختلفة سوف تفسح المجال لتطويره وإدراك ومعرفة مفاهيمه الخاصة به.

وإن النظريات العلمية والفلسفية التي تولدت نتيجةً لتعميم الأبحاث والدراسات في تاريخ الفن وعلم الجمال والنقد الفني، وتقانات وعلوم الفن جاءت بوجهات نظرٍ مختلفة لعديد من الباحثين والدارسين والنقاد والفلاسفة حول الفن في تطبيق "المنهجية العلمية" الخاصة بالفن الغرافيكي اعتمادًا على الأسس العلمية كمادة تصلح للبحث والدراسة المنتظمة لهذا الميدان لتحصيل معارف جديدة في هذا الاختصاص الذي يتناول غالبًا موضوع المرأة.

ويعتبر إدراك العالم الموضوعي لصورة المرأة ومعرفته لظواهرها وأشكالها في المجتمع أحد الأهداف الهامة للمجتمع الإنساني. وهذا ما يوقع جانباً من تفسير تلك الصورة على هذه الدراسة البحثية.

كما أن هذا البحث ربما يساعد في تحديد الفروق بين مفهومي (الفن) و(الإبداع الفني) الذي يعكس ذوق المصمم الغرافيكي ومُثُلَهُ وتصوراته، وكذلك المبادئ والطرائق الفنية التي يستخدمها لإظهار تلك الصورة، في مؤلفاته الفنية وتصميماته الإبداعية منذ النشأة الأولى لهذا الفن.

إن إضفاء الصفة التنظيمية على صلب مخطط البحث من بداياته إلى نتائجه سوف يتطلب مزيدًا من الاحتياجات التطبيقية لتفسير طرائق الإبداع الفني في المؤلف الغرافيكي.

ويتم ذلك بمتابعة ما توصل إليه العلم والتكنولوجيا من تطبيقات لدى العديد من الدول المهتمة في هذا النوع من الفن. وخاصة في بلد منشأ هذا الفن في شمال البحر المتوسط (أوروبا) EUROPE حيث انتقل إلى سائر الشعوب والبلدان مرورًا بشرق وجنوب البحر الأبيض المتوسط، كما أضفى عصرنا الحالي الذي تنوعت فيه المؤلفات الغرافيكية صيغ الاتجاهات والأنواع لضروب الفن ككل.

وبما أن صورة المرأة تُعَدُّ أنموذجاً في أشكال التصميم الغرافيكي فهي موضوع مُعَدّ للبحث والدراسة ربما يؤدي إلى استنتاج مفاده: أن (المؤلَّفْ الفني الإبداعي) ما هو إلا نوع من التزاوج الشرعي بين (موضوع) هذا البحث (ووسائطه) بين (الفكرة) و(الشكل)، مثال ذلك: التزاوج بين اللّون والرموز اللونية، والدلالات والمضامين، وكذلك التزاوج بين منطقي التشكيل والتصميم، ومعرفة أسباب استقلاليتهما وكذلك بين منطقي التصميم بالخطوط والمساحات والدلالات التعبيرية لها، كالخطوط الأفقية التي تمثل الهدوء والاستقرار كما هو الحال في حركة أمواج البحر في حالتي المَدّوالجَزر، فماء البحر الراكد قد يُعبر عنه بخطوط أفقية لارتهانه لحالات القمر، والخطوط العمودية هي تعبر عن التسامي والصعود إلى أعلى أي (الأنا الراقيه) التي تكمن في خَلَدِ الفنان، أما الخطوط المائلة في التصميم قد تعبر أحيانًا التهاوي والسقوط والرهبة والدهشة أو لأنها ربما هي دليل على الأنانية.

إن معرفة (معنى الصورة) في الفن قد تأتي استنتاجًا لعديد من النظريات في الفنون الجميلة وليس مقدمةً لها، كما أن تناول تلك المشكلة في التصميم الغرافيكي ربما هي نوع من النداء الداخلي لاستشراف مشاعرنا الإنسانية نحو المرأة عامةً أو نوع من العوز الروحي لمجتمعنا الإنساني للإطلاع على مكامن تلك الصورة الغامضة. كي تظهر بكل تجلياتها منذ البدوءات الأولى للخلق إلى يومنا هذا.

وبما أن الفن بأطيافه المختلفة هو قضيةٌ جدلية وأحد العلوم التجريبية أدواته الأحاسيس الوجدانية البصرية بقوالب مادية وبطانةٍ روحية، يوجب على الباحثة استجلاء صورة المرأة كقضية شائكة وبيان أثرها وتأثيرها على المجتمع الأنثوي والذكوري على حدٍ سواء في أشكال يتم تمثيلها في التصميم.

لأنها تدخل في هذا النوع من الفن كعنصرٍ أساسي أو إنموذجاً Module مشيدًا على حقائق جديدة ومبتكرة أو أنه يطرح مسائل ذات أبعاد مادية أو معنوية في حالاتها المثالية أو الواقعية أو الراقية أو الهابطة.

فالواقع الموضوعي لتلك الصورة هو يأتي من (جوهر الوعي) البشري فهو الذي يُصنِّعُها ماديًّا أو مثاليًّا أو رُقيًّا، مما يحدد للباحث "الهدف المباشر" لتلك الدراسة البحثية.

وذلك في حالتين:

الحالة الأولى: محاولة البحث الوصول إلى الإدراك الفني لتلك الصورة La perception artisitque. في الفنون الجميلة.

الحالة الثانية: علم المعرفة La phynomonology لتحولات تلك الصورة التي تأتي نتيجةً للتفكير البصري للفنان والمصمم لأن إدراك ومعرفة الفنان المصمم لمواضيع تصاميمه مثاليًا أو حطةً وهبوطًا هي جزء من الحياة البشرية ومشاعر الأحياء وأحاسيسهم ومعاناتهم وأمزجتهم وخاصة "الحالة الأنثوية" التي أثارت وتثير منظِّري الفن وعلم الجمال منذ القديم إلى يومنا هذا.

"فمثلاً وصف (كاليسترات) في حينه تمثال (واكخانكا) على الشكل التالي: "لقد أبدع الفنان سكوباس تمثال واكخانكا) من المرمر وقد بدا حيًّا، فالحجر هو بذاته قد ظل حجرًا إلا أنة قد بدا وكأنه قد خرق القوانين المرتبطة بطبيعته الميتة، فهذا الحجر القاسي من حيث طبيعته قد أصبح هو نفسه كما لو كان ناعمًا طريًّا ينقل لنا (صورة أنثوية مقلدًا اللطف الأنثوي... وقد كان واضحًا جليًّا وجه واكخانكا الوجه الرائع علمًا أن الحجر لا يتسم بسمة الوجد والنشوة الروحية)[1]."

مما يظهر اهتمام المفكرين والفلاسفة القدامى بأنثوية المرأة في الفنون القديمة كالفن الرافدي والفينيقي والمصري والإغريقي والروماني.

وكذلك في الفن الحضري والتدمري أخذت صورة المرأة أحيانًا سحنًا اصطلاحية واقعية La realisme أو قريبة من الواقع Prés figuratife. رغم أن تلك الشعوب تعتمد على سيطرة المجتمع الذكوري لأنها في صراعاتها على البقاء تعتمد على القوة العضلية التي يتمتع بها الذكور دون النساء. رغم ما تركت لنا تلك الأمم من عندياتها ما يثبت فنيًّا مكانة المرأة، الملكة، الأميرة أو الآلهة...

إلا أن هذا امتد تأثيره كقدرة فنية بصرية جمالية وروحية وفلسفية إلى فنون عصر النهضة الأوروبية. وانتقل إلى فنون الأمم المجاورة والبعيدة في مطلع القرن العشرين كما أدى قيام الثورة الصناعية وتطور المجتمع الأوروبي وظهور الطبقات الاجتماعية البورجوازية من أصحاب المعامل والمصانع وكبار التجار إضافةً إلى ظهور البورجوازية الصغيرة وإلى انتقال المرأة المنتمية إلى هذه الطبقة الاجتماعية. مما أثّر على أشكال تمثيلها في التصميمات الفنية تشكيليًّا، وظهور النزعة الفردية في مظاهر التعبير الفني وتوليد مفاهيم فنية جديدة.

في هذا الفصل الهام من تطور المجتمع الأوروبي تم الانتقال من مفاهيم الفن التشكيلي إلى مفاهيم تصميم

---

(١) يولدا شيف لوكال، قضايا البحث الفلسفية في الفن، ترجمة زياد الملا، دار دمشق للنشر والطباعة، ١٤٠١هـ ١٩٨٤م، ص٢١.

الملصق ومن ثم إلى أشكال التصميم الغرافيكي في القرن العشرين وإلى يومنا هذا. أما شرق وجنوب البحر الأبيض المتوسط كان في عداد المستعمرات الأوروبية لبعض الدول التي نقلت إلى مجتمعات تلك الفضاءات الجغرافية المستعمرة العادات والتقاليد والثقافة الأوروبية وكذلك الأنظمة الاجتماعية والسياسية الأوروبية بعد انتزاعها من الدولة العثمانية.

وكان شرق وجنوب البحر الأبيض المتوسط الأكثر تأثرًا وتأثيرًا في تطور الحركة الفنية الأوروبية الحديثة منذ النصف الثاني للقرن التاسع عشر إلى نهاية القرن العشرين دخولاً إلى القرن الواحد والعشرين.

وخاصة بعد تأسيس كلية الفنون الجميلة في مصر عام ١٩٣٦ وكلية الفنون الجميلة في بغداد عام ١٩٥٠ وكلية الفنون الجميلة في دمشق عام ١٩٦١ وإنشاء المدارس الفنية العالية في كل من لبنان وبلاد المغرب العربي.

وظهور الحركات الفنية فيها وتأثرها بمفاهيم الفن الحديث الأوروبي إذ بدت صورة المرأة ظاهرة في أعمال العديد من الفنانين والمصممين الغرافيكيين.

كما أن التحولات الطارئة في أشكال التصاميم الإعلانية الحديثة والمعاصرة باستخدام تقانات الحاسوب والوسائل المتعددة في التعبير الفني وظهور كبرى الشركات في الدول الأوروبية التي انحسرت عن مستعمراتها بعد الحرب العالمية الثانية، مما فسح المجال للازدهار الصناعي وإنتاج المزيد من السلع الاستهلاكية لما يسمى (العالم الثالث) أدى إلى الحاجة الماسة لتسويق تلك المنتجات والسلع التي أصبحت حاجات ماسة في تلك البلاد المستهلكة.

إن غزارة المنتجات السلعية في المجتمعات الأوروبية والحاجة الماسة للإعلان عنها وتسويقها كان يتطلب إنشاء مؤسسات إعلان متخصصة للمضاربة الإعلانية بين الشركات المنتجة لتلك السلع. وتجييش المصممين الغرافيكين للحملات الإعلانية بهدف المنافسة التجارية. ووضع الخطط الإعلانية على المدى القريب والبعيد.

واعتماد الصورة الإغرائية لجذب المستهلك، إذ كان استخدام صورة المرأة إحدى أهم الوسائل الإعلانية للمجتمعات المعاصرة حيث أن الاقتصاد والتجارة يتحكم بها مجتمع الذكور. والنساء هن اللاتي يتسوقن غالباً برفقة الرجال. الذين هم من يتولوا الإنفاق المالي على حاجة الأسرة، مما يستدعي أن تبحث الجهات المنتجة للسلع التجارية والصناعية عن الدوافع والنوازع والأهداف الاجتماعية والاقتصادية والعقائدية لتغليب استخدام صورة المرأة للإعلان عن تلك السلع بدافع المنافسة وكذلك الوقوف على مدى مراعاة الفنان المصمم للذائقة الجمالية الجماعية للمجتمع واختيار الإنموذج Le module المحبب مثل إنموذج (باربي) على سبيل المثال الذي يستهدف حتى الأطفال.

وكذلك البحث عن وسائل مستجدة لإثارة إعجاب الرجال والنساء على حد سواء بعد أن أخذت المرأة دورها في المجتمعات الحديثة المتحضرة لتدخل أيضًا صورة الرجل كإنموذج منافس أو قد يأتي بموازاة صورة المرأة

في كثير من الإعلانات والتصاميم الغرافيكية المعاصرة وحديثاً على صعيد تكريم المرأة في مستوى الفنون الجميلة والتطبيقية فإن العديد من الدول الأوروبية والعالم الجديد وبعض المجتمعات المعاصرة بدأت بإنشاء وإحداث "المتحف الوطني للنساء في الفنون". لإظهار الصوَّرْ المختلفة للمرأة في شتى مجالات الحياة.

وبما أن فن الغرافيك هو أحد أنماط الفنون الجميلة ومظاهرها الإبداعية: كالرسم، والنحت، والتصوير، والعمارة والموسيقى، والرقص، والغناء..... وكذلك اتساع هذا المدلول دفع المجتمعات البشرية إلى تحديد أنواع هذا الفن وأنماطه، ربما يعتني فنان أو فريق من الفنانين بممارسة أحدها للتعبير عن أحاسيسه ومشاعره.

ولأن طبيعة هذا البحث قد تأبى أحياناً الخضوع للقواعد الثابتة لأن نتائجها قد تخضع للمحاكمة ولربما تنتهي بالباحث إلى التقصي عن أحكام قد يخلص إليها البحث بأسلوب (الدراسة النمائية) Develepmental studies لتطور صورة المرأة في الفن الغرافيكي منذ نشأته وما طرأ عليها.

مما يدفع أحياناً إلى اعتماد منهج التحليل الفني (تحليل المحتوى) في عمليات الحدس الفني واستخدام الأحاسيس بمنطق التجريب بوساطة (تجربة الباحث).

وكذلك اتباع إجراء (مقدمات) procedures والتحليل الفني Analyse artistique على عينات البحث Research sampls وذلك لعينات عشوائية RandoomSamples أو عينات قصدية Purposive samples من فن الإعلان ومن التصميمات الغرافيكية الأخرى أو إجراء المقابلات Intreviews مع بعض أصحاب الاختصاص. أو مجتمع البحث من الإناث والذكور بقصد الوصول إلى الإجابات الصادقة على بعض أسئلة البحث.

المدخل إلى البحث

Introduction

المبحث الأول

مدخل أنتربولوجي

Anthropology Introduction

المدخل إلى البحث Introduction

- مدخل انثروبولوجي Anthropology

تمهيد:

"تعددت الدراسات والاتجاهات التي تناولت الأنثروبولوجيا في الآونة الأخيرة بوصفها علمًا حديث العهد على الرغم من مرور ما يقرب القرن وربع على نشأة هذا العلم.

لقد انحسرت الفلسفة إلى حدٍّ ما في النصف الثاني من القرن التاسع عشر أمام التفكير العلمي حيث تطورت العلوم الاجتماعية واستطاع العالم البريطاني إدوارد تايلور /E. Taylor/ أن يرى في تنوع اساليب حياة الشعوب وتطورها ظاهرة جديرة بالدراسة، وأن علمًا جديدًا يجب أن ينشأ ويقوم بهذه المهمة، وسمى تايلور هذه الظاهرة بالثقافة (Culture) أو الحضارة (Civilisation)، ومع دخول الأنثروبولوجيا (Anthropology) مجال القرن العشرين بأحداثه العلمية والاجتماعية والسياسية طرأت عليها تغيرات جوهرية في موضوعها[١]."

وبما أن موضوع البحث في (صورة المرأة) يتطلب الدخول المعرفي الواعي لدراسة أنثروبولوجية (دراسة إنسانية) لتلك الصورة بمظاهرها وظواهرها المختلفة وانعكاساتها على أساليب التصميم الغرافيكي الذي هو أيضًا من الفنون الحديثة المعاصرة بأبعاده الطبيعية والنفسية والثقافية والاجتماعية.

إن هذه الأبعاد تشكل عوامل مؤثرة على أشكال وتصميم تلك الصورة بشكل مباشر أو غير مباشر مما يفسح المجال أمام البحث أن يتصدى إلى صلب تلك المشكلة.

كما أن تناول الباحثة شكل "المرأة" كموضوع إنساني لا بُدَّ أنه مَرَّ بكافة الأوضاع الأنثروبولوجية مما يستدعي تقليب بعض الصفحات التاريخية بأبعادها النفسية والاجتماعية والفلسفية والفنية عله أن يجد ما يفيد في مقدمة هذا البحث من اختلاف أو تشابه في شكل تلك الصورة الفنية منذ العصور البدائية للوقوف على البدوءات الأولى لتشكلها في أسس الاتصال الإنساني والاجتماعي وقبل اللغات البصرية (اللفظية).

"ويعزو علماء الآثار نشأة الفن البدائي إلى مبدأ العصر الحجري الحديث بين حوالي ٢٠٠٠٠ ق.م وسنة ١٠٠٠٠ ق.م – وينسبون الآثار التي عثر عليها في حوض "الجارون" الأعلى في فرنسا إلى الفترة الأورجناسية.

وكانت آثار (دور دوني) – وسط فرنسا في الفترة الموستيرية من مقاطع وفؤوس وأدوات صيد وقتال وتماثيل صغيرة من الحجر نحتت بأسلوب فج تمثل البشر والحيوان، ومن صور رُسمت بالألوان على حوائط الكهوف. ولم تظهر صورة المرأة إلا في الكهوف المكتشفة جنوب شرق الجزائر.

"(وهو كهف أسمه طاسيلي ناجّر أو تاسيلي نعاجّر في ولاية اليزي ويعود تاريخه إلى ٣٠٠٠٠ق.م ويقع

---

(١) د. الشماس عيسى. مدخل إلى علم الإنسان الأنثروبولوجيا، منشورات اتحاد الكُتّاب العرب، دمشق، ٢٠٠٤، ص٥-٦.

على هضبة ضاحلة حصوية وتبين بعض الرسومات في هذا الكهف مشاهد لأشخاص وهم منهمكون بقضاء أعمالهم اليومية حيث تم أستخدام اللون الصلصالي الأحمر والصبغات البيضاء في إنجاز هذه الرسوم وهناك تم إكتشاف بعض الرسوم الإعدادية لنساء")(٢) [أنظر الشكل ١]

<u>– مفهوم الصورة في اللغات البصرية وأسس الاتصال الإنساني والاجتماعي:</u>

الفنون الجميلة هي إحدى أهم وسائل الاتصال بين الناس وبها يعبر الفنان عن أحاسيسه وأفكاره ومواقفه وميوله كمنعكسات عن حالاته النفسية والبيولوجية والاجتماعية بدايةً بالأشكال الأولى للغات الأكروفونية التي سادت بين الأمم إذ رمّز للأحداث للتعبير عنها بالصورة، وقد تطورت الصورة بفعل حركتين على الأقل: (حركة ذاتية) ضمن منظومة اللغة فتفاعلت مفرداتها وتطورت كلماتها وتبلورت قواعد نحوها وصرفها، و(حركة ثانية) باتجاه تفاعلها مع البنية المادية والاجتماعية والاقتصادية... إلا أن التدقيق العميق في ذلك التطور يوضح مدى تفاعل اللغة مع تطور الحياة الاجتماعية بصورها المختلفة.

"وقد اتجه الإنسان الأول نحو الرسم للتعبير عن الأشياء التي يرغب في الإشارة إليها برسم الحيوان كمرحلة أولى وقلد صوته للدلالة عليه في مرحلة ثانية وقد انتقل التعبير عن الأشياء من الصورة إلى تقليد الأصوات إلى الكلمة بسبب تزايد الحاجة المُلِحَّة لتفاعل الإنسان مع الإنسان الآخر بتعبير رمزي مادي يُلَبّي حاجاته في الاتصال الاجتماعي أولاً وفي التعامل مع البيئة ثانيًا وقد كان تصميم الرموز الأولى للإنسان القديم تعبيرًا عن أسس تكوين الفكر وتبادل المعلومات(١)."

كما غلَّب المجودون قيمة الصورة على لفظها لتعم أكبر مساحة لفهمها وفي الدليل الثابت على تغلب قيمة الصورة المجردة على الصورة الواقعية المحسوسة للمخلوقات ومنها (صورة الإنسان) وخاصةً في بلاد الشرق الأوسط وأيضًا لأي شكل من أشكال اللغة على نطقها. يقول القلقشندي: (إن جميع العلوم تُعرف بالدلالة عليها: بالإشارة أو اللفظ أو الخط فالإشارة تتوقف على المشاهدة واللفظ يتوقف على حضور المخاطب وسماعه أما الخط فإنه لا يتوقف على شيء فهو أعمها نفعًا وأشرقها صورًا).

وهنا يأتي الحرف المجرد بديلاً عن الصورة المحسوسة أو المشخصة واقعيًّا حتى في اللغة الملفوظة كما يقول القلقشندي.

"وقد برع حكماء وعلماء وفلاسفة و نطاسيو شرق المتوسط في ابتكار العديد من الرموز اللغوية التشكيلية التي وردت في كتاب (شوق المستهام) الذي يضمُ ٧٢ اثنين وسبعين قلمًا نقلها (ابن وحشية النبطي الكلداني

---

(١) موقع اليونيسكو للتراث العالمي رقم ١٧٩ ar.m.wipedia.org

(2) د. الأخرس، محمد صفوح (الأنتروبولوجيا وتنمية المجتمعات المحلية) منشورات وزارة الثقافة، دمشق، عام ٢٠٠١، ص٤٦، ٤٦/٢٠٠١.

العراقي) والتي أوضح أنها كانت مستعملة قبل الطوفان وهو مُرَقَّم بعدد ١٣٦ صحيفة وفي هذا المخطوط لا يوجد أي شكل أو صورة تُمَثِّلُ فيها المرأة في رموز تلك الكتابات التمثيلية المجردة رغم أنها تمثل أشكالاً غرافيكية قد تكون أساسًا استُلَّ منه فن اللوغو المعاصر والتي دونها عام ٢٤١هـ. في كتابه المحفوظ في المتحف البريطاني برقم: (H17–440).

ترجمه للإنجليزية المؤرخ (جوزيف هامر) وطبعه عام ١٨٠٦م في لندن وقد احتوى على أنواع الخطوط (الرموز الخطية) لحكام الهرامسة والسريان والفراعنة والكلدانيين والكنعانيين والأقباط كُلٌّ بأبجديته الخاصة ليكتبوا بها علومهم وأسرارهم.

وقد اعتمدوا في رسم ما يريدون التعبير عنه بالقواعد الهندسية واستنباط بعضها من البعض الآخر وإنما هي رموز لمواد وخامات وسلع استخدمت لأغراض التسويق والتجارة آنذاك وقد احتوى كتاب (شوق المستهام في معرفة رموز الأقلام) الفريد في موضوع البحث على جميع رموز الأقلام التي تداولتها الأمم الماضية في البلاد العربية واليونان من الفُضلاء والحكماء السالفين والفلاسفة العارفين مما رمزوا فيه كُتُبَهُم وعلومهم لينتفع بها كل الطالبين والراغبين للعلوم الحكمية والأسرار الربانية ذاكراً القلم (الخط)

(La Calligraphy) برسمه القديم واسمه المشهور وشرح حروفه بالحرف العربي" [انظر الشكل ٢].

ومن هذه الصور الكاليغرافية التمثيلية لرموز أقلام الحكماء التي تتطرق لها المصادر القديمة هي[١]:

التسلسل	اسم القلم	التسلسل	اسم القلم	التسلسل	اسم القلم	التسلسل	اسم القلم
١-	قلم هرمس	٦-	القلم النبطي	١١-	قلم اسقلينوس	١٦-	قلم أرسطو
٢-	قلم أقليمون	٧-	قلم الحكيم سوريانوس الذي كتب في الفلك	١٢-	قلم سقراط	١٧-	القلم البرباوي العجيب
٣-	قلم أفلاطون	٨-	قلم الحكيم فيلادوس	١٣-	قلم الطلسمي للحكيم غاميغا شير اليوناني	١٨-	قلم فريجوس الفيلسوف
٤-	قلم الحكيم الجرجاني	٩-	قلم الحكيم ديستوريس الدادي المستعمل في بلاد الهند...	١٤-	قلم الفيلسوف منفيس	٢٠-	قلم الحكيم قسطوجيس اليوناني
٥-	قلم ريانوص	١٠-	قلم فيثاغورس	١٥-	القلم الرمزي لهليارتس اليوناني	٢٠.	قلم الحكيم هرمس أبوطاط
٢١-	قلم الحكيم فلنطيوس	٢٢-	قلم المعلَّق لبطليموس	٢٣-	قلم الحكيم مرقوس	٢٤-	

(١) عبد السلام ،ايمن(موسوعة الخط العربي) دار أسامة للنشر والتوزيع عمان الأردن عام ٢٠٠٠م ص٨ (بتصرف)

ربما كانت هذه الرموز الكاليغرافية التمثيلية البدايات الأولى لاكتشاف بعض المفردات البدئية للفن الغرافيكي اعتمادًا على اختراع الإنسان للكتابة، إذ ظهرت الكتابة كمفردة غرافيكية بأشكالها الأولى وسيلة للتواصل بين الناس في المجتمعات القديمة إذ غابت في تلك المكتشفات الكتابية الصورة التمثيلية وغاب عنها الرمز الحروفي وبدأت التقانات الأولى لفن الغرافيك أن تم استخدام الخامات الأولية في الطبيعة مثل: الطين أو (الصلصال) وكذلك باستخدام أقلام خاصة من البوص (القصب) أو بقطع من الخشب ذات الرؤوس الحادة أو رموز فنية لمنتجات تجارية في البلاد العربية تعود لعام ٢٤١هـ . ٨٢٠ ميلادي مخطوطة (شوق المستهام في معرفة رموز الأقلام) لابن وحشية النبطي الكلداني المتحف البريطاني . لندن. تحت رقم (44OH17) وربما تكون أدوات الكتابة مصنعة من خامة العظام التي لا تتأثر برطوبة الطين ولم تظهر في هذا الطراز التايبوغرافي أية صورة تمثيلية للمرأة وإنما رموز كتابية مجردة.

وكانت البدوءات الأولى لإحدى أشكال الفن الغرافيكي اللاصوري في الرُّقُم الطينية شرقي البحر الأبيض المتوسط ولم تتجلى الصور في فنون الكتابات القديمة إلا في الصيغ الأكروفونية كما هو الحال في أشكال الكتابات السائدة جنوب البحر الأبيض المتوسط في مصر القديمة ولدى الفينقيين فيما بعد.

مما يستدل به على أنه ظهور الصورة المحمولة (اللاجدارية) كانت بداياتها الأولى في اللغات القديمة.

وإن هذا لا يعني أنها لم تكن موجودة في الفنون الجدارية والنحت بأشكالها المختلفة. فقد ساهمت الكتابة في تدوين الحدث التاريخي، وأما الصورة الممثلة فكانت تظهر إما على شكل منحوتة مجسمة أو نافرة أو بوساطة الفن الجداري (الموزاييك) أو (الفريسك) الذي يمكن اعتباره المهد الأولى لفن الإعلان الجداري Poster الذي يُدَوِّنُ بصريًّا صورةً أو حدثًا ما، وفي هذه المرحلة انتقلت الصورة من فنّ الخط الأكروفوني إلى الفن الجداري، كما استعان الفنان المصمم للوحة الجدارية ببعض الكتابات الحروفية بهدف الكتابة أو التوقيع على العمل المُنْجَز الذي يمثل أحياناً صورة المرأة. [انظر الشكل٣، أ- ب]

تلاشي الصورة في الفنون القديمة(ماقبل الميلاد):

"يقول (فيرولو) أمام مدرجات الأكاديمية الفرنسية عام ١٩٥٠م ما يلي:

– إننا لا شك لن نعرف أبدًا اسم مخترع الأبجدية (La calligraphy) ولكننا نعرف الآن أنه كنعاني أو بشكل عام إنه سوري ويمكننا القول إن شعبًا أنجز مثل هذه المعجزة يستحقّ عرفانًا بالجميل وله الحق بعرفان متميز بتاريخ العالم.

– إن اختراع العرب الكنعانيين في التاريخ (أبجدية أوغاريت) في القرن الثالث عشر يُعتَبَرُ خطوة ريادية وإنجازًا حضاريًّا وحدثًا جللاً لما حققته هذه الأبجدية من آفاق ومعطيات على صعيد تخزين الفكر الإنساني وتجسيده بصيغ متقدمة والفضل يرجع للثقافة العربية القديمة التي نزحت في شبه الجزيرة العربية واستقرَّت في العراق وسوريا ومصر منذ أقدم الأزمنة[١]. [انظر الشكل ٤.]"

"وعندما ظهرت أشكال الكتابة التي يُعْتَبَرُ اكتشافها حدثًا هائلاً إذ تمكن العلماء من حل رموزها الصورية أو المسمارية الذي تم من قِبَلِ المنقّب البريطاني (لايارد Layard) والذي يواصل بحثه في أعمال التنقيب في تل (قوبنجق) في الموصل إذا اكتشف غرفتين صغيرتين من بقايا قصر ضخم وكانت أرضية الغرفتين مليئة بكسر مبعثرة أختام طينية مفخورة تبدو وكأنها قطع من الآجر منقوشة بالكتابات وقد تراكمت على الأرض بارتقاء قدم واحد أو أكثر كما أن مجموع القطع التي أخذت من نينوى تقدر من ٢٠٠٠٠ قطعة إذ عرف فيما بعد أن هذه الغرف التي اكتشفتها هي مكتبة الملك المعروف باسم (ابن اسرحدون) حيث لم يكن آشوربانيبال معروفًا آنذاك[٢]."

– أشكال الصورة في الفنون القديمة:

ظهرت الصورة بأشكال مختلفة في التأليف والشكل وذلك تبعًا للعصور التاريخية التي ظهرت فيها مما جعل لكل عصر خصائص تميز فنًّا عن الآخر مثل: الفن الرافدي، الفن المصري، الفن الإغريقي، الفن الصيني، الفن المكسيكي، الفن الإفريقي، وظهرت عدة أساليب في تصييغ الصورة التمثيلية منها:

- الصورة الواقعية (La realisme)
- الصورة القريبة من الواقع (Préfiguratiphe)

---

(١) الذنون عبد الحكيم، الذاكرة الأولى، دار المعرفة، ط٢، ١٤١٣هـ. ١٩٩٣م، سوريا–دمشق، ص١٩٩.

(٢) نفس المرجع ص١٢٧.

الصورة السيميترية (Symétrique)

- الصورة الرمزية (Symbolique)
- الصورة التعبيرية (Expressionniste)
- الصورة المجردة (Abestrait)
- الصورة الزخرفية Décoratiphe

كما أن الصورة أخذت مظاهرها لما تمثله وخاصة الصورة الواقعية، مثل:

– صورة الإنسان، صورة الرجل، صورة المرأة.

– صور للحيوانات، صور الحشرات، صور الطيور.

– كما أدى أثر الخيال والتخيل أن ظهرت عدة صور أخرى هي الصور المركبة مثل:

• إنسان وحيوان مثل: الثور المجنح (الشاروبيم) في الفن الرافدي.

• إنسان وحشرات

• إنسان خليط بين رجل وامرأة كما هو الحال في الفن الإغريقي والروماني وصور خيالية تدمج بين الحيوانات والحشرات... وهكذا تم التمييز بين الصورة التوضيحية والصورة الفنية.

– أهمية تشكل الصورة الفنية ومؤثراتها في العملية الإبداعية في المؤلف الفني:

للصورة الفنية دور هام في العملية الإبداعية في المؤلف الفني وخاصةً في المؤلف الفني الغرافيكي فقد تتخذ المثالية الذاتية أوهام تجعل ما هو مثالي موضوعيًّا كواقع وكوجود للصورة الذاتية خارج نطاق الدماغ البشري مما يؤدي إلى تحويل مواد الواقع القائمة بصورة موضوعية إلى صور ذاتية (أحاسيس). وإلى استنتاج مفاده أن مؤلفات الفن هي فقط صور ذاتية تخرج من الوعي كما لو كانت تتحسس مكانها بعمق في الألوان والحجر والمواد الأخرى التي يكونها الفنان.

ويأتي ذلك على النقيض من علم الجمال المثالي الذي ينطلق من علم الجمال (الماركسي) اللينيني (المادي) في شرحه للرؤية الظاهرية وتجسد الصورة الفنية من أن (مؤلف الفن) هو نتاج مادي للإبداع الفني.

"ويعبر مؤلف الفن الذي ينقل عن مشاعر الناس ومعاناتهم وأمزجتهم وهو يظهر كرؤية للحياة لأن المادة التي يكونها الفنان (الطبيعة الاجتماعية) عن انعكاس للواقع وحياة البشر ومظهرهم الخارجي وأفعالهم وأحاديثهم وأحداث حياتهم.[١]"

مما يؤكد لنا أهمية الفن الذي يتناول تجسيد الصورة التي تعكس واقع حياة البشر ومنذ زمن بعيد وَجَّهَ البشر

(١) فلاديمير لينين المؤلفات الكاملة، المجلد ١٨، ص٩٣.

اهتمامهم في الفترة الأخيرة من العصر الحجري وفي احتياجات ممارستهم العملية يوميًّا فرسموا الحيوانات والإنسان وهي محفوظة في الكهوف والمتاحف إلى يومنا هذا.

واللوحة (الصورة) المنجزة حسب كلمات ليوناردو دافينشي الذي أنجز لوحة (بورتريه) لامرأةٍ أحبها هي الجوكاندا يقول:

"أنتم أيها المصورون تجدون في سطوح المرايا المستوية مُعَلِّمَكُمْ الذي يُعَلِّمُكُمْ توزيعَ الضوء واختصارات كل مادة) وكذلك وردت هذه العبارة في مؤلفات الأديب فيكتورهيغو (المختارات) في مجلد ١٥، مجلد ١٤، ١٩٥٦ ص١٠٩[١]."

إن ليوناردو دافينشي يؤكد بذلك أنه من أنصار نظرية (محاكاة الجوهر) في الفنون الجميلة التي يعنى فيها الرسام بالأشكال التي تمثل (الكل) في الصورة في اللوحة على حساب التفاصيل دون إهمال لتلك التفاصيل.

وعلى هذا الأساس يعيد الجمهور أثناء إدراكه الصورة الفنية (القارئ، المستمع، المشاهد) إبداع تلك التصورات الجمالية (بصورة كاملة وعملية دقيقة إلى حدٍّ ما والتي كانت في وعي الفنان نقلاً عن الصورة الفنية لمؤلف الفن القائم بصورة مادية).

وتنقسم مؤلفات الفن إلى أنواعَ مختلفةٍ تبعًا لمضمون الصورة الفنية من حيث المظهر الخارجي للمشاعر والأحاسيس في أطياف الفنون المختلفة كالتصوير، والنحت، الحفر (graphique)، وفن التصوير الغرافيكي والتصميم الغرافيكي (desgin graphique).

كما أن التطور التقاني المعاصر يعكس لنا الخواص المستجدة للصورة الفنية المتبدلة والمتحولة في التصاميم لإظهار مشاعر الرضى والسرور أو الحزن أو الإغراء باستخدام مهارات اللون والخطوط والحركات للتعبير عن أحاسيس الفنان المرسل (المصمم الغرافيكي).

وليس من مهام المصمم الغرافيكي انعكاس المشاعر السهلة للتعبير عن فكرة ما تحمل بين حناياها مشاعر إيجابية نحو المجتمع بل تتعدى إلى الاستجابة لحاجاتهم المختلفة.

---

(١) قضايا البحث الفلسفية في الفن يولدا شيف ليكال، ترجمة زياد الملا، ص٦٧-٦٨.

كما تعبر الصورة الفنية عن المشاعر والأحاسيس الجمالية والأخلاقية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها من مشاعر الناس ومصالحهم وميولهم ورغباتهم ونظراتهم إلى الحياة والمجتمع.

"كما أن الانتقال من الصورة الفنية الجامدة في الفنون الجميلة إلى الصورة المتحركة كما هو الحال في المسرح الذي يصور الأحداث والأفعال البشرية الجامدة للتعبير عن مشاعر الناس وأحاسيسهم ليعبر عن خاصية الصورة المتحركة التي مهدت للصورة السينمائية المتحركة مما يجيز القول بأن فن المسرح كان هو المهاد الأول لفن الرسوم المتحركة والتصميم الغرافيكي وفي ظهور السينما المتحركة وتطورها(١)."

والتي تضمنت في أشكالها الفنية السمات التعبيرية الموازية لها ليتآزر معها كل من فني الموسيقا La musique وفن المسرح السينوغرافيا La chinography . وكذلك إبداعات المصمم الغرافيكي الذي يقدم الملصق الملائم للإعلان في هذا الحدث الفني.

كما تقدم السينما المتحركة شكلاً مستجدًّا للصورة الفنية بمظهرها السينمائي (الحركي) مما أضاف إلى الفن الغرافيكي أشكالاً جديدةً للتعبير الفني. وخلق ما يُسَمَّى بالملصق الجداري (the postere) وفن الصور المتحركة التي تمثل شخصيات البشر والحيوانات والكائنات الخيالية أو الأسطورية التي يتخيلها المصمم والتي جاءت بعد اكتشاف العلم لآلة التصوير (الكاميرا)* camera وكذلك بعد ظهور (نظرية الخيال المتبقي) التي أنتجت فن الصورة المتحركة، لأن الفن الثامن (الرسوم المتحركة) و /الصور المتحركة /

أو الصلصال المتحرك / هو فن تعبيري روائيٌّ في آنٍ واحد وهو درجة متقدمة للرسالة الإعلامية التي يود المصمم تقديمها للمتلقي.

ويبدو هنا أثر الصورة الفنية التي تعبر عن الحالات الإبداعية في مشاهد الصور أو الرسوم أو الدمى المتحركة التي تطلق تلك الأحاسيس الاجتماعية لمشاعر المصمم الغرافيكي والمعاناة التي تبدي للمشاهد والمتلقي مدى تعاطفه مع شخصياته أو حبه أو حقده عليها، لأنها في صميمها هي انعكاس مادي وموضوعي أحيانًا لتصوير الحياة الفعلية، وخلاصة القول:

إن الفن الغرافيكي هو ليس تقليدًا أو نسخًا للواقع فالإنسان لا يمكنه أن يضطلع على ذكريات الآخرين ومشاعرهم وأحلامهم إلا من خلال أحد أطياف التصميم الغرافيكي مثل (السينما المتحركة) ليرى المجتمع من مختلف جوانبه وبصورة جديدة من حيث الزمان والمكان والوصف، حيث تشكل المرأة أحد مكوناته.

---

(١) (ل.ج) يولدا شيف ليكال، الشعور الجمالي، ومؤلف الفن، ص١٢.

(*) إن أول كاميرا أصدرها جون أيستمان ، ألة كوداك الشهيرة، وهي كاميرا صندوق مزودة بفلم ملفوف عام١٩٨٨٨م موقع اليونيسكو للتراث العالمي رقم ar.m.wipedia.org

مما يبرز أهمية وقدرة الصورة المتحركة في التصميم الغرافيكي الذي يدخل في تركيبها فن المسرح متآزراً مع أشكال الفنون الجميلة الأخرى.

"إن المسرح والفن مدعوان لتجسيد جمال الحركات والأفعال للمرأة التي تظهر خلالها الأخلاقية السامية والنقاوة الروحية، فضلاً عن هذا فهي ليست صورة فنية فحسب بل امرأة حية حقيقية بكل سعادتها وحزنها وأمانيها ورغبتها وآلامها.[١]"

المؤثرات في الصورة الفنية:

لا يؤثر (المخزون الخبري) إضافة إلى الخبرات الفنية والجمالية الفطرية والمكتسبة لدى المصمم الغرافيكي في نوعية وشكل الصورة التي يستخدمها كنموذج Module في أعماله الابتكارية.

وإن ما يميز المصمم الغرافيكي المحترف عن المصمم الغرافيكي الفطري الذي يعتمد على (الصورة التلقائية) (الفطرية) هو قدرته على التحرر من (موجزاته الشكلية) اعتماداً على خبراته الأكاديمية المكتسبة لإنتاج (الصورة العقلية).

بينما المصممون الفطريون مثل: حركة"غرابيوس . Grapuse" في النصف الثاني من القرن العشرين على سبيل المثال. فإن غالبيتهم يعتمدون على النماذج الفطرية في إعلاناتهم.

"وكثيراً ما يقع نوع من الصراع بين الصورتين الذهنية والخيالية لدى المصمم لتسيطر أحداهما على الأخرى لتتحول إلى مدرك حسي في التصميم. أو ربما مجموعة من الصور المدركة حسياً.

فالتخيل هو استحضار وتكوين الصور الذهنية المختلفة المواقف والخبرات الخارجية السابقة، ولا يمكن لعمليات الإدراك والتفكير أن تتم بدون ظاهرة التخيل، فالحواس تستقبل العالم المادي وتنقله بوساطة الأعصاب إلى المخ، حيث تتكون الصورة الذهنية وتصبح مدركاً عقلياً[٢]."

وتأخذ الصورة العقلية أشكالاً مختلفة وفق مخزونها الخبري الناجم عن الاصطراع الصوري وفق منشأها الإخباري إن كان خيالياً أو ذهنياً أو عقلياً ناجماً عن شعور داخلي أو بمؤثر خارجي.

---

(١) أ.ف.ف. هيغل/ علم الجمال مجلد ١١ ص٨

(٢)عويضه كامل محمد (١٩٧٦) سيكولوجية العقل البشري – دار الكتب العلمية – بيروت ص٢٩

"ويشرح ممثل (علم الجمال الفينومونولوجي) غارتمان مضمون نظرية الشعور الداخلي على الشكل التالي: يصبح مؤلف الفن "مادة جمالية فقط لأن الإنسان يرسي فيها علاقته الداخلية "بصورة شعورية" ويعاني ذاته فيها" فالجمال في مؤلف الفن هو (النوعية التي يكتسبها الموضوع بفعل نقل مشاعر الملاحظ أي [المشاهد] ، ويسجل غارتمان إنشطار مؤلف الفن فهو يرى أن الواقعي في المؤلف الفني هو (فقط الوجه ألأمامي) الصورة المادية الشعورية والوجه الخلفي والمضمون الروحي فهو (غير واقعي) وإن وجود الروحي في المادي هو بالذات عملية إضفاء الموضوعية، وبغض النظر عن ماهية الصورة الفنية إن كانت مادية أو روحية فهي ذات أشكال متنوعة مثل:

- صورة ذهنية (عقلية).
- صورة خيالية وتخيلية.

ولهذه الصورة في التصميم الغرافيكي حالات عدة منها

إما: صور منسجمة، متناقضة، مفككة، متآزرة.

إن هذا التنوع في أشكال وخصائص الصورة الفنية في المصمم الغرفيكي قد تخلق نوعاً من الاصطراع الداخلي بين مجموع هذه الصور في عمليات الإبداع.

وإن هذا يتوقف على المقدرات الإبداعية للمصمم الذي يختزن في ذاكرته صوراً جاهزة قد تكون بسيطة أو معقدة أو مركبة أو ذكية.... هكذا وفق مؤثراتها الأنثوية أو الذكورية أو كلاهما معاً[١]".

الصورة في اللغة العربية:

"صاره صْوراً: جمعة والشيء إليه: أماله وقربَّه.

الصُّوْرُ: القرن، أو للشيء كالقرن أتخذ بوقاً يفنخ فيه (ج) أصوار

صور: مدينة في جنوبي لبنان على الساحل.

الصورة: الشَّكْلُ. – : وكل ما يُصَّورُ.

وصورة الأمر: صفته

وصورة الشيء خياله في الذهن أو العقل (ج) صُور.

صوّره: رسمه على الورق ونحوه بالقلم أو بالفرجون أو بآلة التصوير.

وجعل له صوره مجسمه "هو الذي يصوركم في الأرحام كيف يشاء". (آل عمران) /٦)

والمصوِّرْ: مَنْ حِرَفتُه التصوير. وهي مصوِّره.

---

(١) قضايا البحث الفلسفية في الفن. ترجمة زياد الملا. دار دمشق للطباعة والنشر ١٩٨٤ Eص٢٧ (بتصرف)

التصوير: نقش صورة الأشياء أو الأشخاص على لوحٍ أو حائطٍ أو نحوها بالقلم والفرجون أو بآلة التصوير الشمسي.

والتصوير الشمسي: أخذ صورة الأشياء بالمصوّرة الشمسية.(الكاميرا)camera.

التصاوير: التماثيل.

تَصَوُّره الشيء: صارت له عنده صورة وشكل

التصور: في علم النفس استحضار صورة شيء محسوس في العقل دون التصرف فيه[١]."

وللتعبير عن مضمون الصورة الفنية وشكلها في مدركٍ محسوس على سبيل المثال:

"ينظم الفنان أثناء عملية إبداع مؤلفه الفني وفقاً للخطة الموضوعة مجموعة من العناصر. ومن العناصر الفنية يبدع الفنان أرجاء أكثر تعقيداً وفي فن التصوير الزيتي يشكل تناسب الصور التعبيرية لأجزاء الجسم[٢]."

عوامل تشكل صورة المرأة في المؤلف الفني:

- **أولاً: التخيل الذكوري في إنموذج المرأة**

لقد ساهم التخيل الذكوري في صناعة صورة المرأة وإن اختلاف نظرة مجتمع الذكور في الأمم والشعوب إلى المرأة يؤثر على صورتها في أشكال المنتج الفني لديهم. فهي تصاغ في أشكال فنونهم أو إنها ربما تغيب تماماً عن هذه الفنون.

فهي تظهر أو تختفي لتصاغ عند تجليها لهم كأنها مخلوق مغاير لحقيقتها. وخاصة في ضروب الفن المختلفة كالآداب والفنون التشكيلية والمسرح. وفن القصة...

كما تظهر لدى بعض المجتمعات وكأنهم يطلقون نواقيس الحذر من فتنتها وإغوائها للرجل. ليحصل نوع من الخلط بين النظرات الرجولية نحو الأنثى بشكلية الاغوائي الفحولي أو الأخلاقي الراقي.

لعله (الدماغ الزاحف) الذي يؤثر على غرائز الذكور لتبدو وتتجسد في مخيلتهم الذكورية النمذجة المختلفة والمبعثرة لصورة امرأة تُصْنَعُ في مخيلتهم.لتبدو هذه الصورة فاقدة لكل قيمة فهي صورة يمكن تجاوزها واختراقها فهي مباحة بمتناول الجميع، أو إنها محصورة في الرسم والتصوير الهابط.

" إن المتمعن في صورة المرأة في الذاكرة الجماعية الذكورية يكتشف فيها السلبي النكرة والفوضى والاضطراب وبصيغة أخرى تتجلى المرأة الطبيعية بكل لا إنضباطيتها ولا معقوليتها. وانفلات قواعدها.

---

(١) المعجم المدرسي. وزارة التربية. تأليف أبو حرب محمد خير. دمشق ١٤٠٦، ١٩٨٥ م.ص ٦١٢ – ٩١٣

(٢) يولدا شيف ليكال. قضايا البحث الفلسفية في الفن دار دمشق للبطانة والنشر عام ١٤٠٤هـ ١٩٨٤م ص١٦٣

أما الرجل فيقابل هنا: الثقافة التي نظمت الطبيعة وهو الذي منحها معنىً وجعلها معرفة وسُمِيَتْ بأسماء تميز بين عناصرها وخصائصها... ثم وضع المرأة الطبيعية في فضاء المستهلك ذكورياً[١]."

- **ثانياً: مظاهر وأشكال صورة المرأة:**

١. **الصورة الاجتماعية:** الأم، الأخت، العمة، الخالة، الجدة، الزوجة، الخاطبة، الداية، المعلمة، التلميذة، الطالبة، القاضية، المحامية.....

٢. **الصورة الاقتصادية:** ربة المنزل، العاملة، سيدة الأعمال، الخادمة، الأمه المربية، الموظفة المزارعة، الخياطة).....

٣. **الصورة الانتروبولوجية:** سيدة القوم، سيدة العشيرة، سيدة القبيلة، الأميرة العارفة، الطبيبة الشعبية....

٤. **الصورة الفلسفية:** الآلهة، نصف الآلهة، المباركة، الساحرة، الجنية، الملاك، الشيطان، الماكرة، الطبيعية.....

٥. **الصورة الأدبية:** الأديبة، الساخرة، القاصة.....

٦. **الصورة السياسية:** الملكة، رئيسة الجمهورية، رئيس الوزراء، الوزيرة، قائدة الجيش، الدبلوماسية، العسكرية، الشرطية، الجاسوسة، الوطنية.....

٧. **الصورة التاريخية:** المرأة أم الخلق، الرافدية، الفرعونية، السوريه، الاغريقية، الرومانية، العربية، الأوروبية، الحضرية، الصينية، اليابانية.....

٨. **الصورة الجغرافية:** امرأة البلاد الباردة، البلاد الحارة، البلاد المعتدلة، امرأة البادية، المرأة الجبلية، امرأة الجزر البحرية، امرأة ضفاف الأنهار.....

٩. **الصورة الدينية:** الكاهنة، راقصة المعبد، الراهب، الداعية الدينية، صاحبة الكرامات، المقدسة، الملحدة، الواعظة.....

١٠. **الصورة الفنية:** التشكيلية، الغرافيكية، السينمائية، المسرحية، الموسيقية، المغنية، الحرفية النساجة، الخياطة، مصممة الأزياء، الماكير (الماشطة)، الصائغة، الخطاطة.....

١١. **الصورة الجمالية:** الجمال الروحي، الجمال الجسدي.....

(١) محمود إبراهيم. الأنثى المهدورة. مركز الإنماء الحضاري ط١ عام٢٠٠٩ ، ص٢٦ (بتصرف)

١٢. **الصورة البشعة:** الموؤدة، المغتصبة، المجرمة، المعنَّفة، الأمة، الأميَّة، المدمنة، المستغلَّة، المجرمة، المخطوفة، المتسلِّطة، المهددة، الخائفة، المرجومة، المَعْدومة، المعُدمة، ..... كما تنطبق كثير من هذه الصور على الذكور أيضاً.

لقد تناول التصميم الغرافيكي بأطيافه المختلفة مظاهر تلك الصور وأشكالها المتناقضة والمنوعة كما عبَّر المصممون الغرافيكيون في العالم عن تلك المظاهر الصورية في غالبها، أما البحث في مسألة "صورة المرأة في التصميم الغرافيكي" ما هو إلا عملية قد تبدو شائكة لدراستها والبحث فيها لإيفائها حقها أو ادراكها ومعرفتها أو الكشف عنها لأنه لم يتم تناول تلك الصور إفرادياً بالبحث والتقصي.

وهنا يحضر في المخِّيلة صورة المرأة بمختلف مراتبها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والعلمية. هذا من حيث مكانتها ونضع أنفسنا تاريخياً أمام صور أخرى للمرأة فهي الملكة والجارية والصديقة والرفيقة والعشيقة.....

"ولا زال مفهوم المرأة في التصورات الشعبية يقابل مفهوم (الفتنة) وليس جزافاً ذلك التداخل بين كلمة الفتنة في مفهومها الجمالي فالمرأة الفاتنة هي ذات الجمال الذي يحرك المشاعر، ويؤثر سلباً في الفعل وكلمة فتنة الأخرى التي تعني ممارسة السوء حيث يفقد المرء زمام السيطرة على نفسه هكذا تفصح اللغة عن مرجعيتها الذكورية[١]."

إن كافة الصور الناجمة عن التصورات الذكورية قد نجدها جلية واضحة في المنتجات الفنية عبر العصور. في العديد من الفنون إما أن تكون سامية أو فيها شيء من الحطة أو الامتهان المسوّغ وفق حاجات المجتمع. تحت عنوان طبيعة العمل الذي تمتهنه المرأة.

صورة المرأة في اللغة والأدب العربي:

"يأتي معنى المرأة اشتقاقاً من فعل مرأ فيقال:

مرأ الطعام، ومرو – مراءةً: سهل في الحلق وحمدت عاقبته وسار من غير غصص فهو مريء.

مَرُؤَ الرجل – مروءةً: صار ذا مروءةٍ

المروءة: آداب نفسية تحمل الإنسان على اتباع محاسن الأخلاق وجميل العادات

والإنسانية وكمالُ الرجولة والعفةُ.

المرء: الإنسان أو الرجل ما مثناه: مرآن.

---

(١) المرجع نفسه ص٢٧

والنسبة إليه مرئي (ج) رجال

والمرأة: أنثى المْرءِ ويقال أمرؤ للذكر وامرأة للأنثى وامرأة الرجل زوجته.

فيقال: هذا امرؤ ورأيتُ امرأ ومررت بامرئ.

والمرأة أنثى الرجل وتسمى أيضاً امرأة وجمعها على غير لفظها: نساءُ ونسوه ونسوان.

والنسبة إلى نِسْوة نِسوي.

ويقال: تمرأ الرجل: صار ذا مروءةٍ، أو تكلّفَ المروءةً وتطلبها[١]."

- مرأة مؤنث مرء واختصت بالأنثى مقابل الرجل.

- امرأة مؤنث إمرأ بنفس المعنى. وهي الدارجة في العامية مرْتي.

"– مراة مخفف مرأة وترد في العامية المعاصرة منسوبة في الغالب: مراتي ومراة فلان وهي كذلك في مصر كما عند عرب بخارى.

– نساء جمع مرأة متطور في سامية أقدم.

– في العبرية (نشيم) والفرد (أشه) على غير لفظ الجمع كما في نساء وامرأة . والنساء هي مطورة عن (نشيمة).

– ولجمع النساء صيغتان أخريان هما: نسوة، نسوان، نساوين، عامي المستعمل في لغة الكلام نسوان ونساوين.

– النسبة القياسية إلى امرأة لم تستعمل لغوياً والشائع عند المعاصرين هي نُسَوة ونسائي يقال:

– ملابس نسائية.

– سيدة: هي مؤنث يستعمل في العصر الحالي. ويختص بالمتزوجات.

– آنسة: للعذراء عند المعاصرين، كما تخاطب بها المعلمة في سورية وبصرف النظر عن وضعها الزوجي.

– والآنسة هي الفتاة الطيبة النفس المحبوب قربها والمأنوس حديثها[٢]."

– ست: لقب عام للنساء، جارية تستخدم في المثل للتمييز بين الناس في المعاملة.

"– خاله: خطاب الصغير للمرأة الكبيرة الغريبة عنه.

---

(١) المعجم المدرسي، أبو حرب محمد خير، وزارة التربية، دمشق سورية ١٩٨٥.

(٢) العلوي هادي. فصول عن المرأة ، دار الكنوز الأدبية ، بيروت– لبنان ط١ ، ١٩٦٦ ، ص١١٧–١١٨

– هانم: سيدة مأخوذة من اللغة التركية.

– خانم: صيغة مأخوذة من الفارسية.

– خاتون: سيدة مصدرها مغولي استعملت قديماً عند انتشار المغول في العالم الإسلامي.

– حرمه: وتطلق على المرأة غير الشابة والعادية البسيطة.

– حرائر: تقال للنساء من غير الإماء (مفرد أمة).

– يَمَّه ويُمه مختزل (يا أمه) نداء قديم نص عليه الخليل، يَكْثُر في العراق والسودان والبوادي والأرياف"(١).

– لم تُعطَ صورة المرأة وصفاً يعبر عن حالها في الفنون التشكيلية عند العرب إلا في بعض فنون النحت والتصوير الجداري مثلما نالت هذه الصورة في وصفها في الأدب العربي لأن الأدب والشعر قد طغى على الفنون الجميلة. وخاصة فن الرسم والتصوير.

وصف المرأة في اللغة والأدب العربي:

"وفي فعل الأوصاف المحمودة في محسان خلق المرأة ورد في فقه اللغة للثعالبي ما يلي:

خود: إذا كانت شابة حسنة الخلق.

بَهْكَنَةٌ: إذا كانت جميلة الوجه حسنة المعرى.

مَمْكُورَةٌ: إذا كانت دقيقة المحاسن.

خَرْعَبةٌ: إذا كانت حسنة القد لينة القصب.

مُبَتَّلَةٌ: إذا لم يركب بعض لحمها بعضاً.

هيفاء: إذا كانت لطيفة البطن.

هَضيمٌ: إذا كانت لطيفة الكشحين*.

مَمْشُوقةٌ: إذا كانت لطيفة الخصر.

وَرْكاء: إذا كانت عظيمة الوركين.

بَضَّةٌ: إذا كانت رقيقة الجلد ناعمة.

أناةٌ وهنانة (إنانا): إذا كان بها فتور عند القيام لسمنها [انظر الشكل .٥]

(*) الكشحين: كعبي القدمين.

(١) نفس المرجع ص١١٨

غادة وغيداء: إذا كانت منثنية من اللين والنعمة[١]."

"كما وقد وردت كلمة (أناة) (عناة) في كتابات (إيلي مليكو) الفينيقي وهي تركة أدبية من نصوص ميثولوجية مثل (سلسلة بعل وعناة) الأكثر وضوحاً للقراءة ومثل : مولد الفسق والسحر[٢]...."، لأن ابتكار الأوغاريتين لفن الكاليغرافي (الأبجدية الأولى) اللاتمثيلية لم يبق من صورة المرأة إلا اسمها.

وكانت البداية الأولى لفن الخط أو الكتابة عند الفينيقيين واشتهر لديهم العديد من الخطاطين الذي يمكننا اعتبارهم أول من مارسوا البدوءات الأولى لفن الغرافيك وهو فن الخطاطة La Calligraphieوظهر العديد من الكاليغرافيكيين (الخطاطين).

"وكان وراء الر ’قمْ المكتشفة في أوغاريت هناك كتبه أنفقوا حياتهم على تعلم فنون الكتابة وفي نسخ الألواح القديمة من الموروث العتيد. وبعضهم وصل مرحلة الإبداع الأدبي[٣]."

"وتميز في أوغاريت ٣٥ خمس وثلاثون كاتباً على الأقل تختلف شهرتهم باختلاف مناصبهم وما دونوه كالكاتب (رفآن) ذو المنصب الرفيع الذي امتلك مكتبة خاصة من الرُقم ونسخ لنفسه نصوصاً رسمية (رسائل دولية) ونجد في الأرشيف الخاص به نصين على رقيم واحد والكاتب (إلي مليكو) كاهن أوغاريت الأكبر[٤]."

---

(١) الثعالبي أبي منصور عبد الملك بن محمد، المكتبة التجارية الكبرى. مطبعة الاستقامة. مصر. القاهرة ١٩٥٧ ص٢٣٠-٢٣١

(٢) اللآلئ من النصوص الكنعانية بقلم كبير كهنة أوغاريت : إلي مليكو ترجمة ودراسة العالم هـ. ي ديل ميديكو. ترجمة وتكليف مفيد عرنوق منشورات مجلة الفكر ١٩٨٠ م ط١ ص٩

(٣) السواح فراس ، نصوص الشرق القديم، دار علاء الدين، دمشق ٢٠٠٦، ص٢٥٨ – ٢٥٩

(٤) أوغاريتات دراسة في تاريخ أوغاريت وديانتها وأدبها تأليف وتعريب: منال حمدان مهدي الزعبي – زياد السرحان – محمد سمير عبابنه: إشراف وتحرير عمر الغول دار الأمل، إربد– الأردن ، ص٦٩

ثالثاً : صورة المرأة الاجتماعية والتاريخية (العصر الأمومي):

"ربما كان العصر الأمومي ذلك العصر الذي سبق اكتشاف تربية الحيوان واستئناسه ومن ثم اكتشاف الزراعة حين كان الطعام الذي تجمعه النساء من الثمار ومن جذور النباتات أساسياً في استمرار الحياة طالما أن الرجل أو الرجال يعتمدون على الصيد الذي يمكن أن لا ينجح فيموت الناس من الجوع. في هذه الفترة كانت المرأة أثناء ذلك في طريقها إلى أكبر كشف اقتصادي بين تلك الكشوف قديماً[١]"

ولربما في العصور البدئية لنمو المجتمعات البشرية كان الإنسان الذي يطرح على نفسه صيغة السؤال الذي أسس لنشوء مفهوم العلم وهو كيف؟ كيف آكل؟ كيف أوي إلى مكان أحمي فيه نفسي وجماعتي؟ كيف أحمي نفسي من الحيوانات المفترسة؟ كيف أعيش وأمامي أنواع الطرائد التي لا يمكن الفتك بها؟ ربما كانت هذه أسئلة لا تزال تدور في أذهان البشر إلى يومنا هذا.

إن اهتمام الذكور ذو العضلات المفتولة والقوة الجسدية كان يدفعهم للصيد في شكل جماعات بينما تبقى النساء في مواقع إقامة تلك الجماعات البدائية ترعى الأطفال وتحمي مقار تلك الجماعات فكانت النساء يقمن بالتقاط الثمار في الأماكن الآمنة قرب مقرات سكناهن، بينما كان الرجال الأشداء يقطعون مئات الكيلومترات وخاصة في مثل بوادي بلاد الشام وشرق وسيناء والصحراء الغربية جنوب المتوسط، ولربما أيضاً أن هؤلاء الصيادين هم الأجداد الأول لمجتمعات بدو بلاد الشام والجزيرة العربية وبدو الطوارق في الصحراء الكبرى والمغرب العربي وبدو سيناء.

"وفي استراليا كان العرف القائم هو أنه إذا ما غاب الزوج في رحلات صيده أخذت الزوجة تحفر الأرض بحثاً عن حبةٍ تُؤكل وتقطف الثمار والبندق من الشجر، وتجمع العسل والفطر والحب والغلال التي تنبت في الطبيعة.

ولا تزال بعض القبائل إلى يومنا هذا تحصد الغلال التي تنبت بالطبيعة دون أن تحاول غرس الحبوب وبذرها.

وما لبث هنود (ساكرامانتو) عند هذه المرحلة لا يجاوزونها أبداً... وكان الرحالة في مدغشقر في القرن التاسع يرون النساء وقد امتشقن العصي المدببة ووقفن في صف كأنهن الجنود، ثم تصدر لهن إشارات البدء فيأخذن في حفر الأرض بعصيهن وقلب التربة ووضع البذور ثم تسوية التربة بأقدامهن من جديد. وهن بعدئذ يمضين إلى خط آخر من خطوط الحقل[٢]."

---

(١) الجزماتي نذير . المرأة بين البدائية المشاعية إلى القرن الواحد والعشرين. دار العراب للدراسة والنشر والترجمة، دار نور، دمشق سورية ٢٠١٣م.ص٥

(٢) ول وايربلد ديورانت . قصة الحضارة مج١، ص١٥.

"وفي تاريخ البشرية قصص شتى يمكن التنويه بها في مثل هذا البحث وهي: وحشية المخلوق البشري الذي لا يتوانى عن أكل لحم أخيه الإنسان إذ كان البدائيون لا يوفرون لحوم أمثالهم من البشر دون أية أحاسيس إنسانية وبقي هذا الطعام سائداً إلى القرن الحادي عشر في الدانمارك وإيرلندا وأيبريا وعند جماعة (البكت) وكان الأحياء في الكونغو الأعلى يباعون ويشترون رجالاً ونساءً وأطفالاً وكان اللحم البشري في جزيرة بريطانيا الجديدة يباع في دكاكين كما يبيع القصابون اللحم الحيواني اليوم.... وكان "الفيجيون" ينزلون لحم النساء منزلةً أعلى من لحم الكلاب، لأن الكلاب كان مذاقها رديئاً، لما مرّ (بيرلوتي) في جزيرة تاهيتي، أخذ رئيس كهل من رؤساء القبائل (البولنزية) يشرح له طعامه قائلاً: إن مذاق لحم الرجل الأبيض إذا ما أُحسن شوائه كمذاق الموز الناضج[١]"

ربما كانت الغرائز الوحشية والجهل المطبق في المجتمعات البشرية قبل أن يُعهدْ إلى المرأة الأم العناية بالأطفال وهي المسؤولة عن الأسرة وهنا ربما كانت مكانة الرجل في هذا الشأن عارضة لأن رعاية الصغار هي شأن نسوي.

وهناك مسألة أخرى هو أن الاعتقاد السائد لدى العديد من البدائيين أن الدور الفيزيولوجي الذي يقوم به الذكور كان بعيداً عن معتقد بعض الشعوب البدائية الأخرى أو أنه السبب المباشر لإنجاب النساء لأولادهن

"كان سكان جزائر (تروبياند) لا يفسرون حمل النساء إلى الاتصال الجنسي بل يعللونه بدخول شبح إلى جوف المرأة، وأن هذا الشبح ليدخل جوفها عادة إذ هي تستحم فتقول الفتاة في ذلك (عضتني سمكة)

ويقول ماليتفوسكي: وسألت من يكون والد طفل وُلَدَ سفاحاً؟ فأجابوني كلهم بجواب واحد: إن الطفل بغير والد لأن الفتاة لم تتزوج.... بل أن شبحاً هو الذي وهبها طفلها.... [٢]

المرأة وخصوبة الأرض (آلهة الخصب)

في تاريخ بلاد الشام شرقي المتوسط ترى نماذج من أعمال فنية تصور المرأة آلهة الخصب بأثداء كبيرة مترهلة وجسم ممتلأ. بصورة وأسلوب بدائي تنم عن أن المجتمعات البكر في النشأة الأولى للبشر في شرق المتوسط أن للمرأة دور في التعبير عن الخصب الجنسي، أما عملية الربط بين مسألة الخصب البشري التناسلي وخصب الأرض لا تزال "كطقس اجتماعي" غامضة في تاريخ بلاد الشام ولا يعبرن عنها إلا في اللقى الأثرية.

ربما هذا يعود لاندثار تلك النظم الاجتماعية وظهور الديانات المختلفة في هذه البلاد التي انتهت في أيامنا هذه إلى الديانات السماوية بكل فروعها ومللها ونحلها والتي انتشرت في جميع أصقاع الأرض إذ تغيرت

---

(١) نفس المرجع (الجزماتي نذير) ص١٦

(٢) نفس المرجع (الجزماتي نذير) ص٢٧. بتصرف.

نظرة المجتمعات البشرية تدريجياً نحو المرأة وهذا ينطبق على أوروبا وشمال أفريقيا كبلاد شواطئ البحر الأبيض المتوسط.

مظاهر نشوء ألوهية المرأة:

إن مسألة اقتران المرأة في خصوبة الأرض ربما انتقلت إلى شعوب العالم الأخرى لأنها تعبر أيضاً عن مفهوم (التجدد) ففي حقول (جزيرة جاوا) يتصل الفلاحون بزوجاتهم اتصالاً جنسياً ليضمنوا خصوبة انتاجها،... وهي تقام عادة في فصل (البذر)... وكانت المرأة أهم ما أتجه إليه التحريم عند بعض البدائيين فآلاف الخرافات نشأت عن المرأة لتجعلها محرمة اللمس، خطرة، نجسة، ولم يكن منشئ الأساطير في كل أنحاء العالم أزواجاً موفقين، لأنهم متفقون جميعاً على أن المرأة (أساس السّر) كله. ولم يقتصر هذا الرأي عند بعض الديانات السماوية، بل جاوزها إلى بعض الديانات الوثنية"(١)

ويقول وايل ديورانت: (قصة الحضارة، المجلد الأول ص١٠٥ + ص١١٩) "الأرجح أن تكون النساء هنَّ أول من أمتهن (مهنة الطب) لا لأنهن الممرضات الطبيعيات للرجال فحسب، بل لأنهن جعلن من مهنة (التوليد) (الداية) . أكثر مما جعلن من مهنة الارتزاق . أقدم المهن جميعاً فحسب بل لأن اتصالهن بالأرض كان أوثق من اتصال الرجال بها. فأتاح لهن ذلك علما أوسع بالنبات ومكنهن من التقدم بفن الطب وميزَّنه عن التجارة بالسحر الذي يقوم به الكهنة[١]."

وبدت أهمية ألوهية المرأة بصورها المتعددة:

. فهي عشتار (استارثي وأفروديت عند اليونان)

. وإيزيس عند المصريين.

. وفينوس عند الرومان.

". و(ديمتر) و(أفرديني) عند البابليين التي لم تكن عندهن آلهة الحب والجمال فقط بل كانت فوق كل هذا الآلهة الرحيمة التي تعطف على الأمومة الولود، والموحية الخفية بخصب الأرض وهي (الأم العذراء المقدسة) الذي رفض (جلجامش) الزواج منها. حين عرضت عليه للزواج وحجته (أنه لا يوثق بها) ألم تحب يوماً أسداً ثم أغوته وقتلته؟[٢]"

---

(١) جزماتي نذير، المرأة بين المشاعية والبدائية إلى القرن الواحد العشرين . دار العرب للدراسات والنشر والتوزيع دمشق ٢٠١٣ ص٢٢. ٢٣. ٢٩

(٢) نفس المرجع ، ص ٣٠.

- **رابعاً : تطور الصورة الأنثوية في الفنون ما بعد البدائية شرق البحر الأبيض المتوسط:**

كان لعامل تشكل ونشوء الممالك الصغيرة في كل من سورية "بلاد الشام" والعراق الأثر البالغ لظهور مفهوم (الصورة) اللاتمثيلية إلى جانب تبلور حضارات استخدمت شكلين للصورة:

١. الشكل الأكرفوني والذي تطور فيما بعد إلى الحروفية المجردة في الخط المسماري.
٢. الشكل البدائي التمثيلي الفطري والذي ظهرت فيه صورة الدمى البدائية للمرأة الآلهة وهي دمى صغيرة يمكن حملها أثناء تنقل الإنسان مصنوعة من الطين الجاف أو الطين المشوي (المسوَّى)

ولما كُتبتْ اللغات المسمارية ظهرت فيها ٣ ثلاث مجموعات أثنوغرافية.(عِرقية،نسبية) Ethnographie.

"إذ يُستدل من الدراسات اللغوية إن ثلاث مجموعات إثنوغرافية سكنت العراق القديم وهم: السومريون أقصى جنوب في أقصى الجنوب من نيبور إلى الخليج العربي والأقوام العربية القديمة في الشمال والوسط والجنوب، وفئة ثالثة لم تحدد هويتها بعد ربما من نوع شعب (إيبلا(*)) (سورية)

ولما كتبت اللغات الثلاث فيما بعد بالمسمارية أدرك بأنها ثلاث فئات اثنوغرافية لكن الفارق كان لغوياً فقط وليس سياسياً أو ثقافياً ولهم نفس الإبداع الحضاري ونفس المعتقدات.

– وكان المجتمع الذكوري هو المسيطر في هذه المجتمعات وفي القرن (٢٦ق.م) كانت مدينة ماري على سبيل المثال وبعض المدن السومرية تعداد سكانها من ١٠. ٥٠ ألف نسمة وكانت شوارعها متعرجة وكان لكل منها مزارع كبيرة ترويها مياه الجداول والترع في حينها ظهرت صورة المرأة الإلهة. مثل: آلهة الينبوع في مدينة ماري، وكان صيد الأسماك وفق الأعمال الفنية الرافدية يتم بالشباك والأشاص (الحربة . أو الرمح) فظهرت آلهة امرأة اسمها (أنكي) آلهة الحكمة والمياه، ولكن أم الخليقة هي البحر الأول (نمو) وكذلك المرأة الأنثى (تيامات Tiamat) التي تمثل البحر أو المياه المالحة.

وكذلك الآلهة (نانشي) آلهة السمك وصيد الأسماك تهتم بالانصاف والعدل وهي ابنة (أنكي) وكانت توقع سخطها وجام غضبها على المتلاعبين بقوت الناس"(١)

"وفي الألف الثامن قبل الميلاد اكتشف الإنسان البدائي الزراعة في منطقة الشرق القديم وعد علماء الحضارات ذلك الإنجاز بمثابة الثورة الأولى في تاريخ البشرية....

ونتيجة ذلك تعددت المعتقدات ونشأت عبادات مختلفة بطقوس ارتبط أغلبها بالأساطير الإلهية مثل (ديانة الخصب) أو طقس (الجنس المقدس) والمتمثل بزواج الملك من آلهة الخصب (المتمثلة بالأنثى) كل ذلك مجتمعاً جعل الموضوع المتعلق بالجنس والخصوبة وارتباطها بالأنثى وبالأرض ودوره في سر الحياة....

(*) مدينة أثرية اكتشفت في سورية لها أبجديتها. ومن الجدير بالذكر أن كلمة إيبلا تعني عبلاء: ويطلق كلمة عبلاء على المرأة التي تميل بشرتها إلى البياض وكذلك إلى الأرض البيضاء وهناك أيضاً في منطقة عسير (حيث درست الباحثة) في مدينة بيشة (السعودية) منطقة أثرية اسمها (عبلاء) أو (إيبلا) في منطقة الثنية جنوب غرب مدينة بيشة (الباحثة)

(١) الدنون عبد الحكيم، الذاكرة الأولى ،دار المعرفة دمشق ١٩٣٣ ص٣٠-٤٠

وصنع لها تمثالاً من الطين على شكل امرأة عارية أطلق عليها العلماء اسم تمثال الآلهة الأم (Mother – goddess) أو آلهة الخصب (Goddess of fertility) أو الآلهة الأنثى (Female deities) لأنها الأم الإلهية أم كل شيء فيه تجسيد لعناصر النماء الأنثوي في الطبيعة إنها صانعة الحياة وحافظتها... من هنا وصف الباحثون المجتمع آنذاك بالمجتمع الأمومي"، الذي نشأت بداية تشكله في شرق المتوسط وخاصة في اللقى الأثرية للإنسان البدائي في جزيرة الفرات السورية [انظر الشكل٦] " [١] وتدل نشأة الفن البدائي أن للمرأة دور منذ بداية الحياة تطور وفق المضامين والأساليب الفنية على مر العصور ومازالت صورة المرأة جزءاً لا يتجزأ من الثقافة والتراث الإنساني فبرزت إنسانية الفن كفكرة واضحة المعالم في البدوءات الأولى للتعبير الغرافيكي.

- **<u>خامساً نشأة التعبير الغرافيكي في الفن البدائي:</u>**

وأما ظهور صورة المرأة في الفن البدائي في شرق البلاد العربية يعود إلى النصف الثاني من دور الوركاء أو (عصر أورك) الاسم القديم والتي تقع في العراق جنوبي شرقي محافظة المثنى.

"لقد عدّ بعض العلماء حضارة النصف الثاني من عصر أورك وبداية عصر (جمدة نصَّر) وهو الدور الذي يلي دور أورك حقبة حضارية أطلقوا عليها: بدء (الكتابة والأدب) (Calligraphie Littérature).

وقد زودتنا هذه الحقبة من الزمن بآثار فنية راقية وبنقوش عديدة تدل على تقدم الحضارة بمختلف مجالاتها في حدود ٣٢٠٠ – ٣٠٠٠ ق.م، ومن هذه الآثار التي عثر عليها في الوركاء أو هو معروض في مقدمة القاعة الثالثة من المتحف العراقي من بينها مسلة صيد الأسود والإناء النذري الشهير ورأس فتاة من الرخام الأبيض بالحجم الطبيعي وتمثال صغير من رخام شمعي يمثل إمرأة عارية....

إن إخراج بعض العلماء اللقى الأثرية للفن البدائي من فنون شرق المتوسط في بلاد الشام والرافدين ونجد آراء بعض علماء الآثار لا ينفي وجود آثار الإنسان البدائي في كل من فلسطين وسورية والعراق والتي تمثل المرأة. "فإذا اعتبر العصر الحجري الحديث عصراً انتقالياً ما شهد (ثورة العصر الحجري) التي قلبت أسس حياة المجتمعات البشرية وكونت القاعدة المادية التي تطورت عنها الحضارة البشرية فيما بعد لذا تدخل في إطار (الدراسات الشرقية) التي تبدأ عام (٨٠٠٠ ق.م) بدلاً من عام (٥٠٠٠ق.م). [٢]"

---

(١) د. رحمة سمير، بحث منشور، مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية. عنوان البحث (القيم التعبيرية والتشكيلية في منحوتة الآلهة الأنثى)

(٢) نفس المرجع الدنون ص٢٠-٢١

"ولعل اكتشاف الإنسان البدائي لمفهوم الغرافيك كانت بداياته عندما لاحظ (طبع أقدامه) على الطين في المناطق الموحلة الناجمة عن ضغط أقدامه على الطين الطري، أو قيافته لآثار طبعات طرائده على الأرض الطرية المبتلة. أو على التراب، كما أن رسوم الإنسان البدائي على جدران الكهوف والتي كان يؤلفها من نسج خياله هي إحدى وسائل التعبير الغرافيكي (الحاضن الأم) لفن الإعلان الإنساني الذي يُعبِّر عن الأفكار والصور.

وهناك سبب مباشر لاختفاء قواعد المنظور في تلك الصور، ذلك أن البدائي لم يكن يمارس التصوير نقلاً عن الطبيعة أو عن أنموذج – كما يفعل أغلب فناني اليوم بل كان يجتَّر الأشكال من الذاكرة فيسجلها بعد أن يلعب بها خياله الساذج دوراً يجنبها صفة المطابقة لصور الواقع[١]."

"والاتصال البصري Visual communication بمعناه الواسع له تاريخ طويل فعندما كان الإنسان الأول يصطاد للحصول على الطعام كان يقتفي (أثر أقدام) الحيوانات في الطين وهو بذلك ينظر إلى (علامة غرافيكية) (تدل على وجود الطريدة في مكان قريب....) وبهذا تعود ملامح التصميم الغرافيكي إلى قدم حياة الإنسان الذي كان بطبيعته تواقاً إلى البحث والاكتشاف مستخدماً كل حواسه وخاصة البصرية لردود أفعاله تجاه الأحداث التي تواجهه، ومعبراً عما يشغل فكره بوسائله البسيطة، ومن بينها التعبير بالرسم الذي ابتكره ليكون وسيطاً بينه وبين الطبيعة[٢]."

(١) مصطفى محمد عزت، قصة الفن التشكيلي للعالم القديم، ٢، دار المعارف، مصر، ص ١٦، ١٩٦٠م

(٢) د. يازجي أحمد، تاريخ التصميم الغرافيكي، جامعة دمشق، ٢٠١٢، ص٩.

"ويزعم بعض العلماء أن الموطن الأول للجنس البشري المعروف باسم (يناندرتال) –الذي نزل من جنس (كرومانيون) كان آسيا الصغرى. ومنها اتجه إلى أوروبا عن طريق إفريقيا.

وقد قام العالم (يمبلي) بتحقيق في هذا الشأن انتهى فيه إلى الرأي: بأن جماعة من البشر الأول كانت تسكن تركستان هاجرت ليتخذ بعضها الصين أو منشوريا وطناً له، وليتخذ البعض الآخر مقره في (عيلام) أو في (سومر) أو صحراء إفريقيا قريباً من وادي النيل أو جنوب القارة الأوروبية[١]."

الدلالات الغرافيكية في الأشكال الأبجدية للصورة التمثيلية شرق وشمال جنوب المتوسط:

"يقول الباحث ز.جورج بيروس إن ابتكار الأبجدية كان حدثاً هاماً جداً لا يمكن مقارنته بأي حدث في تاريخ الجنس البشري وهو أعظم من ابتكار الطباعة.

إذ أن تحليل الكلام وإرجاعه إلى عناصره الأولية يحتاج إلى عمل فكري عظيم. وإن نقش (أحيرام) يقدم لنا أبجدية كاملة مقروءة ومفهومة بوضوح ذلك أن كل حرف يعتمد بصيغته على دلالته (التمثيلية) لأشياء معروفة ... وإن الحرف هو المسعف في تثبيت هذه الدلالة[٢]."

جدول يبين الحروف الأبجدية الكاليغرافية les callygaphis

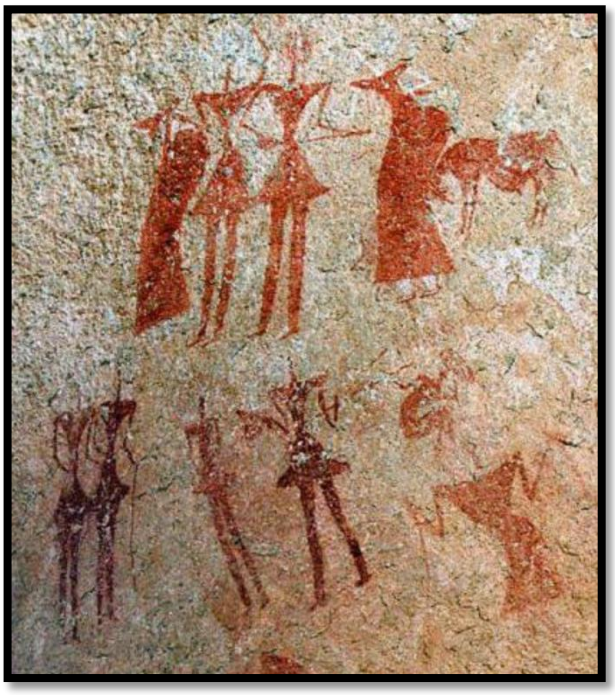
اللفظ الكنعاني أو الفنيقي	اسم الحرف باللغة العربية	الدلالة
المفرقس	حرف الألف ا	ويعني البقرة ويرمز إليها بما يوضح خصائص البقرة وهو الرأس ذو القرنين
بيتا زالباس	حرف الباء ب	وتعني المنزل أو البيت ورمزها مخطط غرفة أو صحن دار
جميل، زالجيمز (الجمل)	حرف الجم ج	ويمثل بسهام
دابيت، زالداس	حرف الدال د	وتعني الدلالية أو محرقة الباب
زالياس	ز حرف الزاي	وتعني الزند أو الساعد
كوف، زال الكافس	حرف الكاف ك	وتعني كف اكف اليد
زا الراءس	حرف الراء ر	وتعني الرأس وتحمل شكل الرأس
وسن زالسينس	حرف السين (س)	وتعني سن ويأخذ الحرف شكلاً مضرساً
وماء زالميمز	حرف الميم مـ ، م	وتعني الماء وتتجلى بشكل متومج.

ويستنتج أن: **كافة العوامل أنفة الذكر شكلت صورة المرأة في المؤلف الفني منحتها صوراً جديدة في الفنون القديمة**

(١) مصطفى محمد عزت، قصة الفن التشكيلي، ج١، دار المعارف، مصر، القاهرة، ١٩٦٠ م. ص١٠

(٢) د. بهنسي، شمال وجنوب، وزارة الثقافة والإعلام، الشارقة، ٢٠٠١ م. ص١٤

الشكل رقم [١]

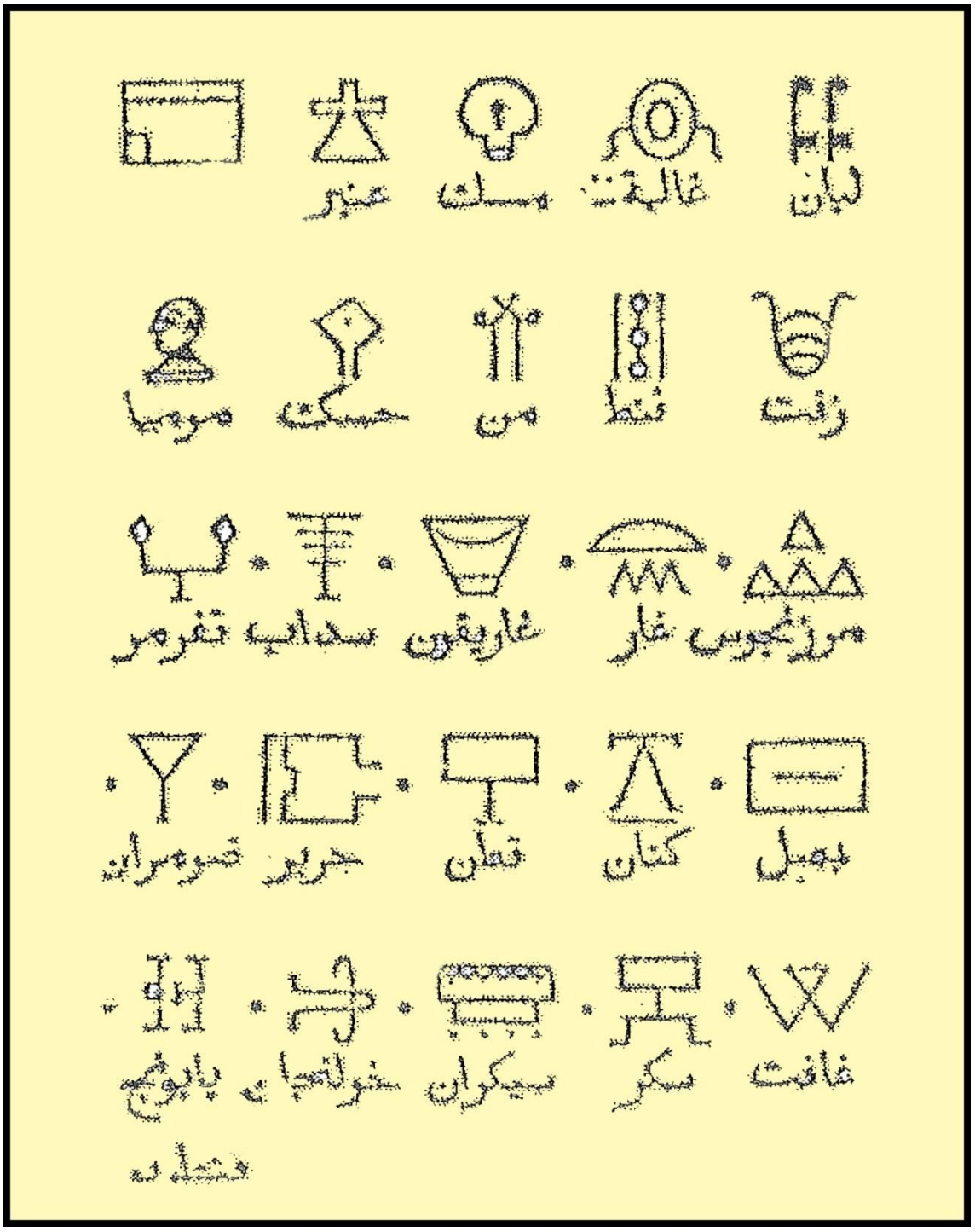




ظهور الصورة التمثيلية للمرأة للمرة الأولى على جدران الكهوف (المهد الأول) لفن الإعلان الجداري ملصق poster جنوب شرق الجزائر من الفن البدائي جنوب البحر المتوسط.

(العصر الحجري من ٣٠٠,٠٠٠- ٣٠,٠٠٠ قبل الميلاد).

الشكل [٢]



رموز فنية كتابية لمنتجات تجارية في البلاد العربية تعود لعام ٢٤١هـ . ٨٢٠ ميلادي والكتابة الموجودة ترجمة مخطوطة (شوق المستهام في معرفة رموز الأقلام)لابن وحشية النبطي الكلداني المتحف البريطاني . لندن. تحت رقم (44OH17)

(الرموز الفنية لسلع تجارية قد تمثل جذر فن تصميم اللوغو LOGO المعاصر)

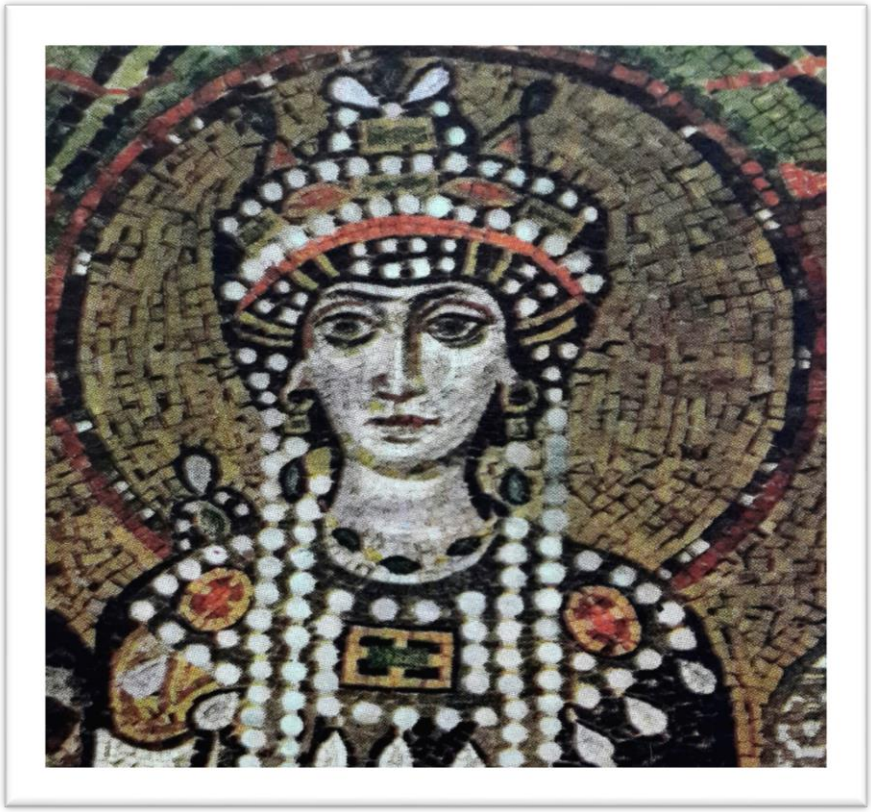
(الشكل ٣-أ)



الحروف العربية	الحروف اللاتينية	الأبجدية الأوغاريتية	الحروف العربية	الحروف اللاتينية	الأبجدية الأوغاريتية	الحروف العربية	الحروف اللاتينية	الأبجدية الأوغاريتية
ف	P	𐎐	ي	Y	𐎊	ا	A	𐎀
ص	Ṣ	𐎕	ك	K	𐎋	ب	B	𐎁
ق	Q	𐎖	ش	Š	𐎌	ج	G	𐎂
ر	R	𐎗	ل	L	𐎍	خ	Ḫ	𐎃
ث	Ṯ	𐎘	م	M	𐎎	د	D	𐎄
غ	Ǵ	𐎙	ذ	Ḏ	𐎏	ه	H	𐎅
ت	T	𐎚	ن	N	𐎑	و	W	𐎆
إ	I	𐎛	ظ	Ẓ	𐎒	ز	Z	𐎇
ؤ	OU	𐎜	س	S	𐎓	ح	Ḥ	𐎈
(س)	(S)	𐎝	ع	ʿ	𐎔	ط	Ṭ	𐎉

جدول يبين الكتابات الأوغاريتية للعديد من الأبجديات القديمة (البناء التايبوغرافي).

الشكل [٣ب]



صورة القديسة سيفان جيل، من الفن البيزنطي، فن جداري. موزاييك العصر البيزنطي٣٠٠-١٩٥٣م

الفنان المصمم: كازارين تيودور

(انظر الشكل ٤)



أبجدية أوغاريت١٩٠٠ قبل الميلاد

الشكل رقم [٥]



الآلهة عنانة (إنانا) أو (الأم) من النحت الرافدي وهي تمثل المرأة آلهة الخصب
وفي اللغة العربية المرأة العناة: هي المرأة التي فيها فتور عند القيام (بسبب السُمنة)

الشكل رقم [٦]



متحف الفن الحديث . باريس فرنسا. صورة المرأة آلهة الخصب من االنحت الرافدي نحت الدمى(الألف الثالث ق.م) جزيرة الفرات السورية (الآلهة الأم) (طين محروق)تأثر بها. الفنان النحات الفرنسي هنري لورن الألف الثالث قبل الميلاد

المبحث الثاني

مظاهر وأشكال تمثيل صورة المرأة في الفنون القديمة

مظاهر وأشكال تمثيل صورة المرأة في الفنون القديمة:(ماقبل الميلاد)

الغرافيك في بلاد ما بين النهرين:

"أدى تطور الحضارة القديمة إلى ظهور الكتابة التي استخدمها حمورابي في نقش شريعته على مسلةٍ تصور الآلهة، وهي تسلمه مقاليد الحكم ليقتنع الناس بذلك. ويعد هذا بداية الإعلان القديم، وبذلك ظهرت الكتابة writing.

ويعتبر وادي الرافدين من أقدم مواقع العصور الحجرية ما قبل التاريخ فقد عاش الإنسان الأول منذ دهور طويلة وقد وجدت آثاره في الكهوف.

ومن أقدم المواقع الأثرية في العراق عثر فيها على نماذج من أدوات العصور الحجرية هو موقع (برد بلكا) قرب منطقة جمجال في كركوك يعود تاريخها إلى مائة ألف سنة قبل الميلاد. وكذلك في كهف (هزار مرد) [الطبقة] في السليمانية.

السومريون: "النظام السياسي"

كان لنظام الحكم عند السومريين أثره على ظهور الكتابة Lacalligraphy إذ يشكل الأرضية لإجتماعية للرافديين إذ كان سدنة المعبد Temple هم من يتولى الإدارة السياسية في الدولة والمجتمع باسم الآلهة.

وكانت محاصيل المعابد وفيرة ويعاد توزيع قسم فيها، ويخزن قسم منها كما يُقايضُ على قسم آخر مقابل سلع أجنبية.

ومع إحداث النمو في معدلات الإنتاج وسعة الاقتصاد وازدياد الثروة وانتعاش التجارة كانت الحاجة قائمة إلى التوثيق ومسك الدفاتر والإدارة والتنظيم والتخطيط وأنماط العمل والإنتاج فانتشرت الكتابة في كافة المدن السومرية[1]."

وكانت صورة المرأة الآلهة أحد الأشكال الممثلة للفن الرافدي فالمرأة الأنثى ماهي إلا ليليت lilit جنية الليل التي تظهر في ملحمة جلجامش ، في العهد القديم وربما هي رمز للطائر الليلي (البوم) الذي يرمز للهدوء والحكمة[2]."

المرأة الآشورية:

"عند الآشوريين كانت منزلة المرأة، أقل شأناً عند المصريين ولم يقرأ في التاريخ بروز نساء آشوريات لأن المجتمع الآشوري القديم هو مجتمع ذكوري يهتم بالتناسل الأسري كون الآشوريين يهتمون بالرجال الذكور ويظهرونهم في أعمالهم الفنية في حاله تبرز قواهم العضلية مثل العمل الفني (صارغون يصهر أسداً) وغيرها

(١) الذنون عبد الحكيم ، الذاكرة الأولى ،دار المعرفة ، دمشق ، سورية ،١٩٩٣ ص٣٤ (بتصرف)
(٢) د.مرعي عيد ، أثار الوطن العربي القديم ، الجزيرة العربية وبلادالرافدين ، منشورات جامعة دمشق ١٩٩١ص٢٠١

من الأعمال الفنية التي تظهر العضلات التفصيلية حتى للحيوانات كالخيول. والطرائد المصابة بالسهام وهي تتألم مثل عمل (اللبوءة الجريحة) التي تظهر الألم الذي تعانيه الطريدة الأنثى من السهام.

وكان الإجهاض عند الآشوريين جريمة يعاقب عليها بالإعدام وكانت المرأة التي تجهض نفسها أو حتى المرأة التي تموت وهي تحاول إجهاض نفسها تمزق بعد موتها، وكانت منزلة المرأة في آشور أقل منها في بابل. وإن كان منهن من بلغن منزلة سامية بالزواج والدسائس.

وكانت تفرض عليهن عقوبات صارمة إذا هن ضربن أزواجهن، ولم يكن يسمح للنساء المتزوجات الخروج إلى الطريق العام (بغير حجاب) وكان يطلب منهن أن يكنّ أمينات جداً على أعراضهن... وإن كان يسمح لأزواجهن بأن يتخذوا لهم ما يشاؤون من السراري... وكان للملك عدد من الزوجات يعش عيشة العزلة ويقضين أوقاتهن بالرقص والغناء، والنزاع والتطوير والتآمر[١]." وتم تصوير المرأة الرافدية تارةً كآلهة مثل : ألهة الينبوع وتارةً مغنية في المعبد مثل:أورنينا في مدينة ماري السورية على نهر الفرات محافظة دير الزور.

ولعبت بعض الحواضر الشرق أوسطية دوراً مهماً في تشكل المجتمعات القديمة في شرق المتوسط، وكان الموقع الجغرافي لكل منها أثره الخاص والملائم لوجودها، وبقائها وسقوطها.

وكان لموقع كل من دمشق والبتراء وتدمر والحضر والاسكندرية وقرطاجة جنوب المتوسط ودومة الجندل ومكة والمدينة المنورة دور هام في تشكل صورة المرأة في المجتمع العربي الذي عاش في القرن الأخير قبل الميلاد.

مدينة الحضر : (عربايا) أو (دولة العرب)

"الحضر[*] مدينة واسعة تكثر فيها المباني المشيدة بالحجر وهي واقعة على بعد ١١٠كم من الموصل إلى جنوبها الغربي ومنطقتها بادية لا تتوفر فيها المياه الجارية ولا الزرع الوافر وشأنها شأن تدمر والبتراء. وغيرهما من المدن الصحراوية. وازدهرت في ظرف خاص علائم لوجودها في أماكن منعزلة واقعة على طرف البوادي المجاورة أو الفاصلة بين إمبراطوريتين عظيمتين اقتسمتا العالم القديم في القرن الأول للميلاد، وكان بينهما صراع مستمر على السيطرة وبسط النفوذ، وقد سخرتا إمكانياتها المادية والبشرية للفوز بذلك النزاع.

وبذلت كل منهما جهداً كبيراً ومالاً وفيراً لكسب القبائل العربية ، الأولى الامبراطورية الرومانية التي بسطت نفوذها في آسيا الصغرى والثانية امبراطورية (الفرس) وهم قوم كانت مواطنهم الأصلية بلاد ما وراء الحضر ثم

---

(١) جزماتي نذير، المرأة من المشاعية البدائية إلى القرن الواحد والعشرين، دار نور للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٣، ص٢٨-٢٩.

(*) ويطلق عليها المؤرخون عربايا أو دولة العرب وهي أول كيان سياسي لدولة عربية قبل الميلاد.

قدموا منها واستقروا في شمالي الهضبة الإيرانية، وقد أتخذ الفرثيون عاصمتهم في سلوقية ثم شيدوا قصورهم قبالها في طيسفون على الضفة الشرقية له.

ومما زاد ازدهار تلك المدن الصحراوية انصرافها إلى التجارة بنقل البضائع بين موانئ على الخليج العربي ومدن على السواحل الشرقية للبحر الأبيض المتوسط فكانت جسراً بين آسيا وأوروبا.[١]

المرأة الحضرية:

"ويقدم لنا الفن الحضري وخاصة فن النحت صوراً صادقة من المجتمع الحضري ومكانة المرأة وصورتها الحقيقية في هذا المجتمع.

فهي تارةً المرأة المتمثلة بصورة الآلهة أو الأميرة أو السيدة من النخبة في المجتمع العربي في الحضر. [انظر الشكل ٧]

"وكانت تسمى عربايا نسبة إلى العرب قد ورد ذكرها في كتاب (بهستون) من ضمن الأقاليم المؤلفة لامبراطورية الملك الأخميني دارا الكبير في نهاية القرن السادس قبل الميلاد

ويبلغ عدد الكتابات المكتشفة في مدينة الحضر إلى الآن الثلاثمائة نص وكلها بالآرامية باستثناء نص باليونانية وثلاثة باللاتينيه، التي كانت في ذلك الزمان لغة التدوين والمراسلة عند معظم الشعوب مع اختلاف ألسنتهم وتباين لغتهم.

وكان للآراميين ثقافة عالية وحضارة راقية اكتسبوها لاشتغالهم بالتجارة وما تتطلبه من أسفار واحتكاك بأقوام ذوي ثقافات متباينة ومن تلك الشعوب التي كتبت بالآرامية العرب الذين استقروا في العراق وسورية في حين قبائل عربية أخرى كانت تعيش حياه البداوة في بادية الشام وسماوة العراق.

- **المرأة المانيكان عند الحضريين:**

عُرفَ المانيكان لأول مرة في مدينة الحضر العربية (إذ تم إكتشاف تمثال نصفي لسيدة غير معروفة عليه بعض النقاط والمُوحددات التي تدل على أنه كان يستخدم على شكل مانيكان صناعي حيث كان يُكسى بالثياب النسائية عند الحضريين)"[١] [انظر الشكل ٨]

(١) د.فؤاد سفر ، د. مصطفى محمد علي . الحضر مدينة الشمس. وزارة الإعلام العراقية،١٩٧٤ ص١٧ – ص ٢٠ (بتصرف)

ملابس المرأة (الحضرية) (ملابس النساء):

"بما أن تماثيل النساء قليلة العدد نسبياً فإن معرفتنا بأزياء النساء ليست كافية ومع ذلك يبدو أن المرأة الحضرية تغطي الجسم من الرأس إلى القدم باستثناء الكفين وأحياناً باستثناء جزء من الصدر.

وكانت ملابسهن معظمها غير مقطعة بل مصنوعة من قطعة واحدة من القماش ثبتت على الجسم بكلاليب وأحزمة وتتألف عادةً من : قميص وثوب واحداً أو ثوبين ومن طرحة أو عباءة والقميص بهيئة تنورة يرجع إلى شكل كيس يلبس من فوق الرأس ويثبت على الخاصرتين ونشاهد حافته السفلى عند القدمين تحت الثوب..... ويشكل القميص أحياناً ثوباً داخلياً يكون له ردتان تصلان الرسغ أو المرفق، وينفرد قميص الأميرة دوشفرى وابنتها سمي(سميا) بكثر التطريز أو الزركشة (ornoment) ولاسيما في القسم الأعلى وعلى الردتين [انظر الشكل٩].

أما الثوب الخارجي فهو أقصر من الداخلي يمتد على الساقين وليس له ردتان وهو من قطعة من قماش تلبس على الجسم بأشكال مختلفة تارة بشد الحافة العليا من الأمام والخلف بدبابيس أو أشرطة وبحزام يشد تحت الصدر، وتطوى الحافة العليا للثوب أحياناً إلى الأسفل وأحياناً يغطى جزء منه عصابة الرأس مثلما يشاهد في غلال(الأميرة دوشفري) وهو قريب جداً من أزياء السيدات التدمريات في سورية في العصر الروماني

وتضع المرأة على رأسها عصابة تقوم مقام التاج أو العمامة، والعصابة على ما يظن عبارة عن مساند خشب خفيفة يلف حولها القماش الى الشكل المطلوب. فيتكون من ذلك ما يقوم مقام التاج.

وتثبت على العصابة المصوغات،ثم يعطى قسمها الخلفي بأعلى العباءة أو الطرحة ويشاهد ذلك في معظم تماثيل النساء ويلاحظ في تمثال دوشفرى أن تاج الرأس مغطى بطرف واحد من ثوبها الخارجي، وتكون الطرحة أحياناً تحت التاج في تماثيل الآلهات

الأحذية:

لا يوجد في التماثيل الحضرية امرأة حافية القدمين، ويلاحظ نوعان من الأحذية النسائية أحدهما مغلق لا يصعد على الساق ويحتمل أنه جلد مصبوغ بألوان صارخة كالأحمر والأصفر بالإضافة إلى اللون الأسود. والنوع الآخر صندل ذوسيور ومكان لإدخال إبهام القدم ويحتمل أن يكون أحياناً من الخلف شبيهاً بما يعرف بالنعال.

---

(١) المرجع نفسه د.فؤاد سفر، د.مصطفى علي ، الحضر مدينة الشمس ص٥٨ (بتصرف)

(*) إن عبارة أخت مثلما نطلقها حالياً على الأخت الشقيقة، كان الفراعنة يطلقونها في نفس المعنى على "الزوجة" والتي كانت تدفن أي الزوجة مع زوجها حين يموت لدى بعض الشعوب، مما يجب التنويه به (أن) المقصود بكلمة (أخته) أي (زوجته).

المصوغات: أما المصوغات فقد تزينت النساء الحضريات بالتحلي بأنواع الأساور والأقراط والقلائد والخواتم وبما يعلق على تاج الرأس ويلاحظ ذلك في تماثيل آبو (إباء) بنت جبله (جبله)، وكذلك في تمثال آبو بنت جبلو (إباء بنت جبله) [أنظر الشكل١٠-١١]

صورة المرأة في مصر القديمة

المرأة في الأسطورة الفرعونية:

كان للأسطورة في التاريخ الفرعونية دلالاتها وانعكاساتها على العقيدة الإنسانية آنذاك، إذ لعبت المرأة دوراً هاماً في نسج أخيلتها وتصورات كتبتها. وربما كانت المرأة في كثير من الديانات الشرقية تُتشبه بالأرض التي تنبت قوت الناس فهي التي تنجب الزرع البشري تماماً كما تنبت الأرض الخيرات الوفيرة للبشر.

وأسطورة إزيس وأزوريس هي أسطورة فرعونية من نسج خيال شرقي لشعوب جنوب البحر الأبيض المتوسط أثر وتأثر بالأساطير السائدة شرقاً بالأساطير السورية القديمة التي تناولت أهمية المرأة في حياة تلك الأمم وكذلك تأثيرها على الفكر الإغريقي الذي ولَّد العديد من الأساطير التي تتماهى مع بعضها لتشكل ثقافة تاريخية سادت بين الشعوب المتشاطئة على شرق وجنوب وشمال البحر المتوسط.

"كتبت أسطورة إيزيس وأوزوريس عام ٤٠٠٠ ق.م وهي كأغلب الأساطير المصرية القديمة لها علاقة وثيقة بالمعتقدات الدينية وبعبادة الشمس وتقديس نهر النيل، وتقول الأسطورة: إن أزوريس هو إبن إله الأرض الذي يتحدر من سلالة إله الشمس (رع). وقد أصبح أزوريس ملكاً على مصر، وعلم شعبها كيف يزرع وكيف يصنع الخبز والنبيذ وتزوج أزوريس من أخته[*] إيزيس وتعاونا سوياً لنشر الحضارة في البلاد.

وكان أوزوريس محبوباً لدى شعبه وأثار هذا الحب حقد أخيه (ست) الذي أخذ يفكر في التخلص من أخيه والاستيلاء على عرشه.

واستطاع (ست) أن يدبر حيلة لكي يتخلص من أخيه حيث أقنعه بأن ينام داخل نعش قام بإغلاقه عليه وإلقائه في النيل... وحمل التيار النعش المعقل وألقى به في مكان يسمى (بيبلوس) على شاطئ لبنان، وهرعت إيزيس للبحث عن جثمان زوجها وأخيراً عثرت عليه وأحضرته إلى مصر... ولكن ست، قام بتقطيع جثمان أوزوريس قطعاً صغيرة ونثرها على طول البلاد وعرضها وقامت إيزيس بالبحث عن أجزاء زوجها المقتول ولاقت الأهوال في سبيل جمعها واحدة بعد الأخرى، وبعد طول عناء استطاعت هذه الزوجة الوفية أن تجمع كل أجزاء جسد أوزيريس. ثم قامت بمعونة بعض الآلهة وتسحرها بإعادة أوزوريس إلى الحياة الأبدية، وأصبح أوزيريس إلهاً بعد بعثه وعاد مرة أخرى إلى الأرض حيث قام بتعليم إبنه (حورس) ومساندته

ضد عمه (ست) واستطاع حورس في النهاية التغلب على عمه والاستيلاء على عرش أبيه[1]". [انظر الشكل١٢]

ويقول (ول وايريل ديورانت) في كتابه قصة الحضارة (م١، ك٢، ص٩٦) "كان المصريون يقدسون المعز والعجل تقديساً خاصاً ويعدونها رمزاً للقدرة الجنسية الخالقة،... ولم يكن الآلهة (أوزير) (رمز القدرة الجنسية الخالقة... ولم تكن إيزيس أخت أوزير وزوجته الوفية فحسب بل كانت في بعض الوجوه أجل قدراً منه لأنها قهرت الموت بالحب.

ولم يكن فضلها مقصوراً على هذه الأرض بل كان لها فضل أعظم من هذا وأنفع، فقد كانت رمز القوة الخالقة الخصبة التي أوجدت الأرض وكل ما عليها من الكائنات الحية، وأوجدت ذلك (الحنو الأمومي) الذي يحيط بالحياة الجديدة، حتى يتم نموها مهما كلفها من جهد وعناء وكانت ترمز المرأة في مصر – كا ترمز (كالي)، (وأستير)، وسيبيل في آسيا وكما ترمز ديمتر في بلاد اليونان وسيريز في روما كما ترمز هذه كلها إلى العنصر النسوي في أسبقية وأفضلية واستقلال في الخلق وفي الميراث، وإلى ما كان للمرأة أول الأمر من زعامة في حراثة الأرض، ذلك أن إيزيس – كما تقول الأسطورة – هي التي عثرت على القمح والشعير.

صورة المرأة الإغريقية، المرأة الرومانية:

تمثل الأعمال الجدارية في الفن الإغريقي والروماني – الحاضنة الأولى للإعلانات الجدارية – وإلى يومنا هذا على اختلاف الوسائل والأهداف والمعطيات، أموراً متعددة للمرأة في هذه الجداريات على هيئة آلهة الحرب، أو آلهة الجمال، مثل افروديت وفينوس، وظهرت بتكوينات فنية جدارية انتقلت تشكيلاتها الفنية إلى عصر النهضة الأوروبية واستمرت هذه الصور المتعارف عليها إلى ما قبل الانطباعية.
[انظر الشكل ١٣]

وإن الأعمال الفنية من جداريات نحتية أو تصويرية أو تماثيل لم تظهر القوة الجسدية أو مظاهر القوة العضلية والبأس للمرأة الإغريقية مثل: هرقل (نرجول) أو بهيئة مصارعة، أو على شكل رامي القرص... ولعل ندرة ظهور تلك الصورة التي تظهر القوة الجسدية للمرأة في الفن الإغريقي والتي ظهرت لاحقاً في الفن كامرأة قوية مثل جان دارك في أوروبا وقبلها زنوبيا في سورية ، وكيلوباترا في مصر، في شمال وشرق وجنوب بغض النظر عن المراحل التاريخية لظهور تلك الصورة للقوة الجسدية.

(١) نجيم يوسف، دائرة المعارف الكبرى مع عدد من الاختصاصيين مجلد ٤، ص ٧٥.

يستنتج من ذلك : أن صورة المرأة الشجاعة القوية شديدة البأس في الفن، ظهرت أولاً في شرق المتوسط في الفن التدمري قبل أن تظهر في أوروبا شمال البحر المتوسط مثل جان دارك، إذ ظهرت صورة زنوبيا وهي ترتدي الزي العسكري الروماني .

"ولعل السبب يعود إلى أن ألعاب القوى في التقاليد الإغريقية كانت مقتصرة على الرجال وكانت محرمة على النساء وكان عقوبتها الموت فمظاهر القوة العضلية كانت مقتصرة على المجتمع الذكوري آنذاك.

فمن المفارقات الإغريقية أن المرأة كانت ممنوعة من المشاركات في الألعاب الأولومبية أو مشاهدتها. وإذا ضبطت تخالف ذلك يحكم عليها بالموت. لكن امرأة إغريقية اسمها (فيرذيس) تحدت ذلك الموت. كانت ابنة بطل أولمبي اختاً لثلاث أبطال، وزوجة بطل توفي زوجها وترك لها ابناً تولته بالرعاية والتدريب ليغدو بطلاً أولمبياً، وعندما حان اشتراكه في المباريات الأولومبية اصطحبته متنكرة في زي مدرب وتمكنت الدخول في منصة المدربين وبينما كان الحكم يعلن فوز ابنها ببطولة الملاكمة، أطلت معه بصرخةِ فرحٍ عاليةٍ فانكشف أمرها، حوكمت في الحال وحملها الجمهور ليلقي بها من فوق قمة جبل "تابينيوم" لكن حكماء اليونان تداركوا الأمر عندما علموا بقرابتها لكل هؤلاء الأبطال، وباركوا حقها في الحياة لتستمتع بالمجد الأولمبي الذي دفعت ابنها لبلوغه.

لقد كان الموقف القديم من المرأة في الألعاب الأولومبية موضوع نزاع فأرسطو كان مؤمناً بعدم اشتراك المرأة في هذه الألعاب نظراً إلى المتطلبات الجسدية التي لا تتوافر لديها في النهاية وإفلاطون كان ينادي بوجوب اشتراك المرأة في التمرينات ورياضة الفروسية لأنها أهل لذلك. [انظر الشكل ١٤] صورة امرأتين متصارعتين"(١)

"أما العالم اللغوي البارز (ميوللر) الذي نقل مناهج البحث اللغوية إلى علم الأسطورة في تفسيره لأسطورة آلهة (دافني) Daphne وهي تعني في اليونانية شجرة الغار لتنقذ نفسها من عاشقها أبولو الذي كان يلاحقها يدخل ميوللر كلمة سنسكريتية تقابل من حيث الاشتقاق نفس معنى الكلمة اليونانية لكنها تحمل أيضاً معنى (الفجر) ويستنتج ميوللر أن الكلمة تحمل نفس المعنى وبالتالي فإن (دافني) هي تجسيد ورمز للفجر وتتجلى أمامنا صورة جميلة للطبيعة: "يبرز فجر الصباح أولاً (دافني) ثم تشرق الشمس (آبوللو) وأخيراً يختفي الفجر من على الأرض (تتحول دافني إلى شجرة الغار".

أما (نانا) Nanna فهي ابنة ملك سويدي "في الأسطورة نانا زوجة بالدر". كما ورد في تفسير الأساطير الاسكندنافية القديمة.

---

(١) موسوعة المعارف الكبرى نجيم يوسف ومجموعةمن المتخصصين دار نوبيلس، بيروت لبنان٢٠٠٦ مجلد٤ص١٠٨

إن النموذج البدئي للمرأة قد يأخذ أشكالاً مختلفة ومتنوعة لتصور المرأة فالنمط أو النموذج البدئي (العذارء الإلهية) (يدعوه يونغ أيضاً بـ "كورا Kora" وتعني العذراء وهو أحد أسماء الآلهة اليونانية برسيفوني Persephone ابنة ديميتري، يمكن أن تظهر على شكل فتاة، وحورية البحر، وراقصة ، وأم، وجنيَّة، وقطة، وثعبان، ودب، وتمساح، وحرذون وما شابه ذلك، ويعير النمط البدائي عن شيء ما في لا شعور المرأة غير أنه يظهر أيضاً في الأساطير[١]."

صورة المرأة في المجتمع السوري القديم:

"كانت عشتروت (آستاري) الاسم الفينيقي لـ (أشتار) ومن خصائصها أنها كانت تُعبد في بعض الأماكن على أنها (آلهة الطُهْر) وفي أماكن أخرى على أنها (آلهة الفجور) والحب الشهواني، وقد جعلها اليونان في هذه الصورة آلهتهم (أفروديت)، وكما كانت أشتار أيضاً هي (ميلتا) التي تتقبل بكارى عابداتها من البنات في بابل.

وكذلك كانت النساء (السوريات) يَعبْدَن (عشتروت) في (بيبلوس) فَيَقُدُّنَ غدائرهن (جذائلهن) أو يستسلمن لأول غريب يعرض عليهن حبه في جوار الهيكل.

وكما أحبت أشتار (تور)، وكما أحبت (عشتروت) (أدنى) أي (الرب) كان يُحتفل في بيبلوس وفي باثوس في (قبرص) كل عام بمقتله على أنياب خنزير بري بالنحيب وضرب الصدور.

وكان من حسن حظ (أدنى) الرب أنه يقوم من بين الأموات كلما فارق الحياة ويصعد إلى السماء – على مشهدٍ من عُبَّاده.

وكان خصب التربة في سورية يرمز له كما يرمز له في آسيا الغربية كلها بـ (أم عظيمة) أو (آلهة) اتصالها.. بعشيقها هو الذي يوحي إلى جميع جهود الطبيعة وعملياتها الإنتاجية.

وكان عيد (عشتروت أو عشترون) السورية كعيد (سيبل) في (فرجيا) يُحتفل به في (هيرابوليس) حوالي الاعتدال الربيعي. بحرارة تبلغ حد الجنون فكانت نغمات الناي ودق الطبول تمتزج بعويل النساء على (آروني) سيد عشتروت الميت، وكان الكهنة الخصيان يرقصون رقصاً عاصفاً عجَّاجاً ويضربون أجسامهم بالسكاكين.... فإن جُنَّ الليل جاء الكهنة بنور خفي مجهول وفتحوا قبر الآلهة الشاب ونادوا نداء الظافرين.. إن (آدنى) الرب قد قام من بين الأموات ولعبت المرأة دوراً هاماً في نشوء تسميات القارات والمدن في شرق، جنوب وشمال المتوسط"[٢]

---

(١) عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب مجلد ٢٤، العددان ١+٢، سبتمبر، اكتوبر، ديسمبر، نظريات الأسطورة، د. نزار عيون السود، ص٢١٦-٢١٨-٢٤٤.(بتصرف)

(٢) الجزماتي نذير ،المرأة من المشاعية البدائية إلى القرن الواحد والعشرين ، دار النور دمشق٢٠١٣ ص٢٩-٣٠

"ويقول المؤرخون: إن قدموس(*) شقيق أوروبا قد مضى إلى بلاد اليونان باحثاً عن أخته إحدى الآلهات السوريات وبعد أن وصل إلى (يبيوتي) أنشأ مدينة (طيبة) شمالي أثينا وقام هناك بتعليم الناس أبجدية الكنعانيين واستمرت هذه الأبجدية مستعملة مع بعض التحوير وحاملة نفس التسميات الكنعانية القديمة، ثم انتشرت هذه الأبجدية في جميع الكتابات الغربية بعد أن تبناها الرومان.

وقد عثر على نقد برونزي في عهد الامبراطور غاليان يحمل على أحد وجهيه صورة (قدموس) يعِّلم أهل طيبة الأحرف الأبجدية الفينيقية وهذا النقد محفوض في المكتبة الوطنية في باريس فرنسا.
[انظر الشكل ١٥](٢).

اسم أوروبا (خطف أوروبا)

"ثمة قصة هي من عيون الأدب العالمي هي قصة الأميرة السورية أوروبا كيف سميت هذه القارة باسمها حكاها شاعر في الاسكندرية (جنوب المتوسط) هو (موسيخوس) في القرن الثاني الميلادي ونسبها إلى الإغريق ، فالأسطورة الإغريقية حكاية يمتزج فيها الخيال بالواقع.

"كان في بلاد كنعان (الأراضي الواطئة) من بلاد الشام ملك اسمه (أجينور) أو (أشنار) يحكم من بلاد كنعان منطقة اسمها فينيقيا والاسم فينيقوس ابن أجينور، أو لعله اللون الأرجواني (فينيقو أدفوني) فهو لم يكن ملكاً عادياً بل كان ابن إله فأبوه إله البحر (بوزيدون) ويسميه الكنعانيون (يَمْ)(*) وأمه (ليبيا) التي أوجدت قارة إفريقيا وأعطتها اسمها أولاً.

أما أولاده فهم ابنته أوروبا التي أعطت اسمها للقارة الأوروبية وقدموس أعطى اسمه إلى (قادميا) في بلاد اليونان.

وعبير أرض كنعان يفضح وجهها الأسمر هي (أوروبا) وقد امتدت في جسمها اللون على سرير وكانت ساهدة لا يدركها النوم... ولعل الآلهة وفوقها (زفس) الجبار العظيم وقد جاءها في حلمها مع الفجر بصورة وقال لها كوني قارة عظمى يا بنة "أجينور العظيم"... وكانت أوروبا تمنح الزهر أريجه العاطر، في الأعالي كان (زفس) مستلقياً يرقب الأرض ومن فيها يبحث عن الجمال في بساتين الأرض وبواديها فرأى الفتنة ماثلة.... والتهب قلب زفس بسهم كيوبيد فنزح ثم استقام وساعده إيروس وأفروديت وزينا له المرام ولم يثن جدها (هيرا) زوجته والإله إن رام أمراً وتقمص زَفُس شكل (ثور كستنائي اللون) يزين قرنيه معدن كريم وبدئ وديعاً أليفاً جذب الصبايا إلى عطره البارد كالنسيم وغنى لأوروبا نشيد الحب بخوار عذب ولحن رخيم وانحنى

(*) القُدموس بضم القاف في اللغة العربية ج – قداميس، وهو القديم والعظيم من الإبل. محمد خير أبو حرب . المعجم المدرسي، وزارة التربية ١٩٨٥ ص٨٤٠.

(*) يم: تعني كلمة بحر في اللغة العربية ووردت في القرآن الكريم.

(٢) د.بهنسي عفيف ، شمال وجنوب ، دار الثقافة الشارقة ٢٠١١ ص١٤

أمامها فاعتلت ظهره العريض فهب بها طائراً كالريح العليل يمخر عباب البحر مزهواً بفارسته الجميلة... فقالت له أوروبا لا ترمني أيها الثور الحبيب والتي خافت من الدلافين وأمسكت بقرن زفس فأحست بدفء الحب... فنادت بأعلى صوتها أنا أوروبا ونادت بأعلى صوتها أنا أوروبا لا ترمني أيها الثور الحبيب وقال من تحتها وأنا زافس العظيم العظيم أحببتك والحب يفعل العجب.... ونفخ في الصور فقامت مدينة ونهضت قارة من العدم.... وهكذا قدمت سورية إلى العالم اسماً إلى قارة لم تكن معروفة بعد[1]." ولقد حمل الإغريق هذه العقيدة معهم عندما جائوا مع الإسكندر المقدوني وأنشئوا في سورية مدينة أطلقوا عليها دورا أوربوس أي دار أوروبا وهي صالحية الفرات محافظة دير الزور

وهناك العديد من الفنانيين الأوروبيين الذين تناولوا هذا الموضوع في لوحاتهم الفنية والغرافيكية، ومنهم الفنان غوغان في لوحته الغرافيكية خطف أوروبا. أو (اغتصاب أوروبا) [انظر الشكل ١٦]

(١) شمال وجنوب، عفيف بهنسي، دار الثقافة والإعلام، الشارقة، ٢٠٠١، ص١٧-١٨-١٩(بتصرف)

الشكل رقم [٧]



٨٦ رأس تايكه

الربة تايخه حارسة المدن ، وعلى رأسها تاج بهيئة سور مبرج ، شعرها موزع الى خصلات متناظرة ملويـــة ومقلوبة الى الخلف وقسم من الشعر مجموع في لمة على الرقبة . وفي كل من أذنيها قرطان احدهما حلقة والثاني يتكون من سلسلة يتدلى منها هلال مقلوب .

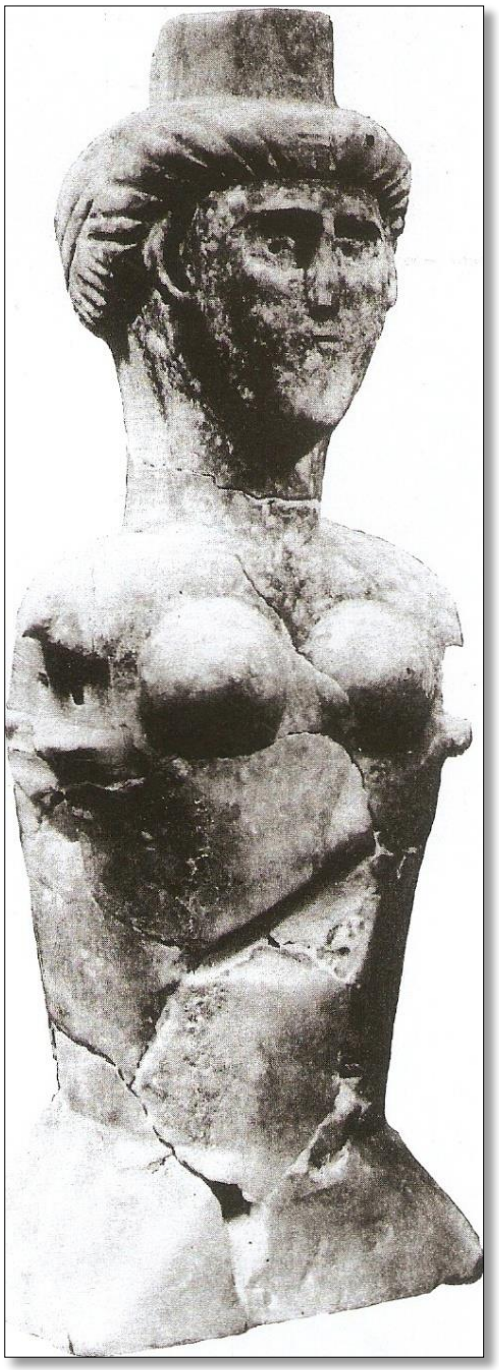
الحاجبان رفيعان ، العينـان واسعتان ، الشفتان نحيفتان ، الأنف مستقيم والنظرة ليست أمامية بل موجهة قليلاً الى اليسار .

يلاحظ في هـــذا الرأس أثر الفن الأغريقي الكلاسيكي من حيث قوة التعبير بأبسط الخطوط والسطوح وبأقل التفاصيل ومن حيث التناسب في أجزاء الوجه .

حجر كلسي ، الارتفاع ٥٥ سم ، المعبد الكبير ، الايوان ١٢ ، ٧ / حضر/١٩١ ، ٧٣٠١٠ مع .

الربة (تايكة) حارسة المدن ، وعلى رأسها تاج بصورة سور مبرَّج. الحضر) الألف الثالث قبل الميلاد–٢٤١م

الشكل رقم [٨]

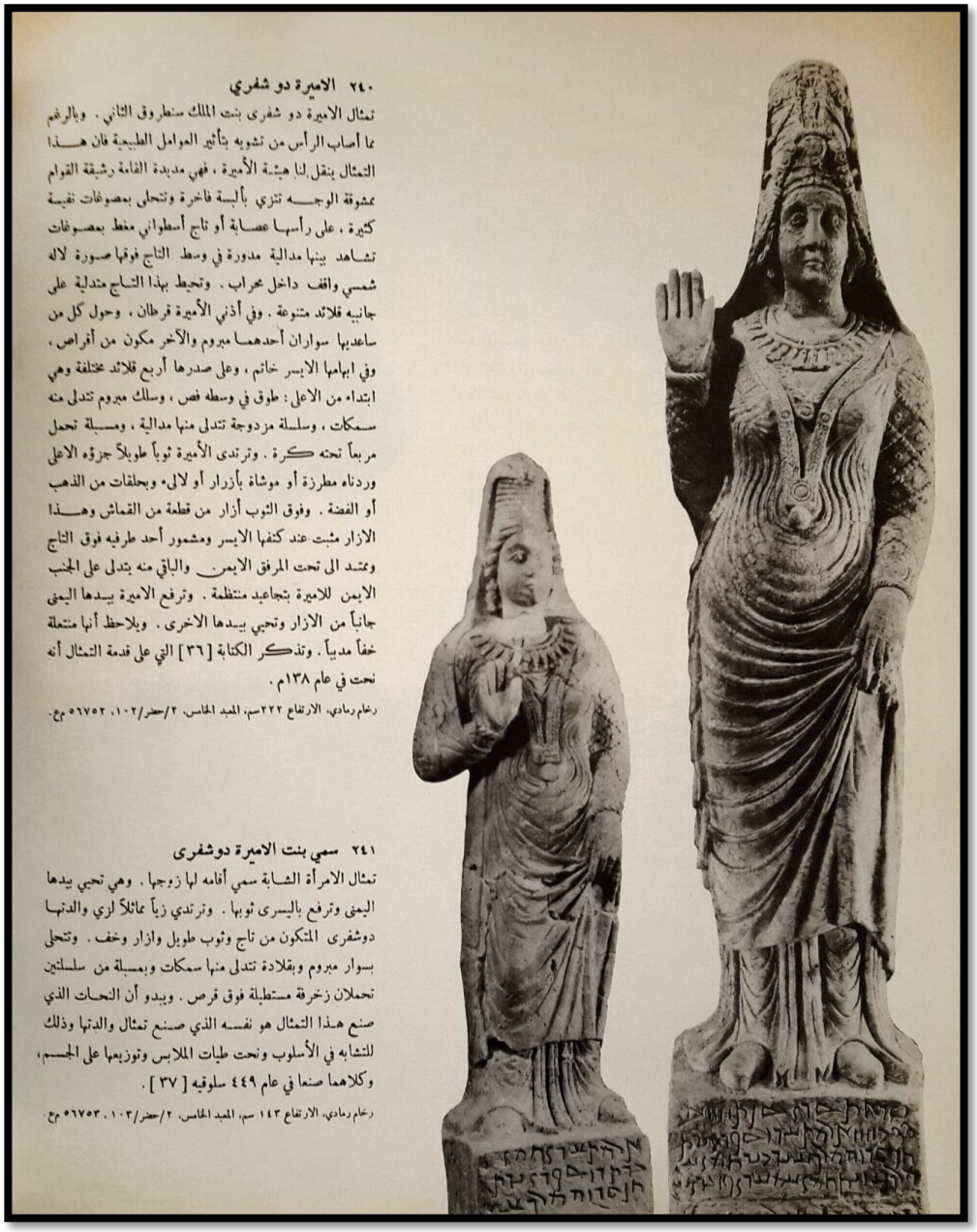


على شعر الرأس آثار لقار وعلى الوجه تمويه بالذهب. ويظن أن هذه الدمية كانت في الأصل ملبسة بأقمشة فاخرة وعيونها مطعمة ويداها منفصلتين مثبتتين على الجسم.

رخام رمادي فاتح، الارتفاع ٣٤سم، المعبد الكبير. الزاوية الشمالية الغربية للصحن ١٢٠/حضر/٤٠٥، ٧٣٠٨٠م ع

صورة لأقدم مانيكان للمرأة كانت تستخدمه النساء الحضريات ٣٠٠ ق.م ويلبس الثياب

[الشكل رقم [٩]



٢٤٠ الاميرة دو شفري

تمثال الاميرة دو شفرى بنت الملك سنطروق الثاني . وبالرغم مما أصاب الرأس من تشويه بتأثير العوامل الطبيعية فان هـذا التمثال ينقل لنا هيئة الأميرة ، فهي مديدة القامة رشيقة القوام ممشوقة الوجـه تتزي بألبسة فاخرة وتتحلى بمصوغات نفيسة كثيرة ، على رأسها عصابة أو تاج أسطواني مغط بمصوغات تشاهد بينها مدالية مدورة في وسط التاج فوقها صورة لاله شمسي واقف داخل محراب . وتحيط بهذا التاج متدلية على جانبيه قلائد متنوعة . وفي أذني الأميرة قرطان ، وحول كل من ساعديها سواران أحدهما ميروم والآخر مكون من أقراص ، وفي ابهامها الايسر خاتم ، وعلى صدرها أربع قلائد مختلفة وهي ابتداء من الاعلى : طوق في وسطه فص ، وسلك ميروم تتدلى منه سمكات ، وسلسلة مزدوجة تتدلى منها مدالية ، ومسبلة تحمل مربعاً تحته كرة . وترتدي الأميرة ثوباً طويلاً جزؤه الاعلى وردناه مطرزة أو موشاة بأزرار أو لالىء وبحلقات من الذهب أو الفضة . وفوق الثوب أزار من قطعة من القماش وهـذا الازار مثبت عند كتفها الايسر ومشمور أحد طرفيه فوق التاج وممتد الى تحت المرفق الايمن والباقي منه يتدلى على الجنب الايمن للاميرة بتجاعيد منتظمة . وترفع الاميرة بيدها اليمنى جانباً من الازار وتحيي بيدها الاخرى . ويلاحظ أنها منتعلة خفاً مدبباً . وتذكر الكتابة [٣٦] التي على قدمة التمثال أنه نحت في عام ١٣٨م .

رخام رمادي، الارتفاع ٢٢٢سم، المعبد الخامس، ٢/حضر/١٠٢، ٥٦٧٥٢ مع.

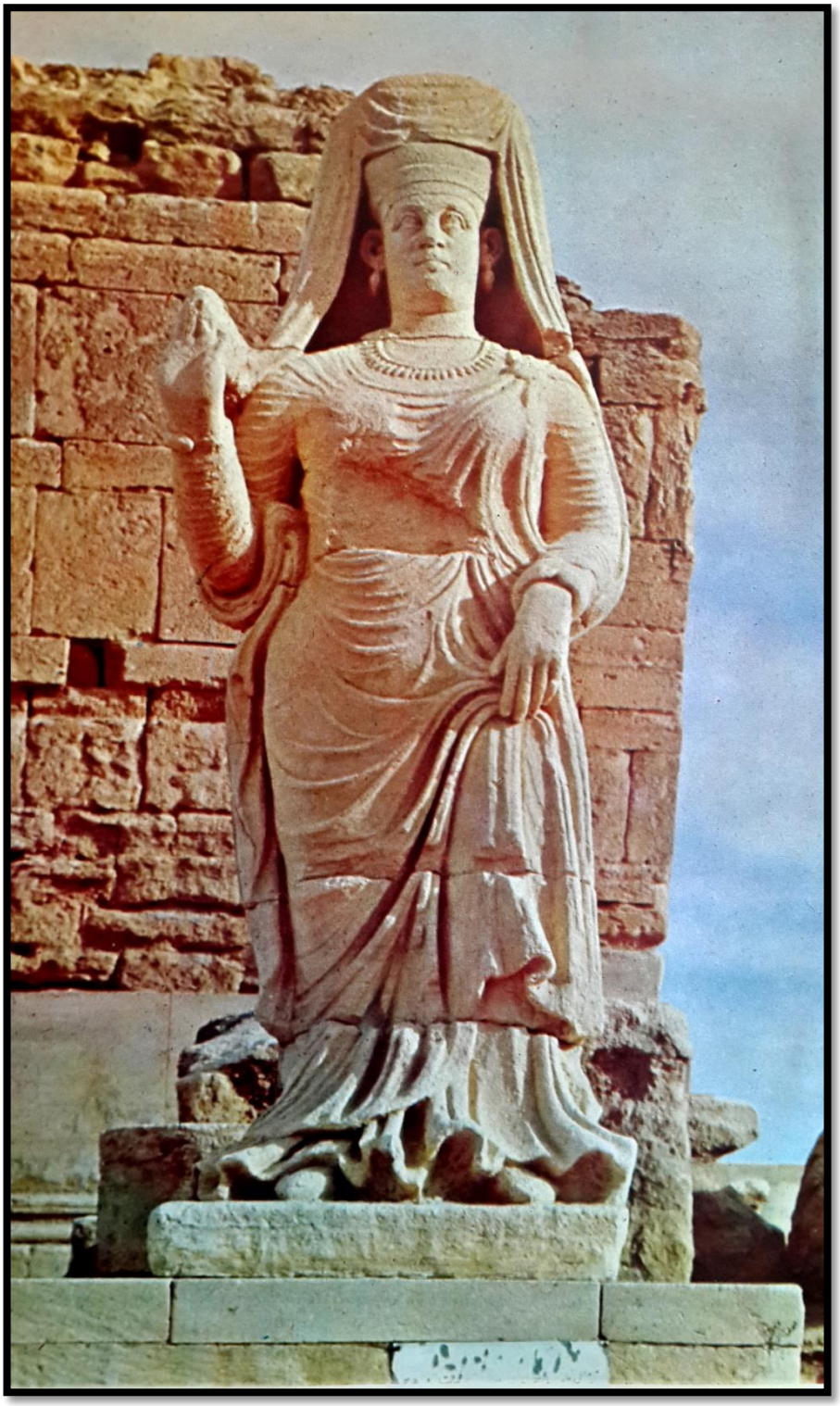
٢٤١ سمي بنت الاميرة دوشفرى

تمثال الامرأة الشابة سمي أقامه لها زوجها . وهي تحيي بيدها اليمنى وترفع باليسرى ثوبها . وترتدي زياً مماثلاً لزي والدتها دوشفرى المتكون من تاج وثوب طويل وازار وخف . وتتحلى بسوار ميروم وبقلادة تتدلى منها سمكات وبمسبلة من سلسلتين تحملان زخرفة مستطيلة فوق قرص . ويبدو أن النحات الذي صنع هذا التمثال هو نفسه الذي صنع تمثال والدتها وذلك للتشابه في الأسلوب ونحت طيات الملابس وتوزيعها على الجسم، وكلاهما صنعا في عام ٤٤٩ سلوقيه [٣٧] .

رخام رمادي، الارتفاع ١٤٣ سم، المعبد الخامس، ٢/حضر/١٠٣، ٥٦٧٥٣ مع.

صورة للمرأة العربية الأميرة دوشفرى بنت الملك سنطروق الثاني وابنتها (سمي) وهن يرتدينين الحرير المطرز والحلي من مصوغات الحضر. والتي استوحت منها الباحثة بعض التصميمات في تجربتها البحثية٢٣٨م المصدر:*كتاب الحضر مدينة الشمس د.فؤاد سفر، د.محمد علي مصطفى ، مديرية الآثار العراقية ص ٣٤.

[الشكل ١٠]



صورة تمثال يمثل صورة المرأة العربية الحضرية السيدة آبو بنت جبلو (إباء بنت جبله) وهي ترتدي الحلي والأقراط من مصوغات الحضر. التي تأثرت بها الباحثة في تصاميمها التي إستلهمتها في تجربتها العملية.

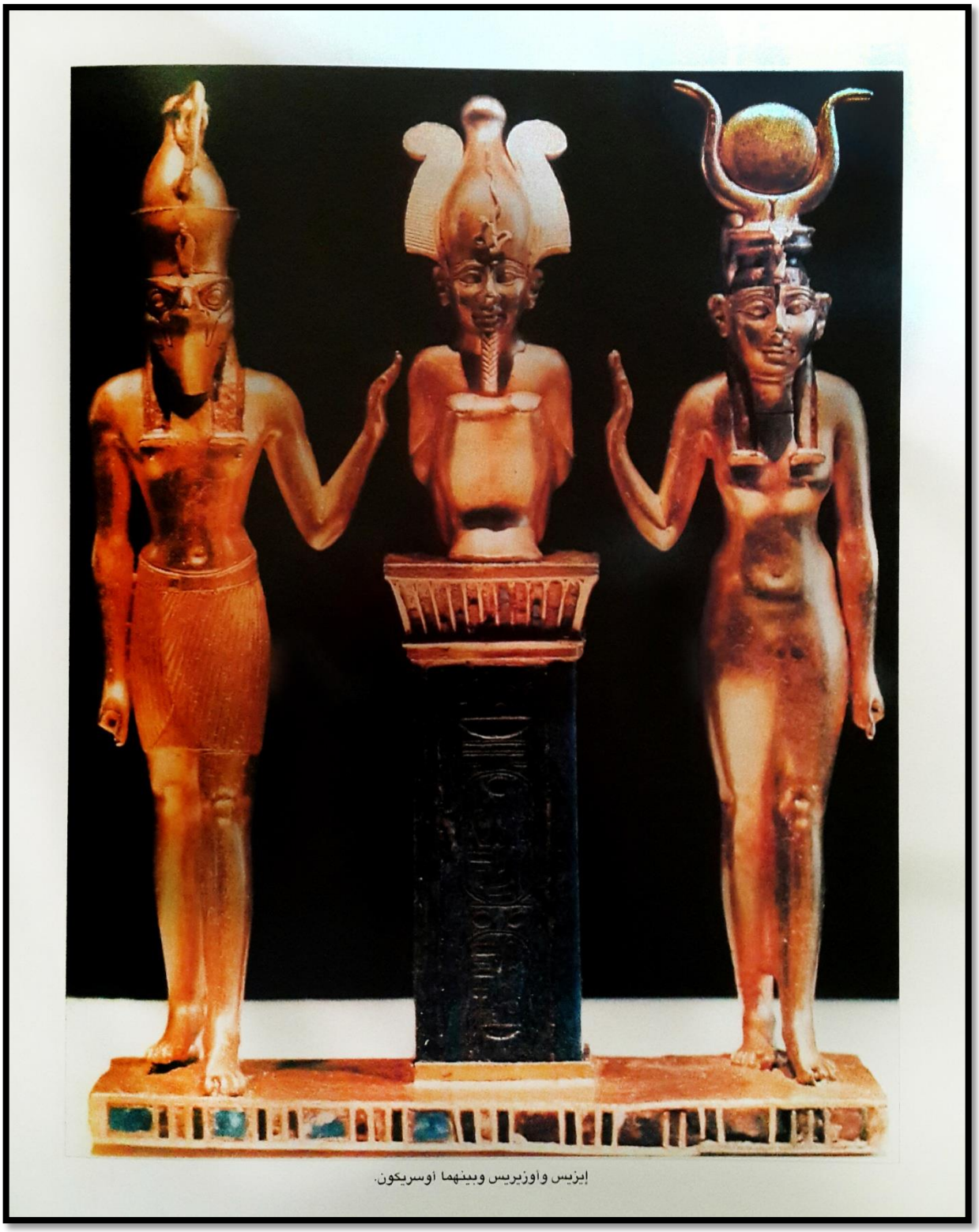
(نفس المرجع-الحضر مدينة الشمس) ص٩

الشكل [١١]



لوحة زيتية للفنان العراقي حافظ الدروبي تمثل هيئات وألبسة النساء الحضريات داخل المعبد الخامس كما تخيلها الفنان ١٩٧٤م المرجع نفسه ص٢٤-٢٥

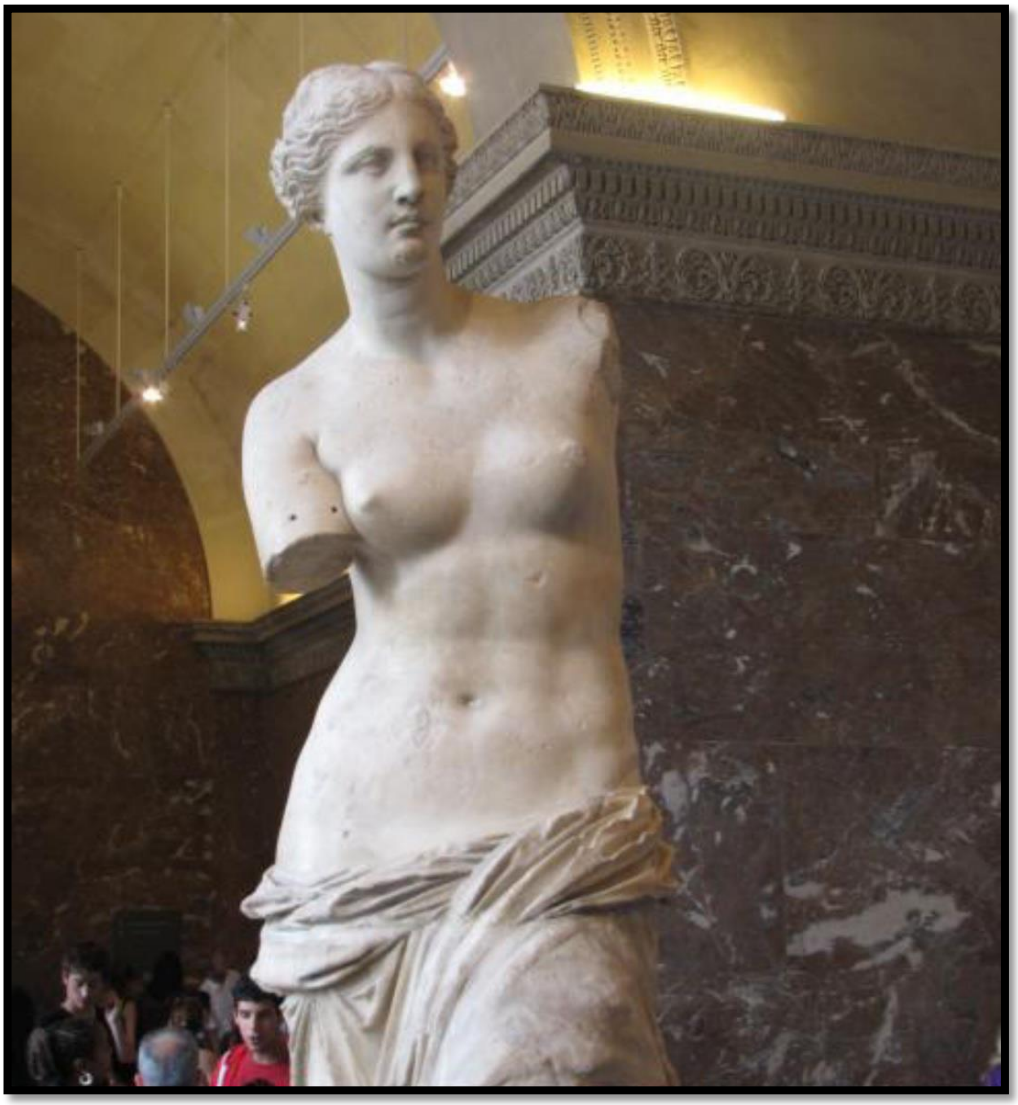
الشكل ١٢



إيزيس وأوزيريس وبينهما أوسريكون.

صورة المرأة في أسطورة أيزيس وأوزوريس المصرية (المرأة آلهة الخصب) ٤٠٠٠ قبل الميلاد

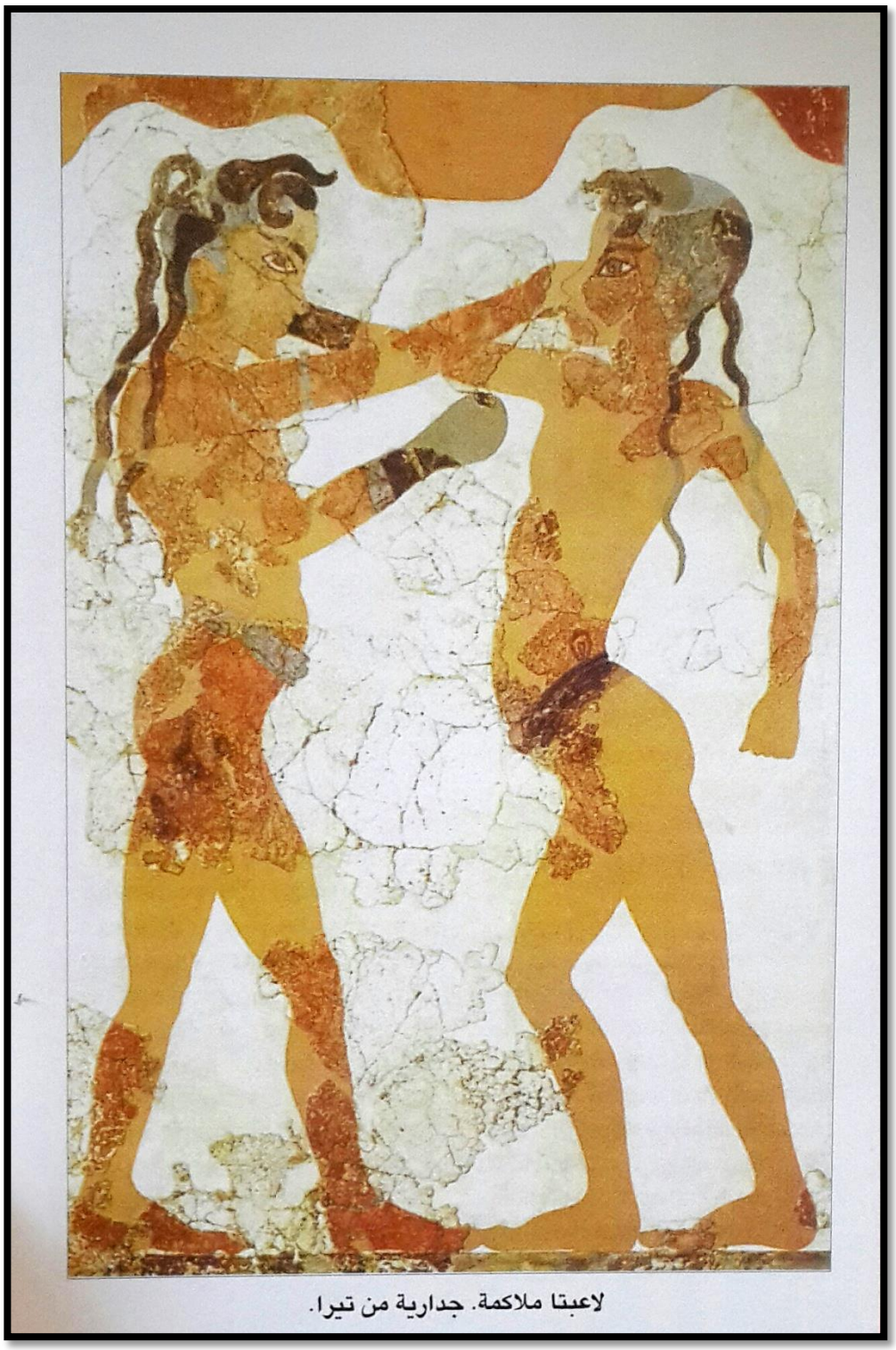
الشكل رقم [١٣]



صورة تمثل دور المرأة في الميثولوجيا الأغريقية فينوس ملكة الحب والجمال (فينوس دوميلو) اليونان – بحر ايجه اكتشفت عام ١٨٢٠م* – متحف اللوفر، باريس. فرنسا.

*المصدر المنجد في الأعلام،مجموعة من المتخصيين ،بيروت لبنان٢٠٠١م، ص٥٦٤ .

الشكل رقم [١٤]



لاعبتا ملاكمة. جدارية من تيرا.

صورة المرأة الرياضية ـ فن جداري (فريسك) المهد الأول لفن الإعلان الجداري.عام٧٧٦ ق.م*

"امرأتان تتصارعان" فن إغريقي (تيرا)

***موسوعة المعارف الكبرى، يوسف نجيم ومجموعة من الاختصاصين لبنان–مجاد ٤ ص ١٠٣نوبيلس٢٠٠٦م–مجلد ٤ ص١٠٣**

الشكل رقم [١٥]



انموذج لمسكوكة نقود- من الفن الفينيقي قدموس يعلم أهل طيبا في بلاد الإغريق الأبجدية السورية، أوغاريت ١٤٠٠-١٢٨٠ق .م

الشكل رقم [١٦]



لوحة غرافيكية للفنان الفرنسي پول غوغان (١٨٤٨-١٩٠٣م) (طباعة خشبية) يمثل موضوعها الأسطورة السورية (خطف أوروبا) وهي آلهة سورية أطلق اسمها على أوروبا.

المبحث الثالث

صورة المرأة والنظريات القديمة (نظرية محاكاة الجوهر)

صورة المرأة النظريات القديمة (نظرية محاكاة الجوهر):

"كان الناقد الفني مازاري يرفض الفنون التي تعتمد أساس نظرية المحاكاة البسيطة الذي على الرغم من إعجابه بلوحة (امرأة) الجوكاندا (الموناليزا) كونها تشابه الواقع فإنه يبتعد عن هذه النظرية دون أن يشعر وخاصة عندما ينظر إلى الموناليزا ليس مجرد صورة لامرأة تشابه الواقع بل ينظر إليها (كإله) لا إنسان.

ذاهباً بذلك إلى معيار جمالي (صورة المرأة الجمالية) كمعيار آخر يتعى هذه النظرية لأن نظرية المحاكاة البسيطة هي تقتصر في التركيز على جزئيات الصورة وتفاصيلها وتتجاهل الخصائص العرضية لما هو (كُلّي) فيكون الجزئي في الصورة على حساب الكُلّي، والتي لاقت انتقادات انهالت عليها من النظريات الحديثة وخاصة في النظرية الشكلية لذلك كان لابد من اللجوء إلى نظريات للمحاكاة أكثر معقولية فكان اتجاه الفن إلى نظرية أكثر جدة وهي: "نظرية محاكاة الجوهر.

لقد فرضت نظرية محاكاة الجوهر نفسها وأصبحت محور التفكير الفني وفي نطاق علم الجمال على امتداد مساحة كبيرة من العصور الحديثة وخاصة في فترة الكلاسيكية الجديدة.

لقد أصبحت المحاكاة استناداً إلى نظرية محاكاة الجوهر عامة (فالطبيعة ذاتها ينبغي أن لا تحاكى بدقة كاملة) بل ينبغي على الفنان أن يبتغي من ملاحظاته العديدة الموضوعات متعددة الصفات العرضية التي تؤلف الجوهر... ولعل أفضل تلخيص لتلك النظرية ما قاله، نيولدز "إن جمال الفن وعظمته ينحصر في رأيي في قدرته على العلو على جميع الصور الفردية والعادات المحلية وشتى أنواع التفاصيل والجزئيات[1]" لعل من أهم الأعمال الفنية الذي مثل اللوحة الحاملة لنموذج الصورة Fignre، أو البورتريه Portrait لإمرأة هي لوحة الموناليزا للفنان الإيطالي عبقري عصره ليوناردو دافنشي الذي بدأ يرسمها عام ١٥٠٠ وانتهى منها عام ١٥٠٣ هو أفضل نموذج لتطبيق نظرية محاكاة الجوهر على الفن إذ يعتبرها بعض النقاد مثل (مازاري) الأنموذج الأمثل لتطبيق هذه النظرية"(١)

ولا يمكن لأحد أن يتجاهل أن انتقال صورة المرأة كبورتريه من اللوحة إلى الملصق جاءت كتداعيات من هذه اللوحة .

(١) د. محمود أبو العباس عزام ،تاريخ التربية الفنية ونظرياتها، الرياض، السعودية ٢٠٠٥م، ص١٤٥-١٤٩(بتصرف)

مظاهر صورة المرأة كعنصر تشكيلي في فنون عصر النهضة الأوروبية:

لم تكن صورة المرأة في عصر النهضة مقتصرة فقط على صورة السيدة العذراء التي تطرق لها العديد من فناني عصر النهضة الأوروبية في إيطاليا والدول المتأثرة بها وذلك لأن عصر النهضة كان المحاولات الأولى لظهور المرأة في لوحات مستقلة مثل لوحة بيرو دولا فرنشيسكا في لوحة (صورة العروس) و(مركب الزفاف) ولوحة (نساء ملكة سبأ).

بيرو دلا فرانشسكا Piro Della Francesca

"هو من أعلام الفن وسط إيطاليا وكان تلميذاً لمزاتشيو، اشتغل في فلورنسا ثم تنقل في أواسط إيطاليا.... يتميز أسلوبه بالخطوط الدقيقة والألوان.... ألف رسالة حول المنظور ودرس طبيعة الضوء.... وهو أول من استعمل الضوء المباشر والمخفف كما هو الحال في لوحته (انتصارات دوق أوربينو) التي كلف بإعدادها بمناسبة زواج دوق أوربينو.

إما "نساء ملكة سبأ" كان قد رسمن على نمط واحد فريد حيث الجباه مرتفعة والأعناق اسطوانية عاجية مصقولة ومحاجر العيون مقعرة والجفون منتفخة والوجنات ملساء بلا تجاعيد.[١]"

ليوناردو دافنشي: Lionardo Dvinci

وأهم لوحات عصر النهضة رائعة ليوناردو دافينشي (الجوكاندا) الموناليزا، الموجودة في متحف اللوفر (باريس فرنسا) وهي تصور أحد كبراء فلورنسا (فرانشسكو ديل جيوكندا) التي ظل يرسمها مدة ٣ سنوات وقد اشتهرت هذه اللوحة بابتسامة غامضة رقيقة ترتسم على وجه السيدة، وحنان أمومي كان يعده دافنشي أهم مظهر من مظاهر الأنوثة.

ويلاحظ المشاهد أينما نظر إليها من أية زاوية وكأنها تنظر إليه وفي ابتسامتها سحر غامض لم يستطع النقاد حتى الآن معرفته، وقد كتب النقاد عنها الكثير من المؤلفات والأفلام السينمائية وأدت هذه الدعاية إلى شهرتها كأعظم كنوز متحف اللوفر[أنظر الشكل١٨]

الفنان رفائيلو سانزيو ١٥٢٠.١٤٨٣ Raphael Sanzio

من أهم لوحاته التي تعرض فيها لصورة المرأة هي (ماجدولين) ويبدو فيها تأثيرات لوحة، الموناليزا، والواقع أن رافائيلو كان يتحلى بمقدرة فريدة مقطوعة النظير على الاقتباس من فنون الماضي ومن أساليب الفنانين المعاصرين العظام، إذ وجد نفسه من الصعب أن ينافس كلاً من دافينشي ومايكل آنجلو.

---

(١) د. البصري سعد، د. البصري إيلاف سعد، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠١٠ ص٨٠-٨١

"وانعكست في لوحته المسماه (عذراء الصخور) أسلوب بباريتولوميو المعبر عن الحنان، وكذلك لوحته (الغادة ذات الوشاح) فإنها تعكس (أسلوباً خاصاً هادئاً شاعرياً) وهي تعبر عن استقراطية عصر النهضة وجمال الفتيات الرومانيات توفي رفائيلو شاباً عن عمر يناهز ٣٧عام إثر حمى أصابته"[١]
[انظر شكل١٩].

أنجيلو كوزيمو ١٥٠٣-١٥٧٢ Branzino Angelo

"تخصص في رسم الصور الشخصية ومن أهم مواضيعه عن المرأة لوحة (زوجة كوزيمو)

[انظر الشكل٢٠] وهو كوزيمو مدتيشي من عائلة مديتشي التي التحق الرسام ببلاطها ويظهر أسلوبه المتطور في لوحته حيث تلاحظ فيها ملامح الأساليب الكلاسيكية مما يشعر بأن ملمس الشخصيات يشبه الرخام، كما يتضح طراز المنهجية Lamanieriswe الذي كان مفضلاً في بلاط آل مديتشي، وكذلك لوحة (فينوس وكيوبيد) وكذلك لوحته (رمز الهوى)[٢]."

صورة المرأة في أوروبا في القرن السادس عشر: (مابعد عصر النهضة)

المرأة في أعمال الفنان بوسان Nicolas Poussin

"ولد بوسان في حزيران عام ١٥٩٤ في النورماندي قرب الأنداليز من أسرة فلاحين ذات علاقة بالطبقات النبيلة والبرجوازية وحوالي عام ١٦١٢م تم تشجيعه من قبل الرسام كلينتان قاران Quentin Varin الذي قام بزخرفة الكنيسة الكبرى في الأندليز، وفي عودته إلى باريس التقى بالعديد من المعلمين الفنانين، وقدم له السيناتور بوانت فان Poitevin السكن والإقامة واستطاع الاطلاع على المقتنيات الفنية الملكية وكذلك درس فن الرخام القديم والتصوير الإيطالي والأعمال الغرافيكية للفنان رفائيلو Raphael وكذلك تلميذه جيول رومان Jules Romain عام ١٦٣٠ تزوج من بنت حلواني من أصل فرنسي ساهم بوسان مع العديد من الفنانين في ديكورات قصر لوكسمبورغ عام ١٦٣٢ ذهب إلى روما،اهتم بوسان برسم اللوحات التي تظهر جمال المرأة في عصره بمواضيع كلاسيكية معتمداً الأسلوب الكلاسيكي في بنائه اللوحة الفرنسية ومن أهم أعماله المؤثرة لوحة (مذبحة الأبرياء) ٩٧×٣١,٥ في الكراند باليه (القصر الكبير) باريس فرنسا. وتؤرخ هذه اللوحة عصر النهضة الإيطالي وربما اللوحة التي رسمها (كيودوريني) كانت مصدر إلهامه لتلك اللوحة والتي عبر بها بألوان تشبه أسلوب تيسيان[٣]

---

(١) نفس المرجع ص١٢٩ . ١٣٠.

(٢) المرجع نفسه، ص١٥٧.

(3) chefs – d'œuvre dolart. Hachette.paris france a poussin.p.1. مكتبة هاشيت .باريس فرنسا ،روائع الفن (بوسان) (ترجمة الباحثة)

تظهر هذه اللوحة المشاهد القاسية التي توضح المرأة وهي تدافع بشكل بائس أمام قتله يذبحون بالسلاح والمدى والسيوف أطفالهن وبأسلوب رومانسي ربما كان تمهيداً لظهور الرومانسية بعد الكلاسية المحدثة، وتعطي المشاهد إحدى الصور المفجعة للمرأة وهي تتعرض وطفلها لأشد حالات العنف الجسدي حتى الموت. مما يثير في المشاهد العطف والشفقة على المرأة والطفل معاً. وفي لوحته الثانية (خطف السابينيات) إذ يظهر قساوة الشعوب البربرية الأوروبية ومكانة المرأة في أوروبا في تلك الفترة وسيطرة المجتمع الذكوري وعبودية المرأة في ذلك الزمن، وهي من أشهر لوحات بوسان اعتمد پوسان استخدام أساليب عصر النهضة في فن التصوير مظهراً استباحة أوروبا المرأة في ذلك العصر. بمشاهد بانورامية مؤثرة معتمداً على إظهار الحركات العنيفة للجنود وهم يغتصبون النساء ويقتلون الأطفال. بأسلوب تعبيري كلاسيكي يعتمد على الحركة وإظهار قوة أجساد الجنود وضعف أجساد النساء والأطفال الذين يصرخون من هول تلك المشاهد أبعاد اللوحة ٢٠٦×١٤٥سم، متحف الميتروبوليتان في نيويورك"(١)

[أنظر الشكل٢١] اعتمد الفنان پوسان إظهار القوة الجسدية إذ بدت الشخوص وكأنها التماثيل المنحوتة تبرز فيها العضلات والعنف نحو المرأة والطفل. إن هذا يدل على أن پوسان تناول موضوع المرأة رغم إنتاجه العديد من اللوحات الدينية. بأسلوب عبر فيه عن واقع المرأة في العصور القديمة في أوروبا معتمداً المنهج الكلاسيكي في التعبير عن الشخصيات والحركات والألوان. فهو يعبر عن أقسى ما تعانيه المرآة إلا أنه يضعها تقريباً في مصاف الآلهة في لوحاته التي تعبر عن ترف الخيال في فن التصوير الباروكي، مظهراً جمال وأناقة المرأة ذات الملامح اليونانية والنسب المثالية.

المرأة في أعمال الفنان فيرمر (١٦٣٢-١٦٧٥)

"أما في ديلف فقد جمع فيرمر في أعماله القليلة بين التقاليد الموضوعية الهولندية وبين الشاعرية التي وردت من ايطاليا ومن أشهر أعماله(وجه الحسناء) لقد ترك فيمر ثلاثين لوحة تقريباً فقط،ولعل قسماًكبيراً من أعماله قد تلف اثر انفجار حصل في احدى أحياء ديلف" ويبدومن لوحة البورتريه التي انجزها فيمر (وجه الحسناء) أو (المرأة ذات القرط) كما يسميها بعض النقاد في الفن وهي متأثرة باسلوب الفنان الهولندي رامبرانت(١٦٠٦-١٦٦٩).وقد ساعدت الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية أن يتناول بعض الفنانين الهولندين موضوع المرأة في ذلك العصر حيث كان الصراع في هولندا في بداية القرن السابع عشر بين الجمهوريين وهم من البوجوازيين الذين يهتمون بشؤون المال.....وكانت هولندا قد أثرت عن طريق شركة الهند الشرقية التي أتت بالبضائع الثمينة من الشرق"(١).

النتيجة:ان هذا يوضح مدى تأثير الوضع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي على اختيار الفنانين لمواضيع خارج المواضيع الدينية مثل موضوع المرأة كما هو عند الفنان فيرمر[أنظر الشكل٢٢] .

لقد أنتقل موضوع المرأة إلى أساليب فنية جديدةعند الإنطباعيين وما بعد الإنطباعيين الذين مهدوا لظهور فن الإعلان الجداري في أوروبا.

(1) د. بهنسي عفيف تاريخ الفن مديرية الكيب الجامعية دمشق ،سورية ١٩٦٦ ص٤٣٨

(الشكل١٨)



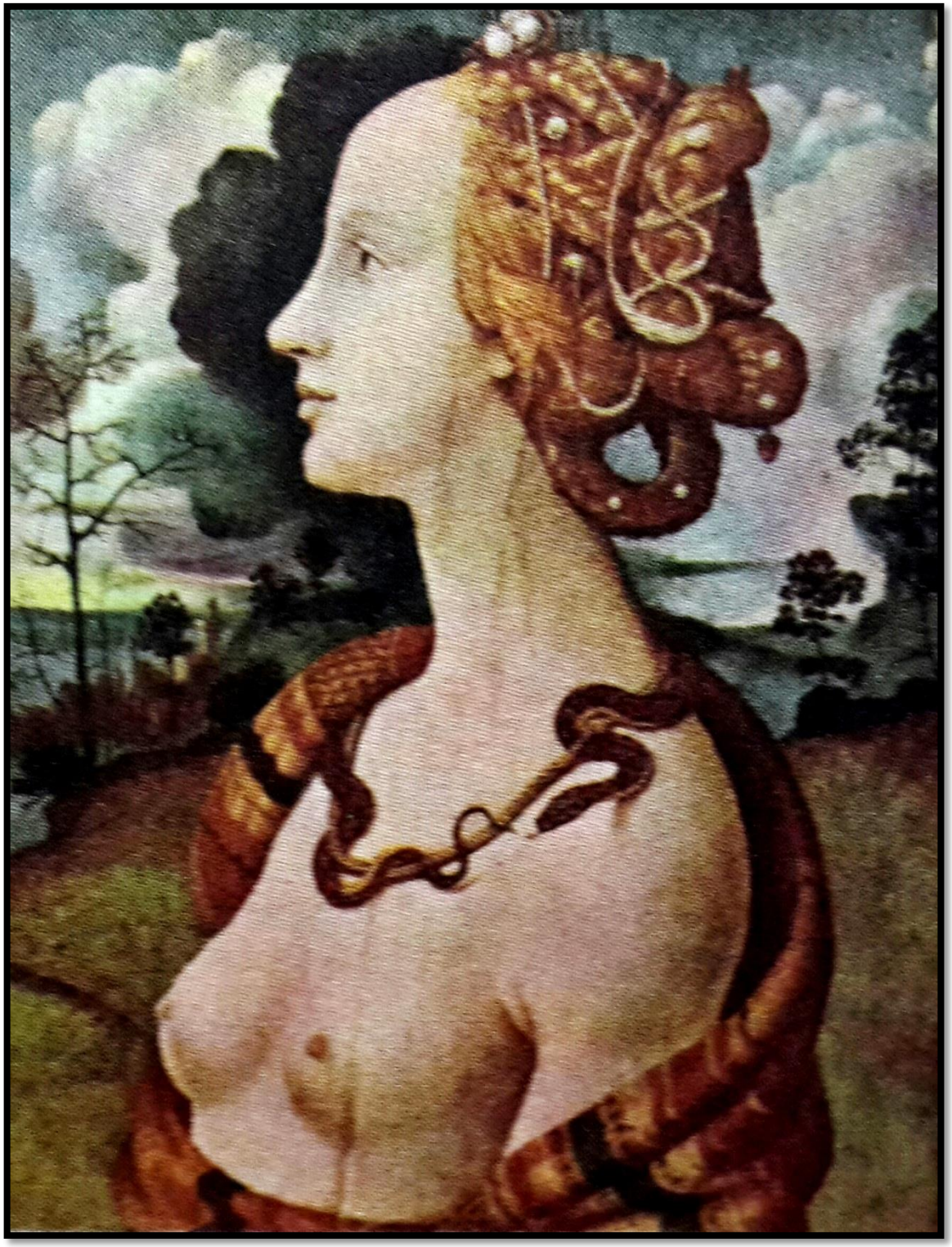
ليوناردو دافنشي . االجوكندا (١٥١٣-١٥١٥م).

(الشكل ١٩)



لوحة ماداليناmaddalena Done أو ماجدولين عام ١٥٠٦ للفنان روفائيلو (١٤٨٣-١٥٢٠)، غاليري بالتين-فلورانس المقاس ٤٥×٦٥

(الشكل ٢٠)



لوحة تمثل بورتريه للفنان النهضوي كازيمو. بعنوان (زوجة كازيمو)(١٤٦٢-١٥٢١م). . عصر النهضة الأوربية

(الشكل ٢١)



صورة المرأة وهي تتعرض لأقصى درجات الإرهاب لوحة للفنان الفرنسي پوسان(١٥٩٤-١٦٦٥م).
(متحف اللوڤر) باريس – خطف السابينيات

(الشكل ٢٢)



لوحة بعنوان الحسناء ذات القرط للفنان الهولندي فيرمر(١٦٣٢-١٦٧٥)

المبحث الرابع

معايير تطور صورة المرأة وأنتقالها من الفنون التشكيلية الحديثة إلى فن الإعلان الجداريPoster

معايير تطور صورة المرأة وإنتقالها من الفنون التشكيلية الحديثة إلى فن الملصق

تمهيد:

إن استعراض ما تقدم من البحث يؤكد أنه لم تكن النظرة إلى صورة المرأة نظرة تخص مجتمعاً أو أمة ما فحسب بل تحولت صورة المرأة بأشكالها المختلفة وفقاً لعوامل متعددة كان أهمها العوامل التاريخية والعقائدية والاجتماعية والاقتصادية إلى صورة أيقونية، ولم تكن تلك الصورة تشكل خلفية للأحداث الدينية المقدسة لتلك الشعوب فحسب لا بل كانت هي أساسها ومحورها، ومن هذه المعايير والعوامل:

١- إن التحولات الظاهرية والمعنوية لم تؤثر على الصورة الجمالية للمرأة التي كانت تتغير بفعل الكهنة والفلاسفة والمنظرين ، إنطلاقاً من العصور الرافدية والمصرية القديمة إلى العصر اليوناني وفي الفترة الفينيقية والرومانية و القرون الوسطى إلى عصر النهضة الذي كرس لجماليات تلك الصورة الراسخة التي سادت إلى الزمن الحالي.

٢- ساهم التجاذب والتنافي بين مفهومي الشكل والمضمون في اتجاهات الفن لما بعد عصر النهضة مثل الكلاسيكية المحدثة والرومانسية التي شكلت مفصلاً هاماً في تاريخ الفن في تحولات تلك الصورة وصولاً إلى النزعة الانطباعية في القرن التاسع عشر التي تمردت على جميع مفاهيم الفنون القديمة، إلا أنها لم تستطع الخروج عن المعايير الجمالية لصورة المرأة النهضوية، بل قدمتها بأشكال جديدة انعكست فيما بعد في الأشكال الغرافيكية التي مهدت لنشوء الفن الغرافيكي (المهد الثاني) لفن التصميم الغرافيكي المعاصر لان الانطباعية فتحت آفاقاً جديدة لبنى تشكيلية وفنية حديثة.

أثر الانطباعيين فى البناء التشكيلى الحديث لصورة المرأة فى فن الملصق فى أوروبا:

"يمثل عام ١٨٦٣ علامة مميزة من تاريخ الرسم ، ففي العام المذكور لحظ كاستنياري الذي كتب عن اللوحات التي عُرضت على الجمهور في "الصالون" الرسمي بباريس، وحاول أن يقوِّم ما وصفه بـ"الاتجاهات الحقة التي سلكها الفن في عصره"، التحول من "الواقعية" الدرامية التي تلعب بالعواطف إلى "الطبيعة".

ولحظ كاستنياري منذ بداية عام ١٨٦٣ أن عظمة "جون كوند" تكمن في الانطباع الذي يولده رسمه... وكانت لوحاته المائية متميزة بلمسة حرة سريعة مشرقة مستمدَّة من الحياة رأسًا.

وقد علَّق غونكور في صحيفته في عام ١٨٧١ قائلاً: "إن ما يدهشني التأثير الذي تركه جون كوند فكل المشاهد الطبيعية القيمة التي نراها اليوم أوحى بها هذا الرسام إنها تستعير سماواته وأجوائه ومرابضه... واعترف مانيه جهارًا بفضل "جون كوند" عليه قائلاً:

لقد ولجتُ الباب الذي فتحه لي "جون كوند" عنوة وحططتُ بتواضع على مناظري البحرية".

"وكان ثمرة ذلك نشوء طريقة جديدة لرؤية العالَم عززت من جرأتها الموجة التي صاحبتها ذيوع "المطبوعات

اليابانية" وتطور (التصوير الفوتوغرافي) كما ظهر (التصوير الجويّ) والمناظر شبه المجسمة.

[كما أثَّر كل من ستوديو غلير والأكاديمية السويسرية اللذان لعبا دورًا رؤيويًّا وكونيًّا ينحصر في القيم البنائية التشكيلية والضوئية في الصورة الفنية عند جيل فناني ما بعد الانطباعية والمصممين الإعلانيين.]

"لقد أفصح مونيه عن ذلك بوضوح عام ١٨٦٦-١٨٦٧ عند رسم (نساء في الحديقة).

ففي البدء رسم اللوحة بأكملها في العراء الأمر الذي يعد بحد ذاته تحولاً جديدًا.

كذلك لم يعمد إلى تأثير ظلال فوق الوجوه والثياب البراقة باستعمال درجات لونية معتمة فاستعاض عنها بالألوان الباردة الخضراء والزرقاء[١]." [انظر الشكل ٢٣]"

"لقد أَوْلَى الانطباعيون اهتمامهم برسم المناظر الطبيعية ومشاهد الحياة اليومية اعتمادًا على التحليل الضوئي للألوان إلا أن صورة المرأة تطورت في هذا الاتجاه في القيم البنائية التشكيلية وبدت المرأة بأشكال ومظاهر جديدة غير مسبوقة في اتجاهات فنون ما قبل الانطباعية وذلك بفضل عوامل عدة وهي:

١. تأثير الفنانين البريطانيين على فناني باريس.
٢. انتشار المطبوعات اليابانية التي قدمت رؤية جديدة قادمة من شرق آسيا بفضل انتشار التجارة والنشاط الاستعماري في كل من آسيا وإفريقيا.
٣. ابتكار آلة التصوير الضوئي والتصوير الجوي الذي سنح للفنان أن يرى مناظير بصرية جديدة في رؤية اللوحة والمشهد العام.
٤. اكتشاف بعض الفنانين الانطباعيين مسألة البنائية في الطبيعة.
٥. أصبحت صورة المرأة عنصرًا هامًّا لمواضيع العديد من الفنانين الإنطباعيين الأوروبيين.
٦. انتشار الصحف كإحدى أحدث وسائل الاتصال الاجتماعي في أوروبا)".(٢)

وساهم العديد من الفنانين الانطباعيين الذين مهدوا لظهور ونقل تلك الرؤية الجديدة لصورة المرأة من الفن التشكيلي إلى فن الملصق أحد أشكال التصميم الغرافيكي الذي كان يتداوله المجتمع الأوروبي آنذاك بدايةً بالفنانين مانيه، مونيه، سيزان، رنوار وغيرهم وانتهاء بدوغا ولوترك، إذ تناولوا مواضيع تصدرت فيها المرأة

(١)أي مولر، فرانك إيلغر، مائة عام من الرسم الحديث، ترجمة فكري خليل، دار المأمون، بغداد، ١٩٨٨، ص١٧-١٨.

(٢) د. بهنسي،عفيف تاريخ الفن منشورات جامعة دمشق مطبعة الشركة العربية ١٩٩٦م دمشق سوريا ص٥١٣(بتصرف)

وفق أسلوب ومنهجية كل منهم. حيث أثيرت ضجة أو (فضيحة) أثارتها لوحة مائية (الغداء على الحشائش)، إذ تعاطف الانطباعيون والتفوا حول مانيه وجعلوه قدوة لهم. [انظر الشكل٢٤]

"ولمّا كان يوصف مونيه وبيسارو وسيسلي بأنهم رسّامو المشاهد الطبيعية، فإن الفنان رنوارrenoir كان مولعًا برسم اللوحات التي تعبر عن المرأة في حالة العري ليرسم فتيات ممتلئات Robustes بأجساد رقيقة عبّر فيها عن الجمال والنضارة بأسلوب فني بعيدًا عن القلق الذهني أو التعقيدات النفسية التي تظهر صورة المرأة بشكل إباحي أو مباشر.

إن عاريات رنوار ليس فيها من الدعارة أو الفسق شيء فهذه الأجسام اللؤلؤية التي تبدو في الواقع كأعضاء لم تعرف حمى العواطف وجيشانها.

ونساء رنوار في الواقع شابات نَضِرَات في معظم الأحيان والمرأة عنده حواء التي تسكن جنة لا وجود فيها لشجرة المعرفة أو الأفعى!! ، وشيء من الفردوس يبقي مكتنفًا امرأة رنوار حتى حين تضع عليها ثياب شابة باريسية. [انظر الشكل٢٥]

- لقد رسم رنوار المرأة بأوضاع اجتماعية مختلفة فتارةً:

- المرأة الشابة العارية الرقيقة الممتلئة ذات البشرة النضرة.
- المرأة التي ترقص تحت أشجار طاحونة غاليت.
- المرأة التي تصغي إلى الموسيقى.
- أو المرأة التي تضع القبعة على رأسها لدى الخيّاطْ بأوضاعها المختلفة وتنتمي إلى الفترة التي رُسِمَتْ فيها.

وكان نابليون الثالث أثناء السنوات الأولى لقيام الجمهورية الفرنسية الثالثة إن يشأ يعرف ماذا يرتدي الناس وكيف كانوا يسلون أنفسهم عليه أن يلجأ إلى رنوار بقدر ما يلجأ إلى مانيه.

عاش رنوار معظم أيامه منذ عام ١٨٩٧ فما بعد في منطقة الميدي Midi جنوب فرنسا أراد أن يعرّض نساءه للشمس الحارة المنعشة لينضجن كما ينضج الخوخ[١]."

(١) أي مولر، فرانك إيلغر، مائة عام من الرسم الحديث، ترجمة فكري خليل، دار المأمون، بغداد، ١٩٨٨، ص٣٥.

وفي نظرةٍ تحليلية جمالية لأعمال رنوار يرى أنه :

عندما يتخيل رينوار المشاهد التي تسترخي فيها نساؤه ، لا يعود يفكر بالمسرات التي يستمتع بها سكنة المدينة، وكأنه يفكر بالنساء الأقرب إلى الفاتنات اللواتي يجدهن الإنسان عندما يتملص من تقاليده الاجتماعية وينطلق حرًّا إلى الطبيعة، وهو يرسم الأجسام بضة غنية إلى حد الإفراط .

كما قد يتبادر للمشاهد أن الفنان كان يرمي إلى شيء أبعد من كونه جماليًّا بحتًا إنه عشق الحياة وتمجيدها بعطائها وبدائيتها ونشوتها.

"وكان رنوار نحاتاً أيضاً وقد ساعده غوينو أحد تلامذة مايول على إنجاز أعماله الفنية، فالمرأة الجميلة المليئة ذات الملامح الجنسية كانت تطغى بقوة في نحته كما هو الأمر في تصويره وقد اتجه الفنان بأعماله إلى غنائية شاعرية وإلى تبسيط تشكيلي واستقر أخيراً في مدينة (كان فرنسا) ومات عام ١٩١٩م.[١]"

- <u>صورة المرأة عند إدغار دوغا Edgar Degas</u>

"إن إدغار دوغا (١٨٣٤-١٩١٧) هو قلما رسم أعماله الفنية في الهواء الطلق، وقد رسم الإنسان والحيوان في أماكن مغلقة مثل السيرك أو في نوادي رقص الباليه، وقد رسم الموسيقين والراقصين والمقاهي وسباق الخيل... ،ويُرى مدى تأثره بالمطبوعات اليابانية، وتبدو رسومه وكأنها لقطات فوتوغرافية لأحداث يومية. وكذلك الراقصات في دار الأوبرا، وقد درس في لوحاته تأثير الأضواء الاصطناعية على الأشخاص في لوحته ، لقد أقبل دوغا على ارتياد حوانيت صانعي القبعات النسائية والغرف الخلفية حيث النساء المتعبات المتثائبات اللاتي يقمن بكيِّ الملابس.

إنه يواجه النساء الجاثمات في حوض السباحة (الاستحمام) منهمكات في غسل أنفسهن ويخططهن على ورقة الرسم وبسرعة، ثم ينصرفن للاهتمام بزينتهن بعد ذلك،وإن بدا فنه فاضحًا إلا أنه لا يقصد إثارة الشهوة، وكان دوغا يلحظ بفضول على النقيض من رينوار،لم يعظِّم العري ولم يصوِّره حالة طبيعية بل خلق لدى المرء إحساسًا بأنه موجود بضع لحظات فقط ثم سرعان ما تخفيه الملابس.

(١) د. بهنسي عفيف، اتجاهات الفنون التشكيلية المعاصرة، منشورات وزارة الثقافة، سورية، ١٩٦٠، ص٢٥ (بتصرف).

- **دوغا ومفاهيم جديدة لشكل صورة المرأة:**

يقول دوغا: "ليس هناك فن أقل تلقائية من فني"

والحق أنه لا يسجل الانطباعات التي تأتي بها المصادفة في طريقه، إنه ينتقيها ، يحللها ، ثم يحولها إلى حالة أخرى بأسلوب تأملي، ومنذ عام ١٨٨٠ وما بعد عمد إلى الانتفاع من قلم الباستيل أكثر فأكثر الذي هيأ له أقصر الطرق أنه يكون ملونًا بوساطة الخط وفي الوقت ذلك قوى ألوانه. [أنظر الشكل٢٦]

يتميز أسلوبه بتظليلاته المتعارضة وسعة بقعه اللونية وحرية نغماته وتوهجها وفرادة أسلوبه، التي ظهرت فيما بعد في الملصقات الجدارية للوتريك وشيريه في تلخيص واختزال الأشكال والخطوط(١)، من وصف وتحليل أعمال دوغا.

يُستنتج ما يلي:

١. يتبين أن دوغا خرج من أطر الاتجاه الانطباعي باستخدام ألوان الباستيل التي فرضت عليه اختزالات على صعيد الخط واللون وانتهاج أسلوب فني فرضته عليه مادة وأدوات الرسم.
٢. إن باليت ألوان الباستيل المُصنَّعة والمُعدَّة بدرجات مدروسةٍ من قبل صانعي الألوان الجاهزة سهل عليه السرعة في إنجاز رسم الصورة.
٣. إن ألوان الباستيل سنحت لدوغا أن يستخدم خطوطًا ملونةً بأسلوب انعكس على أشكال الإعلانات الفنية على جيل كامل من المصممين الغرافيكيين في عصره.
٤. إن استخدام التلقائية في رسم المرأة انعكس على أساليب مصممي الإعلانات (الملصق) في عصره وعلى أشكال أساليب الإعلان على المنتجات الاستهلاكية.
٥. إن الأسلوب التبسيطي لدى كل من دوغا ولوترك واستخدام المساحات اللونية المختزلة كان هو أقصر الطرق للتعبير عن رسم المرأة بأسلوب إغرائي يبرز آناقة سيدات عصرهما بعيدًا عن الابتذال والحِطَّة.
٦. إن استخدام دوغا البقعة اللونية وظلاله العريضة أعطى اللون قيمة مسيطرة على الشكل على حساب الخطوط والتشكيل البنائي لها. وكان هذا يشكل مهادًا لظهور صورة المرأة ذات الملامح المختزلة بألوان مساحية تتسم بتوهج نغماتها اللونية المثيرة للانتباه والإعجاب للوهلة الأولى، والتي تجلت لاحقاً في فن الملصق عند ،لوترك وشيريه وغيرهما.

(١) أي مولر ، فرانك إليغر ، مائة من الرسم الحديث، ترجمة فكري خليل، دار المأمون ، بغداد ١٩٨٨ ص٣٨.

- رؤية متفردة لصورة المرأة في أعمال بول سيزان: Paul Cézanne

"عندما استقر سيزان في مدينة (أوڤير) وعمل بنصيحة كامي بيسارو Camille Pissarro ظهرت بوادر أسلوبه الثوري فرسم مشاهد طبيعية هادئة بألوان صافية...

وآثر سيزان سعيًا إلى الوصول إلى مزيد من النضوج والكمال أن يرحل عن باريس إلى جنوب فرنسا، حيث يسمح الهواء الجاف الشفاف للطبيعة أن تبدو أنقى ما تكون.

وكذلك تطرّق سيزان في أسلوبه إلى إنجاز عددٍ من اللوحات الفنية رسم فيها نساءً عاريات ، إلا أن أسلوب سيزان الذي كان يقوم على أسس البناء التشكيلي المعماري للتكوين في الصورة قد أبعد النظرة الإغرائية حيال تلك الصورة.

وهذا ما يؤكده كل من إدغار مولر وفرانك إيلغر في كتابهم (مائة عام من الرسم الحديث) قائلين: من أن سيزان "حين رسم عاريات لم يكن بدافع الاشتهاء أو ليثير فينا المداعبة الحسية بل استعمل أجسادهن ليقيم تشكيلاً معماريًّا حيًّا".

إن مقارنته برنوار الذي تقصَّد الحالة الإغرائية عند المرأة بصورة أنيقة جذابة بعيدة عن الحِطَّة أو الابتذال كما أن الصور الشخصية التي رسمها سيزان هي بعيدة في مطابقتها شكلاً للنسب الواقعية ،إلا أنها تتمتع بجاذبية الألوان وتوزيع مساحاتها الراعشة ، ولم يقصد سيزان انتهاج أسلوب يجب أن يُقتدى به كما هو الحال لدى التكعيبيين الذين أثَّروا بدورهم على شكل الملصقات والتصاميم في مطلع القرن العشرين واعتبروا سيزان معلمهم، إذ يقول سيزان: "لقد مَهَّدتُ الطريق وسيقتدي الآخرون الخطى".[1]"

لقد نقل الفنانون الانطباعيون صورًا متعددة للمرأة في أوضاعها النفسية والاجتماعية والاقتصادية.

كما أنهم مهدوا لظهور تلك الصورة في فن الملصق الذي بدأ يظهر كإحدى أهم وسائل الاتصال البشري في بدايات القرن العشرين، وأدى ترحال بعض هؤلاء الانطباعيين خارج بيئاتهم الأوروبية إلى بلاد تعيش فيها النساء حياة فطرية مثل الفنان پول غوغان إلى إحياء صورة جديدة عن المرأة في حياتها الفطرية، تأثر بأسلوبها الفنان تولوز لوترك في إعلاناته.

- نساء تاهيتي وأثرهن في لوحات الفنان پول غوغان: Paul Gauguin

لقد استجاب غوغان لقدره بتحدي الحضارة الباريسية عملاً بنظرية **(التحدي والاستجابة)** التي تتحكم إلى يومنا ها بغرائز البشر. فمنهم من يتوق إلى حياة متحضرة متنهى الحداثة ومنهم من يقصد الأرياف أو الغابات العذراء ليلتقي بنساء يعشن حياة فطرية هي الأقرب إلى حياة حواء الأم الأولى للبشرية.

هذا ما حدا بغوغان الرجل الثري أن يترك سماسرة البورصة ، و يهجر زوجته وأطفاله الخمسة ليعانوا العوز والعذاب، وكان طموحه أن يهرب من قرف الحضارة إلى الحياة الفطرية في تاهيتي.

---

(١) أي مولر ، فرانك ليغر، مائةعام من الرسم الحديث، ترجمة فكري خليل ، دار المأمون ، بغداد ١٩٨٨م ،ص٣٩-٤٠
وكتب يقول: "سأذهب إلى بنما لأعيش حياة غير اجتماعية هناك سأستمد قوة جديدة بعيدة عن البشر"، لكنه ما لبث أن أصيب بالخيبة في بنما، أن شد الرحال إلى جزر المارتينيك الذي فتن بطبيعتها الساحرة والتي تركها أيضًا لاعتلال صحته".(١)

"لقد انعكست فلسفة غوغان نحو الحياة في عناوين لوحاته الفنية التي تُظْهِرُ البُعْدَ النفسيّ لأن ملامسة غوغان للحياة الفطرية البدائية ووصوله إلى فردوسه المفقود الذي لم يكن مجرد إثارة صورية فحسب بل كانت لوحاته تعبيرًا عن إحساسه العميق وعذاباته النفسية التي انعكست على ألوان لوحاته التي اعتبرها الفنانون الوحشيون إيقونتهم المنشودة رغم السوداوية التي تعتري أشكاله وموضوعاته في نسائه البسيطات النصف عاريات أو المكسيات بثياب ، تنم عن الحالة الاجتماعية التي كانت تعيشها تلك النساء والتي أظهرها غوغان أنها قوية صامدة في البناء التشكيلي للوحاته. على الرغم من بساطة هيئات تلك النساء اللاتي يعشن على الفطرة، ولعل عناوين بعض أعماله مثل: "وحيدًا"، "الأكثر بُعدًا"، "من أين جئنا؟"، "من نحن؟". تطرح أفكارًا جديدةً لعناوين لم يسبقه بها أحد من الفنانين من قبل،وتعبر عن خيبة أمل عكسها على وجوه النساء في لوحاته ذات الألوان الحارة والوهاجة المليئة بالحيوية، التي ظهر أثرها في فن الملصق الجداري في أوروبا في إعلانات وليم برادلي (١٨٦٨-١٩٢٦) ولوترك (١٨٦٤-١٩٨١) وأوبري بيردسلي وغيرهم.

لقد قدم غوغان بأسلوبه الوحشي الزخرفي نمطًا جديدًا لصورة المرأة في العراء وكأنها سيدة أو أنموذج لجميع أعماله لتكون الطبيعة التي حولها هي بمثابة خلفية تظهر فطريتها وحضورها بشكلٍ عفوي بعيدًا عن الإغرائية أو الشهوانية في رسم جسد المرأة"(٢). [أنظر الشكل٢٧]

وكان لعامل ظهور الجمعيات الفنية وانتشار صالات العرض في بدايات القرن العشرين الأثر الواضح في انتشار الثقافة الفنية وبروز دور صورة المرأة في الفن التشكيلي الذي كانت تتداول أخباره الصحف اليومية في فرنسا والدول الأوروبية، إذ كانت الصحافة **مهاداً** لانتشار فن الإعلان وظهور الإعلانات الصحفية وإلى يومنا هذا.

"وكان لمانيه الذي درس الفن في مرسم توماس كوتور ولازم اللوفر وسافر إلى بلجيكا وهولندا وألمانيا وإيطاليا ونسخ لوحات تنتوريتو وتيسيانو وفلاسكز وروبنز ودولاكروا، واشترك في صالون باريس لعام ١٨٦١ بلوحته غيتاريرو Guitarero وحصل على لقب الشرف، أن قوبل معرضه الخاص بالاستنكار عام ١٨٦٣ والسخرية كما رفضت لوحة (الغداء على الحشائش) في صالون باريس فاشترك بها في معرض المرفوضين في صالة نادار فلاقت نقدًا لاذعًا "لظهور امرأة عارية في اللوحة

---

(١) بهنسي عفيف، تاريخ الفن، مطبعة الشركة العربية، ١٣٨٦هـ. ١٩٦٩م، دمشق-سورية، ص٥١٣.

(٢) د. بسيوني محمود، الفن الحديث، رجاله، مدارسه، آثاره التربوية، دار المعارف بمصر، ١٩٥٧، ص٤٧.

وأطلق عليها عبارة الفن المنحط، إن ظهور المرأة بأسلوب إغرائي في المجتمع الفرنسي أثار نقد جمهور المشاهدين والنُّقَّاد، وأثار تنكُّرهم للوحة (الغداء على العشب) التي مثل فيها مجموعة من الشباب يجلسون مع امرأة عارية في إطار منظر طبيعي وفي هذه المرحلة كان مانيه متأثرًا بأعمال فرانز هالز وفلاسكز وغويا[١]."

ويعد غوغان وسيزان ورنوار وديغا ومانيه ممن تأثروا بمعطيات عصرهم الذي لعب فيه الموضوع دورًا هامًّا حيث بدت صورة المرأة جليّة في لوحاتهم وأحد أهم عناصرها.

لقد تحولت الصورة عامة من شكلها التمثيلي إلى أشكال متعددة كما هو الحال في الاتجاه التكعيبي إذ في صورةٍ تكعيبية يحاول فنانو هذا الاتجاه بذل جهدهم لإكسابها البناء المعماري محاولين تجريدها من كل مظاهرها الطبيعية.

هنري دو تولوز لوترك:H.T.Loutreke

وفي اتجاهات أخرى كانت الحركات المستجدة في الفنون الجميلة قد أظهرت أساليب لفنانين أثروا وتأثروا ببعضهم البعض، حيث يبدو واضحاً تأثر لوترك في تبسيط الخطوط والمساحات والألوان لصورة المرأة في أعمال غوغان.

"فقد حملت الباكورة الأولى للفن الغرافيكي في إعلانات تولوز لوترك، النماذج الأولى للسهرات الليلية التي يقيمها المجتمع الباريسي آنذاك حملت إعلانات تولوز لوترك زهوة الانتصار وقدمت للمجتمع نماذج من المناظر الليلية، وانبثقت من صورة ثورة معادلة للثورة التي حملها عصر الجاز، في حين كانت له صورة أخرى تعتبر باكورة المدرسة الاجتماعية الحديثة في الفن.

ويُعَدُّ بيكاسو واحدًا من الكثيرين الذين يعترفون بفضل كفاءتهم الفنية للوترك[2]."

"وقد تميز هنري تولوز لوترك Lutrec برسم نساء الليل والحانات بعين ناقدة وبصورةٍ لاذعة، وكان يحرر ويصور في (المجلة البيضاء) La Revue Blamch وكانت نماذجه النسائية عامةً تختلف عن نماذج ديغا... إذ يصورهن بهذه الروعة والإثارة في الملصقات التي رسمها لهن وألصقت على جدران باريس.

وخلد في رسومه الراقصات اللواتي كن يعملن في حي المونمارتر وملهى المولان روج وتأثر به عدد كبير من الفنانين الشباب على رأسهم بيكاسو نفسه".(٢) [انظر الشكل٢٨-أ-ب-ج-د]

المرأة في مصممات جول شيريه Jules cheret(١٨٣٦.١٩٣٣)

مارس جول شيريه تصميم الملصقات الجدارية عن فن السيرك والمسرح والأمسيات الموسيقية، وكذلك تصميم (الملصقات السلعية) على بعض المشروبات الروحية الذي ساهم بإشهارها.

---

(١) جي أي مولر،فرانك إيلغر، مائة عام من الرسم الحديث ،ترجمة فكري خليل، دار المأمون ، بغداد ١٩٨٨،ص٤٧

(٢) محمد فتحي، فن الغرافيك المصري، المطبعة العامة للكتاب عام ١٩٨٥ ص٢٢، ٢٣

استخدم جول شيريه صورة المرأة بأسلوبه الفني المبسط مستعيناً بالألوان الزاهية والخطوط الرشيقة مستفيداً من العبارات التجارية بهدف تسويق السلعة. فهو يرسم بخطوط لينة ورشيقة صورة امرأة من فتيات عصره وهي في منتهى السعادة فيصورها في بعض إعلاناته وهي تمسك بيدها زجاجة مشروبٍ تحملها أنامل ناعمة ورقيقة بأسلوب واقعي.

وكأن الفتاة تتطلع إلى الزبون. مرتدية الثياب الأنيقة وبأسلوب فني يعتمد الدراسة السريعة للتلائم حركة النموذج مع شكل الملصق المعد وظيفياً للصقه على السلعة ذات الشكل الأسطواني (زجاجة المشروب) مثال: الملصق السلعي بيبرمنت peppermint إذ يقدم شيريه للمشاهد أشخاصاً عاديين بحركات إغرائية راقية مع حشد للحروفية وكذلك في عمله (sketch) نجد جول شيريه، يرسم المرأة بأسلوب الدراسة السريعة بألوان زاهية وهي تعزف على القيثارة بحركة رشيقة وبخطوط لينة.

ويتضح للمشاهد سيطرة فن الخطاطة الحروفية على صورة المرأة في أعمال شيريه كما في عمله (ملصق سلعي) لمشروب Quinquina Dubonnet وهو نوع من الآبيريتيف. أو مشروب الآليكور. والذين يتضح في دلالاته الحروفية أنه يباع في كافة المقاهي. [انظر الشكل٢٩-أ)، ففي عام ١٨٤٦ قام جوزيف دوبونيت بتحضير وصفة لمشروب كحولي، وكانت هذه الوصفة ناجحة لدرجة أن الشركة المصنِّعة كانت تنتج ثلاثة ملايين عبوة سنوياً حتى نهاية القرن التاسع عشر وقد كلف جول شيريه بتصميم ملصق الإعلان عن هذا المشروب.

وُلِدَ جول شيريه في باريس وكان والده يعمل في مجال الطباعة الحروفية (طبّاعْ Typographer). أقام بين عام ١٨٥٩. ١٨٦٦ في بريطانيا وتدرب على أساليب الطباعة وتأثر هناك بالأساليب البريطانية لفن الرسم والطباعة، صمم في فرنسا عدداً من الملصقات الجدارية للملاهي والحفلات الموسيقية والمسرحيات (ألدورادو، مولان روج، أولمبيا) واستفاد في أسلوبه في الرسم من الفن الحديث art nouveau. الذي كان يعتمد على فنون الروكاي أو الروكوكو. وفن الباروك الفرنسي الذي يعتمد على أسلوب التأنق في الفن.

(ويعد جول شيريه أول من أوجد استخدام الألوان في فن الطباعة الحجرية الليتوغرافي lithogaphi. في ملصقه للموسيقي والملحن أو فن باخ. عام ١٨٨٥م.

قضى آخر حياته في جنوب فرنسا في مدينة Nice في منطقة الميدي Midi وتوفي هناك.

أهم المصممات الغرافيكية لجول شيريه Jule Cheret: في عام ١٨٤٨ تمكن المصمم الغرافيكي جول شيريه من تصميم أول ملصق له بطريقة (الطباعة الحجرية) الليتوغرافي lithogaphi وهو بعنوان (Orpheeaux Erfers) وفي عام ١٨٦٩ بدأ "التاريخ الفني" للشكل الذي نعرفه حالياً (فن الملصق)poster عندما قدم الفنان ملصقاً طبعه بطريقة الليتوغراف بعنوان: Bal Valention وهو يعرض مهرجاناً مبين امرأتين راقصتين.[١]

(١) د. راضي ماهر، فن الضوء، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، ٢٠٠٥، ص٦٥.

وبالتالي يمكنُ القول أن (صورة المرأة) كانت الأنموذج الأول لولادة فن الملصق الأوروبي الذي صممه تولوز لوترك ومن بعده جول شيريه عام ١٨٦٩م وإن مولد هذه الصورة جاء مع ولادة هذا النوع من الفن الغرافيكي حديث النشأة في النصف الثاني من القرن التاسع عشر. [انظر الشكل ٢٩-ب]

وقد جاوزت تصميمات الفنان شيريه حوالي الألف بطريقة الطبعة الحجرية وكان يرسم تصميماته بشكل مباشر على حجر الطباعة، وكان من المهتمين بالتقاليد التقانية للأعمال الفنية الجدارية الكبرى إلى جانب عنصر مهم هو: إظهار الشعور بالاهتمام والتعبير واستخدام (اللغة الشعبية) التي تحقق العلاقة مع الجماهير والاستعانة بصورة امرأة رشيقة جذابة بأسلوب فني بسيط يعبر عن التأنق الذي يمتاز في الأرت نوفو، الذي كان سائداً في عصره وقد شارك في هذا الفن وأسس لفن الإعلان الجداري poster كل من الفنانين المعروفين مثل:

. إدوارد مانيه

. بونارد

. تولوز لوترك وهو أبرزهم في هذا المضمار.[انظر الشكل ٢٩-ج].

وقد امتاز أسلوب شيريه باستخدام الحروف القليلة من فن الخطاطة الكتابية التي هي غالباً ما تفردت بأشكالها المتعرجة معتمدة على التناغم الشكلي.

ومن الفناني الغرافيكيين المعاصرين لتولوز لوترك هو:

الفنان المصمم: أ. ستيفلن وكان له أسلوبه المميز، حتى أن ملصقات الأولى كانت ذات تأثير واضح على أعماله.

أوبري بيردسلي Aubrey Beardsley

والفنان المصمم الغرافيكي أوبري بيردسلي Aubrey Beardsley وهو فنان انكليزي.

قدم هذا الفنان ملصقات ذات تأثر واضح بأعمال تولوزلوترك وتعتبر أعماله أحد أهم المصادر الرئيسية لفن الملصق الأوروبي إذ امتازت أعماله برشاقة الخطوط المتفائلة والجميلة وكانت صورة المرأة الأنموذج الأهم في إعلاناته .[انظر الشكل٣٠]

" وقد تميزت أعمال بيردسلي بصراحتها في تقسيم السطح ناهيك عن غنى واضح في خطوطها خارجية عدا الغنى اللوني"(١)

(١) د. يازجي، أحمد،٢٠١٢،٢٠١١ تاريخ التصميم الغرافيكي ، منشورات جامعة دمشق ص١٢٧

حركة فن الأرت نوفو وأثره في ظهور فن الإعلان الجداري الأوروبي:(غوستاف كليمت)

"بلغت حركة الأرت نوفو الذروة في السنوات ١٨٨٠-١٩١٤ وكانت الملامح الشخصية لهذه الحركة هي حركية ديناميكية dinamisme تستخدم الأشكال المتموجة والخطوط المتدفقة والأقواس المختلفة والخطوط ذات الإيقاعات المتغيرة ، وحرية الخطوط وإنحنائاتها الأنثوية.

ولهذه الحركة صلات مع لحركة الرمزية ومن أهم فنانيها مثل: أوبري بيردسلي ، ألفونس موتشا ،إدوارد بيرن جونز ، غوستاف كليمت ، جان تورب ، وظهر هذا الفن الجديد كأتجاه تصميمي في نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين.

وقد أستمر تأثير هذه الحركة حتى إندلاع الحرب العالمية الأولى أو بعدها بقليل ، وكانت فرنسا وبلجيكا الموطن الأصلي لهذا الفن ، ويهتم المصممون بالتركيز الخاص على اللونين الذهبي والأزرق ودرجات اللون الأحمر في الرسم ،وأستعمال الفنانين أشكال الزهور والأوراق النباتية والطيور في الزخرفة وقد أشتق أسم الأرت نوفو عن أسم محل في باريس أسمه (بيت الفن الحديث)"(١).

ومن أهم فناني هذه الحركة التي ساهمت بانتقال صورة المرأة من التصوير إلى التصميم الغرافيكي غوستاف كليمت ومن أعماله الفنية : (آلهة الطب) التي استخدم بها الخطوط اللينة والألوان الرقيقة الشفافة المعبرة وهي تمثل صورة إمرأة تحمل بين ذراعيها ثعباناً ينفث السم في كأس تحمله بيدها الأخرى.

وهو من أصل نمساوي ولد في بورن في هنغاريا ويعد غوستاف كليمت (١٨٦٢-١٩١٨) من أهم الفنانين الذين استخدموا تصميم المجوهرات في أعماله الفنية .[أنظر الشكل ٣١].

ويستنتج مما تقدم :

١- لقد أدى ظهور الحركات الفنية في أوروبا وتطور وسائل الإتصال والعيش وإبتكار الطباعة والفوتغراف إلى تبدل أشكال الصور اليومية التي أنعكست على أشكال الحياة الأوروبية وكان أهمها صورة المرأة .

٢- ساهم تطور وسائل الإتصال المبتكرة وأساليب الإعلان التي ظهرت في بداية القرن العشرين بهدف ترويج السلع وإظهار الحياة الثقافية في أوروبا إلى وضع فن الإعلان في واجهة الصحف الأوروبية

٣- أثرت النزعة الإنطباعية (التأثيرية) ومابعدها وكذلك حركة الأرت نوفو وتأثر الفنانين آنذاك بالمطبوعات الخشبية اليابانية التي اتسمت بقوة الألوان وإلغاء البعد الثالث إعتماداً على البعدين مما ساهم في صياغة الأعمال الفنية والمطبوعات التي شكلت مولد الإعلان الجداري الأوروبي (ملصق) وفق معايير غرافيكية وبسيكولوجية جديدة.

---

(١) المصدر: موقع الموسوعة الحرة ويكيبيديا ، ar.wikipidia.org

التحولات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتقانية وأثرها على تشكل صورة المرأة:

إن "شعائرية الفن" في إيطاليا خلال عصر النهضة الأوروبية كانت مقتصرة عليها في كافة الأعمال الفنية التشكيلية والمعمارية إذ بدت صورة المرأة العادية أو القديسة أو الأسطورية بازغة في الفن الإيطالي.

إلا أن ما شهده المجتمع الأوروبي الحديث من تحولات منذ القرن السادس عشر حتى السبعينات من القرن الثامن عشر، أي حتى عشية الثورة الفرنسية البورجوازية، إنما شكل الحقبة الأولى من تاريخ نشوء وولادة الحداثة في الفنون والنظرية النقدية والذوق العام، هذه الحقبة سجلت حركة تجاذب وتنابذ بين الكلاسيكية والمانييريزم وظهور الباروك والروكوكو. واكتشاف الحضارات الشرقية والغربية على مبدأ التماثل شكلاً ومضموناً **مقارنة الحضارة الشرقية الإسلامية والمسيحية الوسيطة** في النظرية والفن والذوق العام نهاية القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر....

"– وبما أنه قُدِّر للرومانسية أن تتطور في العديد من الدول الأوروبية في ألمانيا، إنكلترا، إسبانيا، روسيا، فرنسا، إيطاليا. والتاريخ والطب والفلسفة والعلوم والاقتصاد فالرومانسية التي ظهرت في أوروبا ما بين ١٨٠٠ حتى الخمسينيات من القرن التاسع عشر شكلت الحد الفاصل بين الماضي التقليدي الإقطاعي والمستقبل **البرجوازي . الحديث** وهي الظاهرة الأكثر انفتاحاً على الحضارات والداعية إلى (حرية) الإبداعولقد تحدد نوع من الاستقلالية في علاقة الإنسان بالواقع والطبيعة وأحساسيه وانطباعاته.

"ولاشك أن حرية الإبداع في نهاية القرن التاسع عشر أطلقت العنان للمزيد من المبالغة في القطع مع التقاليد الأكاديمية **ما بعد الانطباعية** غوغان، سيزان، جماعة الأنبياء، ولكن باتجاه لغة تشكيلية سواء في الموضوع أو التأليف بالسطوح ونحو العفوية والبدائية إلى سطح ذي بعدين ، وإلى اختلاف الرؤية في العجينة اللونية (الابتعاد عن الضبابية والتدرجات اللونية) ، وقد اهتم جماعة الأنبياء باللون الصافي (على عكس الانطباعيين ومبدأ الأمانة والانطباع البصري وربط العواطف باللون ما بين الأعوام (**١٨٩١–١٨٩٩**) [١]" **مما مهّد لظهور فن الإعلان بصورته الأولى.**

"– وقد احتلت فرنسا في النصف الثاني من القرن التاسع عشر موقع الحيوية الفنية الذي تمتعت به إيطاليا لقرون، وأصبحت باريس كعبة الفن والابتكار بدلاً من روما، وبقيت فرنسا موئل النقد وتيارات الحداثة بكل تجاربها وتنوع تياراتها بينما ازدهرت الدراسات التاريخية في ألمانيا وإيطاليا وظهرت المجلات المتخصصة في الفنون Gazette des Beaux arts ١٨٥٩ في فرنسا وألمانيا Zeietchaift fur bildenbele kunst وظهرت الدراسات الموسوعية والمتخصصة في تاريخ الفنون والحضارة التي تتناول تاريخ الفن الأوروبي وفنون آسيا وإفريقيا وأمريكا (شنازي، كوغلر، شبرنغر في ألمانيا).

---

(١) د.البيطار زينات، النقد والتذوق العام في الفنون الغربية، مجلة عالم الفكر، مجلد ٢٦،عدد٢ تشرين الثاني ص٣٥ (بتصرف)

كما تجدر الإشارة إلى تطور الاكتشافات الأثرية للفرنسيين والإنكليز في بلاد ما بين النهرين ومصر الفرعونية واكتشاف اللغة الهيروغليفية، كما ظهرت الكتب التي تتناول حياة كل فنان على حدة[1]."

ولا يمكن لأي باحث أن يتلمس حقائق الحركة الفنية الحداثية في أوروبا في القرن العشرين دون أن تتوفر لديه معرفة مظاهر التبدل السريع للتيارات الفنية وفق التبدلات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتقانية والعلمية والتاريخية التي أوقعت العديد من الباحثين والنقاد أسرى لمغالطات وتناقضات ومبالغات قد لا تستند على أسس معرفية.

– حيث أدى التوسع الاستعماري بعد ظهور الثورة الصناعية في إنكلترا في القرن الثامن عشر إلى احتكاك الفكر الأوروبي بحضارات الدول المستعمرة مما فسح المجال لعدد من الفنانين والمستشرقين تذوق فنون الشرق الأدنى في شرق وجنوب البحر الأبيض الموسط وبالتالي شُرع الباب لتذوق فنون قارتي آسيا وإفريقيا التي يقع الوطن العربي على حدودهما الشرقية والجنوبية وخاصة بلاد الشام والعراق ومصر والمغرب العربي.

لقد أدى ظهور الاتجاهات الفنية التشكيلية وأثرها في التصميم الغرافيكي مثل: التكعيبية Cubisme، الصفائية أو النقائية Purisme، التصوير الماورائي métaphisique، التيارات التي رافقت التكعيبية مثل: الدادائية Dadisme، الحركة التعبيرية الألمانية Expretionisme، المستقبلية Futirisme وفن الطليعيين الروس ، واتجاهات الفن التجريدي abstracte، والبنائية والسمو واقعية (السوريالية) surialisme والبوب آرت popart والمفاهيمية art perception هذه الاتجاهات بقدر ما حدت اتجاهات فنية إلا أنها طرحت سؤلاً يصعب الإجابة إليه وهو وماذا بعد؟ إلا أن الاتجاهات المفاهيمية المعاصرة كانت رداً لمثل هذه التساؤلات.

– كما أن سيطرة ثقافة السوق وانتشارها في المجتمع الصناعي الأوروبي وانتقالها كحاجات ضرورية في دول النفوذ الثقافي في المستعمرات كمجتمعات استهلاكية إضافة إلى انتشار الثقافة الاستهلاكية في المجتمع الأوروبي أيضاً نظراً للتطور العلمي والتقاني وارتفاع مستوى دخل الفرد والمجتمع الذي جاء بموازاة التقدم والتطور التكنولوجي المتسارع والمتغير دائماً مما أدى إلى نشوء تجاذبات ثقافية.

إذ نشأت بين أوروبا وشرق وجنوب المتوسط مفاهيم أوروبية جديدة نادت بتحرر المرأة الشرقية لتكون على شاكلة المرأة الأوروبية المعاصرة كي ترقى المرأة الشرق أوسطية إلى ثقافة وذوق النساء من النخبة الواعية أو المثقفة في المجتمعات الأوروبية أملاً في ردم الهوة بين الثقافتين المتجاورتين بظهور فكرة (دول البحر الأبيض المتوسط).

– إن هذه التبادلية والتجاذبية الثقافية تتطلب من البلاد العربية المتشاطئة شرقاً وجنوباً تدريس المناهج التربوية والفنية ومحاكاة الأوروبيين في عاداتهم وفنونهم مما يتطلب من هذه المجتمعات التطور الحثيث في

(١) د. نعامة سليم، سيكولوجيا المرأة العاملة، م. أضواء عربية ، بيروت، لبنان، ١٤٠٤هـ – ١٩٨٤م، ص٨–١٠ (بتصرف)

مجالات الأدب والفن والعلم والإعلام والاتصال. مما أدى إلى ظهور حركات تحرر المرأة في البلاد العربية على الصعد التقانية والاجتماعية والسياسية والثقافية والفنون الجميلة والإعلام.

"فقد تعرضت المرأة إلى مشكلة سوء التوافق الاجتماعي والنفسي كان من أسبابها المعايير الذاتية لقدراتها وطموحها واستعدادها وثقافتها. وكذلك النظرة الاجتماعية إليها، مما حدد سلوكيتها في مجتمعاتها في أوروبا وفي بعض البلاد العربية ومما أثر على بناء شخصيتها وسلوكيتها وأدى إلى إنتاج المزيد من العلل النفسية التي أنتجت على شكل موضوعات عن صورة المرأة في السينما والإعلان والفنون التشكيلية.

ومما خلق أوضاعاً جديدة مثل: ازدياد عدد النساء العاملات، الشكوى من الإهمال والحرمان العاطفي الذي تعالجه وسائل الإعلام السمعية البصرية وكذلك المواضيع الفنية التشكيلية وفن الإعلان مثل: تحديد النسل، زيادة الأحداث المحرضين، بما يقضي أن تُرِكتْ المرأة لتربية أطفالها وانصرافها إلى العمل مما أدى إلى ظهور الانحراف الذي تحاربه المؤسسات الإصلاحية في المجتمع باستخدام وسائط الإعلان والتصميم الغرافيكي المعاصر.

كأحد الوسائل التي يستخدمها الرجل للترويج عن صورة أخرى لغياب المرأة عن رعاية الأسرة.

– والرجل لم يكتف بحجز حريتها التي هي في النهاية جزء من شخصيتها على اعتبارها إنساناً له آماله وأحلامه وطموحاته، وله أيضاً طاقته الانتاجية الفاعلة وإنما أيضاً سلبها إرادتها فباتت إنساناً غير مُبدع تتنازعه الأهواء ويفكر بقلبه أكثر مما يفكر بعقله... وبناء على هذه الدراسات السيكولوجية استبعدت المرأة عن الكثير من الأعمال الإنتاجية(١)."

إن (النظرة الانتقاصية) لدور المرأة في المجتمعات الحديثة وإعطاء الصورة المشوهة عن قدراتها الجسدية والعقلية أظهرت تلك الحالات المشوهة عن الحالات الاجتماعية الشاذة التي ظهرت جلية في العديد من الملصقات الإعلانية على أبواب دور السينما في الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي وإلى يومنا هذا كنوع من الابتزاز العاطفي الرخيص لجيل المراهقين والمراهقات لتدخل صورة المرأة في فن الإعلان السينمائي دائرة السلبية والازدراء الاجتماعي، ليس فيه الهدف إبراز جمال جسد المرأة وأناقته من وجهه نظر جمالية راقية. وإنما بصورة هيروتيكية هدفها حصد المزيد من التذاكر لمشاهدة تلك الأفلام السينمائية وفي هذه الحالة جملت صورة المرأة الممثلة السينمائية مزيجاً من [الحب والإعجاب والانتقاص] فكان المجتمع المحافظ يمنع المرأة من ممارسة فن التمثيل إلا من خرجن عن طاعة المجتمع آنذاك، ولم تكن المرأة في المصانع والمؤسسات فهي تستغلها في مجال الإعلان عن السلع وكذلك كامرأة عاملة في تلك المصانع لتكون عرضة للحوادث. والابتزاز من المتنفذين وأرباب العمل والذريعة الأولى لأصحاب رؤوس الأموال في مجتمعاتنا الحاضرة هو الرغبة في زيادة الإنتاج وجني المزيد من الأرباح.

---

(١) د. نعامة سليم، سيكولوجيا المرأة العاملة، م. أضواء عربية ١٤٠٤هـ – ١٩٨٤م، ص١٧–١٨.

المفاهيم الاجتماعية والنفسية والمهنية عن المرأة في القرن العشرين:

إن الدراسات التقليدية التي تناولت موضوع المرأة اجتماعياً ونفسياً ومهنياً ركزت على دور المرأة العاملة في المجتمع إلا أنها لم تركز على بعض التفاصيل التي يتناولها هذا البحث إذ تم استخدام شكل الأنثى ليستغل سحره وجماله في خدمة المجتمعات البورجوازية من أصحاب الشركات والمصانع لتعلن صورتها بشكل ساخر عارية الجسد في العديد من الإعلانات في البلاد الأوروبية، أو أن تقدم تلك المرأة التي تعمل بصفة (إنموذج) مانيكان، والتي تخضع لأقسى حالات التعامل في التدريب لتحافظ على شكل جسدها ليكون ملائماً للثياب التي تعرضها على سبيل المثال أو لتسويق السلع التجارية الأخرى ليسقن على شكل مجموعات وأرتال تختفي وراء الألبسة الأنيقة والموضات المستحدثة وكأنها (دمية متحركة) لا حول ولا قوة لها إلا بما تعلمته من حركات مثل (مشية القطة) أمام الجمهور، هذا في عرض الأزياء، وبالمقابل فإن المرأة المانيكان هي مطالبة بأن تأخذ لها اللقطات الفوتوغرافية للإعلانات الصحفية في المجلات مقابل أجور لا تتماشى مع الجهد الذي تبذله فكثير من النساء عارضات الأزياء ممن يقمن في عمليات عرض الأزياء كإحدى وسائل (الإعلان الحي) قد يحرمن من أن يتزوجن أو يتبعن (ريجيماً) Rejime نظاماً غذائياً قاسياً مثل (أكل المحارم الورقية) عوضاً عن الوجبة.

– إن التقدم الحضاري الأوروبي بكل ما قدم للإنسانية من منجزات إلا أنه أجحف في حق المرأة في الكثير من مجالات الحياة وخاصة في تقديم صورتها في بعض الإعلانات الهيروتيكية (الجنسية) الفاضحة وهذا يعود إلى سلطة المجتمع الذكوري ونظرته الهابطة إلى المرأة.

وقد نالت المرأة في بعض البلاد العربية في جنوب وشرق المتوسط ما نال المرأة الأوروبية إذ بدأ العالم العربي ومنه سورية بظهور الصناعات الخفيفة أو الصناعات التحويلية التي أخذت أشكالها في هذه المجتمعات مما اقتضى أيضاً أن تظهر صناعة: السينما، والمسرح، والحفلات الموسيقية وكذلك مبيع السلع والاكسسوارات النسائية. وأيضاً الترويح لبيع الأدوات المنزلية. والصناعات الدوائية. وكذلك ظهور بعض الشركات الصغيرة وفروع بعض الشركات العالمية مما تطلب من بعض المصممين الغرافيكيين السوريين الذين نشأوا مجدداً بعد تأسيس كلية الفنون الجميلة في جامعة دمشق عام ١٩٦١ في النصف الثاني من القرن العشرين. أن يلعبوا دوراً هاماً في هذا المضمار.

فظهر في المجتمع السوري: المرأة الفنانة التشكيلية، المرأة الموسيقية، المرأة التي تعمل في ميدان فن التمثيل والمسرح، والمصممة الغرافيكية والفنانة التشكيلية ومصممة الديكور والفنانة الغرافيكية والنحاتة. والطبيبة والصيدلانية والنساء ممن يعملن في مجال العلوم الأساسية كالفيزياء والكيمياء والرياضيات والعلوم التقانية المختلفة. إن هذه الصور المتعددة لأشكال المرأة جاءت نقلاً حرفياً عن كينونات النساء الأوروبيات في مطلع القرن العشرين.

كما ظهرت أيضاً صورة المرأة (ربة المنزل) في المجتمعات البدوية والريفية والقروية والحواضر الكبيرة. إن جميع هذه الصور ظهرت في إطار الفنون الجميلة لدى العديد من الفنانين السوريين والعراقيين واللبنانيين والمصريين والمغاربة.

فقد تناول الفن التشكيلي تلك الصور المختلفة في لوحات وأعمال الفنانين والفنانات من الذين عاشوا بدايات القرن العشرين إلى يومنا هذا.

وفيما يخص المرأة العاملة في سورية على سبيل المثال فقد اندمجت المرأة شأنها شأن الرجل للعمل في المصانع والمعامل. وقد أثر هذا على نفسية المرأة وأدى إلى مشاكل أسرية تناذر عنها العديد من المشاكل الاجتماعية التي تناولها فن الإعلان السوري كمحاربة التدخين، والمخدرات، والمَيْسر. وكانت هذه المسائل تعطى كمواضيع فنية في مشاريع تخرج طلاب كلية الفنون الجميلة، إضافة إلى مواضيع كالمحافظة على البيئة والمساحة الخضراء وخاصة غوطة دمشق كونها تشكل السلة الغذائية لمدينة دمشق وما حولها.

– ويبدو أن تحول مكانة المرأة في البلدان النامية قياساً بمثيلاتها في الدول المتقدمة لم يكن في نفس المستوى من الرعاية والعناية التي ظهرت في أوروبا إذ ظهرت الحركات النسائية التي تطالب بحقوق المرأة. أما في بلادنا العربية فكان النداء للمفكرين والأدباء أمثال قاسم أمين وهدى شعراوي. العمل على تحرير المرأة وخروجها إلى العمل مثلها مثل الرجل.

– إلا أن المرأة العاملة في البلدان النامية رغم دخولها ميدان العمل فإنها ظلت تتحمل مسؤولية منزلها وأطفالها وزوجها كاملةً، الأمر الذي أدى لأن تتنازعها قيمتان أساسيتان:

– الأولى: موقفها من أسرتها والطريقة الأنجع التي ستسلكها كأم وزوجة وربة بيت.

– الثانية: موقفها من عملها والطريقة الأنجع التي ستسلكها للقيام بالعمل المسند إليها.... ويمكن القول أن المجتمع وقف في البداية موقف المتفرج من تلك الصراعات التي تعيشها المرأة.

"– وقد دلت إحدى الدراسات التي أجريت على (٣٠٠) عاملة في إحدى المؤسسات الإنتاجية في مدينة دمشق عام ١٩٨٣ أن ٦٠% من النساء العاملات يتركن عملهن بعد الزواج و٢٠% من العاملات يتركن عملهن بتأثير المجتمع ونصائح الزوج والأهل للتفرغ لتربية الأطفال والعناية بالمنزل[١]"

"– أما في أوروبا: فقد أدى دخول المرأة ميدان العمل والانتاج إذ ساهمت في ذلك الدعوة إلى تحرير المرأة والمساواة وإتاحة فرص العلم لها.. وقد وجدت المرأة في العمل حلاً لبعض مشكلاتها الاقتصادية والنفسية (ضيق ذات اليد . أحجام الشباب عن الزواج... الوحدة... الخ)

(١) نفس المرجع ص٣٣.

وقد أدى الانقلاب الصناعي في انكلترا أواخر النصف الأول من القرن الثامن عشر إلى تغيرات جوهرية ترتب عنها نتائج خطيرة بالنسبة للمرأة على وجه الخصوص. إذا أدى اختراع الآلة إلى التقليل من أهمية القوى البدنية. الأمر الذي مهد إلى دخول المرأة إلى المحيط الصناعي.

وفي الحربين العالميتين.. إذ أنها حلت محل الرجال الذين تفرغوا للقتال.

"قال الدكتور (يور) (URE) على أساس مفتشي المصانع سنة ١٨٣٤ (إن القوة العاملة من البالغين والبالغات في جميع مصانع الغزل والنسيج في بريطانيا كانت ٦٧١، ١٩١، منهم ٨١٢، ١٠٢ امرأة، ٨٥٩، ٨٨ رجلاً فقط. وربما كان السبب في غلبة النساء على الرجال في هذه الصناعة[١]"

لقد أدى ظهور الحركات الاجتماعية والسياسية المضادة للمجتمع الرأسمالي إلى محاربة مظاهر استقلال العمال والعاملين. فظهرت الحركات الاشتراكية والشيوعية التي اهتمت بنوع آخر من فن الإعلان وهو (الإعلان السياسي) والذي أخذ أنماط. الملصقات الجدارية والإعلانات الصحفية التي تدافع عن هذه الأفكار وخاص فيما يتعلق بحقوق المرأة في هذه المجتمعات، كما أدى هذا إلى ظهور الحركات التحررية من الاستعمار في الدول النامية وظهور أنماط من الإعلانات السياسية التي بدت بأشكالها المختلفة شرق وجنوب والمتوسط في كل من سورية والعراق ولبنان ومصر والتي تظهر فيها صورة المرأة المقاومة للاستعمار في فلسطين وما يسمى بدول العالم الثالث.

مفهوم الإعلان والاتصال وأثرهما على المرأة:

مفهوم الاتصال:

لقد استخدمت كلمة (اتصال) في مضمونات مختلفة، وتعددت مدلولاتها، فكلمة اتصال في أقدم معانيها تعني نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات من فرد إلى آخر.

ولكن بعد ذلك أصبحت كلمة اتصال تعني أيضاً خطوط المواصلات وقنوات تقوم بربط مكان بآخر، أو تقوم بنقل سلع وأفراد.

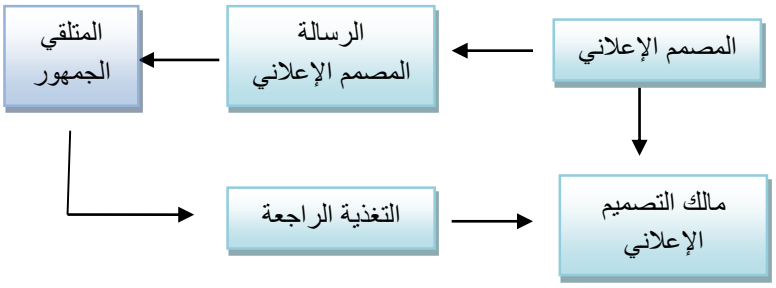
وقد حدث تقدم هائل في هذا النوع من الاتصال منذ قيام الثورة الصناعية، وعرّف بعضهم الاتصال: بأنه العمليات التي يؤثر عن طريقها الأفراد فيمن حولهم خاصة علماء السياسة بالنظر إلى المجتمعات على أنها نظم اتصال.

---

(١) المرجع نفسه، ص٣٣.د. نعامة، سليم

ما هي العلاقات الثنائية بين المصمم الغرافيكي (المرسل) والجمهور المتلقي (المستقبل)؟

لا يمكن توفير أي نوع من الإتصال بين المرسل والمستقبل دون (وسيلة الاتصال) أو (الرسالة)، إن آلية الاتصال في حلقتها المكتملة تولد نوعاً من العلاقات التواصلية



بين المشاهد والمتلقي، تبنى هذه العلاقات وتتأسس على وجهات نظر الجانب المرسل وعلى ما يمتلكه المصمم الإعلاني من تجارب ومواقف سابقة.

إذ يجب أن يتوفر في عناصر الرسالة إبراز الجوانب الإيجابية في السلعة المعلن عنها مثل: النفع، الجمال، المتانة

كما يقع على المصمم الإعلاني اختيار العناصر التي تتوافق مع الوظيفة الإعلانية علماً أن الحاجة الجمالية التي توفرها صورة المرأة في المفاهيم الإعلانية تأخذ دوراً تقليدياً مباشراً أو غير مباشر، خاصة أمام التطور المتنامي للتصميم الإعلاني وفق تطور وسائله المعاصرة. وهذا ما يوّلد أيضاً (أنماطاً جديدة) من الزبائن الجدد.

وإن النظم العلائقية بين المصمم الغرافيكي (المعلن) تطرأ عليها تحولات وفق نمط الحياة الجديدة والطبقات الاجتماعية والقيم، والتحولات الاقتصادية وكذلك التطورات المتاحة في التقانات المستحدثة من قبل المصممين، مما يتطلب ابتداع طرق جديدة في استخدام العنصر الأنثوي لإغراء المستهلك.

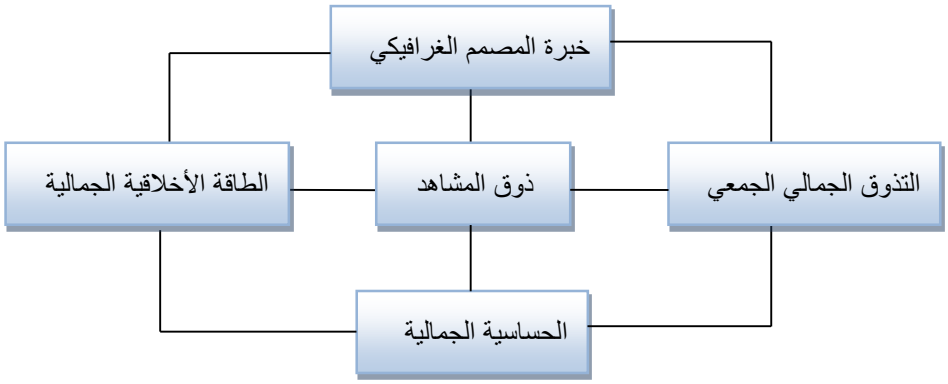
ومن المفترض على المصممين خلق أو ابتكار بيئات وأجواء إغرائية في أشكال الإعلان تلبي الحاجات الإنسانية المتبدلة. وابتداع أفضل السبل لتشخيص حاجات المستهلكين.

إن الوصول إلى مثل هذه الافتراضات لابتكار سبل جديدة في تشخيص حاجات المستهلكين قد يتطلب من المصممين إجراء استبيانات ميدانية اتجاه عينات من المجتمع المستهدف قد تكون عينات مقصودة Purposive samples من الطلاب، أساتذة الجامعات والموظفين والمستخدمين، والأطباء، أو باختيار عينات عشوائية Random samples وذلك بغض النظر عن منشأهم الفكري، أو انتمائهم الجغرافي أو البيئي. من الذكور والإناث.

مثال: إن استبيان (ذوق المشاهد) للمُصَمَّمْ الإعلاني النسوي على سبيل المثال يتعلق بشروط أهمها:

١. البيئة الاجتماعية
٢. مستوى التعليم
٣. نوع المهنة (التخصص)
٤. العمر
٥. المستوى الثقافي
٦. الخبرة الجمالية
٧. الخبرة الفنية
٨. الخبرات الفطرية والمكتسبة.

إن مثل هذه الاستبيانات التي ربما تقوم بها الشركات صاحبة الإعلان أو الباحثين يتعلق أيضاً بمستوى (التذوق الجمالي الجمعي)



جدول تحليلي وصفي استبياني يوضح العلاقات بين خبرات المصمم والذوق الجمعي لتكوين ذوق المشاهد

مع الأخذ بالحسبان أن (الذوق الجمعي) يتناسب طرداً مع (الطاقة الأخلاقية الجمالية)

كما أن (التذوق الجمعي) يرتبط أيضاً بعلاقات متبدلة وفق سياق الموضة (Lamode) فيبدو المصمم بصورته العملية نظاماً حركياً dynamitic معقد أحياناً. لأنه أساس الفهم والتفاهم بين المرسل والمتلقي والذي يخضع لما يسمى (الحساسية الجمالية) التي تتأثر بنوع القراءة الإعلانية للجمهور المتلقي الذي قد يستجيب استجابة غير متوقعة إيجاباً أم سلباً!!!!.

ووفق نوع الرسالة في المصمم الإعلاني الأنثوي وظهور معانيه عند المشاهد يلعب الدور النفساني psychologique في ظهور هذه المعاني التي تناولها عنوان هذا الإعلان الذي يستخدم صورة المرأة في أكثر الأحيان

العنوان الإعلاني:

إن محتوى أي إعلان هو عبارة عن عنوان ورسالة وهناك أنماط العناوين الإعلانية مثل:

١- العنوان الإخباري
٢- العنوان الاستفهامي
٣- العنوان الآمري
٤- العنوان الفضولي
٥- العنوان الانتقائي

ويتعلق العنوان الإعلاني بـ (الوتر الإعلاني) وهو السبب الذي يقدمه المصمم لإقناع الجمهور بشراء السلعة.

وأما (الرسالة الإعلانية) فهي لها أشكال متعددة:

١- الرسالة الوصفية: descriptive وهي تعتمد على حقائق ومنطق مثل الإعلان عن المنتجات الكهربائية والسيارات
٢- الرسالة القصصية: الإعلان عن المجوهرات، أغذية الأطفال، التأمين، الودائع.
٣- الرسالة بالوسائط المتحركة : الأسلوب الوجداني الخيالي:Imaginative
٤- الرسالة الخفيفة: Humorous كإدخال عناصر فكاهية تخاطب القلب لا العقل.
٥- الرسالة الاستشهادية: Tos Tomony وذلك باستخدام عنصر لشخصية مشهور مثل ممثلة سينمائية، إحدى الرياضيات، أو السيدات السياسيات، أو المغنيات. وهذا ما يسمى صدق المصدر source credibility [انظر الشكل ٣٢-٣٣]
٦- الرسالة الحوارية dialogique كحوار بين فردين حول السلعة وكذلك الرسالة التفسيرية.....

المعيار الغرافيكي والبيسكولوجي لفن الإعلان الحديث:

قد يصعب على الباحث أحياناً حصر أطياف لصورة المتغيرة المرأة على مساحةٍ جغرافيةٍ مجحددة وذلك لتشعب العوامل والمؤثرات التاريخية والاجتماعية والبيئية في أنماط تلك الصورة في فن الإعلان الملصق Postar، وقد تبدو هذه الدراسة البحثية في تشكلها وفق معايير تتحقق طرداً من هذه المؤثِرات هي كاحتياجات مجتمعية تتطلب تحليل وفهم مصادر تلك الصورة التي ما هي إلا انعكاس للتغيرات السلوكية للمجتمعات نحوها فهي تصاغ تشكيلياً أو غرافيكياً وفق تغيرات سلوكية نمائية أدت إلى تطورها

وتغيراتٍ اجتماعية أو اقتصادية وعقائدية محددة وفق الزمن الذي تظهر فيه تلك الصورة كرسالة غرافيكية لها مؤثراتها على الفرد والمجتمع قد تتعدى المعايير الجمالية المختلفة فيها إلى معايير غرافيكية داعمة لتلك الرسالة التي أخذت أنماط الإعلان فيها صورة المرأة بأسلوب البورتريه portret أو البورتاي portay الذي تجلى في ملصقات لوترك وجول شيريه وبيردسلي وبيكاسو وفي فن الإعلانات الفوتوغرافية المعاصرة ، والصورة الغرافيكية تحمل في ثناياها جملة من المفاهيم والحركات والإشارات والدلالات والمعاني بلغة فنية تعتمد "لغة الشكل" التي تتأثر معها الحركة واللون والضوء والمعاني الإشارية المباشرة وغير المباشرة نحو المتلقي، والإعلانات الجدارية (الملصق) بما فيها إعلانات الصحف والمجلات في صياغاتها الفنية وعباراتها التشكيلية هي نواتج الخبرات الإشارية المثيرة لإحداث الاستجابة لدى المتلقي.

وإن تكرار عرض تلك الصورة الإعلانية يؤدي إلى حدوث الاستجابة بمجرد رؤية الصورة، كما أن استخدام عوامل الإثارة كصورة إمرأة جميلة، أو منظر جميل هو أحد أنماط تحقيق الاستجابة.

والحملات الإعلانية قد يكون من أهدافها تحقيق مفاهيم معينة للسيطرة أو استجلاب رغبات الجمهور المستهدف، إذ يجب أن يتضمن أيضاً الإعلان عناصر لتعليم الجمهور مفهوماً معيناً من خلال اسم أو رمز أو عنوان يتضمنه الإعلان المصمم، مثل: الحملة الإعلانية الطرقية في المملكة العربية السعودية لشركة فولكس فايجن للسيارات التي غيبت صورة المرأة واستبدلتها بعبارة لغوية (المانية لكل سعودي) لإثارة الدماغ الزاحف لدى الجمهور السعودي الذي يدفعه فضوله للإستفسار عن محتوى هذا الإعلان في مجتمع محافظ تثيره مثل تلك العبارات.

ومن وسائل فن الإعلان استخدام المجال الوجداني الانفعالي أو العاطفي لإرسال مضامين إعلانية تمس المشاعر والميول والفهم والاتجاهات مثل الفرح، الحب، الكره، التعاطف، التفاؤل، الاحترام، بأسلوب غرافيكي فني غير مباشر.

والمصمم الغرافيكي يجب أن يكون ذا معرفة واسعة بعلم النفس التجاري والصناعي. وأن يكون مطلعاً على نظريات علم النفس والنظريات القديمة والحديثة في الفنون الجميلة، ذا مقدرة في عمليات النقد والتقويم وفق

معايير الفن المختلفة. والمعايير الفنية الغرافيكية تهدف إلى بيان المستوى الذي يعادل أو يفوق هدف الرسالة الإعلانية ويمكننا تعريف المعيار الغرافيكي أنه: "عبارة غرافيكية هدفيه" بلغة الشكل قد تكون عالية أو متوسطة أو منخفضة الأداء، وهذا المعيار قد يكون ضمنياً أو صريحاً.

وبما أن اللون والشكل لهما جاذبية في إغراء الدماغ لقبول السلع الغذائية لجأ المصمم الإعلاني إلى إستخدام الأشكال المثالية للخضراوات والفواكهة والمنتجات الصنعية لاستجلاب الغرائز البدائية أوما يسمى (الدماغ الزاحف) لدى الإنسان كي يشتري تلك السلع، وكأن المستهدف الزبون يقع مأسوراً ببراعة ومهارة المصمم الذي استخدم وسائل ذكية لاستدراج رغباته .

فألوان الثياب التي ترتديها السيدات الجميلات أو الفتيات متناسقات القد من عارضات الأزياء اللاتي يلعبن دوراً هاماً في إغراء الزبائن إعتماداً لما لهذا العامل النفسي البسيكولوجي Psycologiquce هي قد تدفع الزبون أحياناً لشراء تلك السلع.

- كما يلعب الإعلان في واجهة المخزن أو المحل الدور الرئيسي لجذب الزبائن بدافع الفضول لتستقبلهم سيدة أنيقة أو فتى وسيم، وهذا ما يطلق عليه **التخاطب المباشر** مع الشخص المستهدف بلغة **الإيماء الاجتماعي.**
- وكثيراً ما يؤثر **الإعلان التبضيعي** في تغيير هدف الزبونة أو الزبون لشراء سلعة غير التي دخل المخزن من أجلها... وهذا يعود إلى قوة التصميم الإعلاني وأنموذجه المصور.
- وربما تتحاشى الكثير من الشركات المنتجة وضع صورة المرأة على أدوات التجميل أو علب الدواء والاكتفاء بالإعلانات التوضيحية لاقناع **الدماغ العاقل** ولإجراء عملية البيع في جو من الحرية والإيجابية والمنطق العلمي.
- وفي عمليات البيع قد يلاحظ شيئاً هاماً هو لجوء بعض الباعةِ بالعودة إلى أساليب **الإعلان بالصوت** كما هو الحال في المجتمعات البدائية ، إذ تم الاستعاضة عن هذا الأسلوب في عصرنا بعمليات **التجريب** أي تجريب السلعة وكذلك في عمليات الإقناع بالإثبات بالبرهان(demontstration) ويُختار لذلك في غالب الأحيان المرأة الخبيرة في هذا المجال.

فيمكن الاستنتاج :أن عمليات بيع أية سلعة لا يمكن أن تنجح في عصرنا الحالي دون مقومات البيع وهي:

١- الإعلان عن السلعة، إعلان ثابت، إعلان متحرك، إعلان صحفي، إعلان واجهة المخزن.
٢- قوة التصميم الإعلاني وفق النموذج وخاصة (صورة المرأة) التي لا زالت تلعب دوراً هاماً كمسوغ لبيع السلع والمنتجات النسائية والذكورية باستخدام إنموذج البورتريه أو البورتاي.
٣- الإعلان العملي عن طريق ما يسمى بالبيان العملي Demonstration (الإثبات بالبرهان)
٤- الإعلان الشفاهي الخاص بالزبون وهو يختلف عن الإعلان الشفاهي الذي يذاع على عامة الناس وهو ما يسمى الإيماء الاجتماعي الذي تمارسه الفتاة عارضة السلعة، أو أسلوب التخاطب المباشر.

- إن مجمل هذه الأساليب الإعلانية أسست لفن التصميم الغرافيكي المعاصر .

المعايير الجمالية والبسيكولوجية لوجه المرأة في أنماط الإعلان: (البورتاي–البورتريه)

قد يعتمد المصمم الإعلاني **الغرافيكي** أخذ لقطات ذات حجم كبير تتناول تفاصيل في وجه المرأة اعتماداً عليه كأحد عناصر جسد المرأة التي يتناوله الفنانون الغرافيكيون في إبداعاتهم الفنية. أو ربما يستخدم نصف جسم المرأة أو ما يسمى الصورة النصفية portays. وهذا يرجع لأهمية الصورة ذات الحجم الكبير في توصيل المعلومة إلى المشاهد كما هو في الإعلانات لوسائل التجميل. وكذلك الإعلانات السينمائية بغرض توجيه المشاهد إلى هدف معين، بوساطة الصورة الفوتغرافية الملونة .

إن عمليات إظهار الإنموذج module هي مسؤولية المصمم وهذا يعود بمدى اتقانه لفن إخراج البورتريه أو **البورتاي** Portay وتوفير البناء الضوئي الملائم وخاصة في الإعلانات التي تعتمد على التصوير الضوئي **الصورة الفوتوغرافية.**

إن ظهور هذا النمط الإعلاني بهذا الشكل المجسم سوف يتيح للمشاهد والمتذوق والمستمتع الجمالي رؤية هذا الإعلان واعتباره مظهراً إغرائياً جديراً بالمشاهدة عن بعد سواء إن كان المشاهد راجلاً أو يقود سيارة على مفارق الطرق أو في معابر مترو الأنفاق في بعض الحواضر الأوروبية مما يقتضي من المصمم الاهتمام بجميع عناصر الصورة لأهميتها في جذب المتلقي.

أهمية البورتريه لنمط إعلاني حديث:

وقبل أن تظهر البورتريه كإحدى أشكال فن الإعلان الحديث حيث كانت تثير اهتمام الفنانين التشكيليين، وهي تتلخص برسم النصف الأعلى من الجسم إما بقلم الرصاص أو الباستيل أو الألوان المائية سواء كانت نحتاً أو تصويراً فوتوغرافياً. إلا أن المصمم الإعلاني استطاع أن يستخدم كافة هذه الحالات في فن الإعلان الحديث، إلى درجة أنه قد يستخدم صورة لمنحوتة تمثل إمرأة ليجعلها كإنموذج لموضوعه. والبورتريه هي الوسيلة الأمثل للتعبير عن خصائص الشخصية المعلن عنها أو بوساطتها لما لها من تأثير مباشر على مشاعر المشاهد، وخاصة وجه لمرأة ذات لملامح الجميلة والجذابة.

وقد يتخيَّر المعلنون النسب المثالية المثيرة لإعجاب المشاهد في وجوه عارضات السلع المعدة للبيع للاقتداء بهن لشراء تلك السلع. كدافع لمبدأ نظرية (الشراء لوجيا) وهي (إثارة الرغبة في الشراء) وفق الهدف المراد، مما أستدعى دراسة النسب الجمالية لوجه المرأة مقارنتاً بالرجل والطفل وكذلك دراسة أثر الضوء على صورة وجه المرأة نظراً لاستخداماتها في فن الإعلان الفوتوغرافي الحديث."والبورتريه هي كلمة فرنسية أُخذت عن الكلمة اللاتينية بورتراهير portrahere وهي تعني الصورة الشخصية[١]"

[أنظر الشكل ٣٤] إعلان بورتريه فوتوغرافي بإسلوب البورتاي .

(١) نفس المرجع.ص٩٣

جدول بياني مقارن بين ملامح صورة المرأة في الفن التشكيلي وفن التصميم الغرافيكي:

معامل المقارنة	صورة المرأة في الفن التشكيلي	صورة المرأة في فن التصميم الغرافيكي
النشأة	منذ العصور البدائية الأولى	نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين
المواضيع	تتمثل في مواضيع ميثولوجية، دينية إجتماعية ،فنية،جمالية تشكيلية وتستخدم مواضيع عن صورة المرأة	تمثل في مواضيع تسويقية ،حملات ترويجية ، ثقافية، سياسية، ترفيهية، إجتماعية وتستخدم مواضيع عن صورة المرأة
الأهداف	عقائدية ، جمالية ، إجتماعية ، سياسية	ترويجية ، تنافسية، ترفيهية، سياسية ، إجتماعية ، عقائدية
الإتجاهات والأساليب	الإتجاهات:فطرية ،واقعية، رومنسية، إنطباعية، تعبيرية، حديثة، تأثرت بنظريات الفنون الجميلة القديمة والحديثة	إتجاهات فطرية، واقعية، تأثرت بفنون الرسم، التصوير ، الطباعة ، الفوتغراف، تعبيرية، سوريالية ، تستخدم الرسوم المتحركة ، توضيحية ،تستخدم الرسوم التوضيحية والكاريكاتور تأثرت بنظريات الفنون الحديثة
الخطوط	الخطوط اللينة التي عززت جمال صورة المرأة في العمل الفني	الخطوط المتنوعة الأشكال التي تخدم هدف التصميم في الموضوع المعلن
الألوان	تطورت الألوان وفقاً لإتجاهات الفن تاريخياً مهدت الوصول إلى ألوان فن الإعلان الحديث والمعاصر	بدأت ألوان الإعلان تأخذ شكلها وتطورها بدءً من أعمال تولوز لوترك وشيريه إلى يومنا هذا
التقانات	تم إستخدام التصوير الزيتي المائي الفريسك، الموزاييك، الكولاج، الخامات والمواد المختلفة ، للطباعة في فن الحفر	تم إستخدام الألوان الحوارية ، المائية ، الإكريليك، الكولاج ، الوسائط المتعددة ، الرسوم المتحركة، الصور المتحركة، تبضيع السلع ، الطباعة لمخرجات التصميم الغرافيكي

النظرة الحديثة للمعيار الجمالي لصورة المرأة (البورتريه)PORTRET:

"إن المعيار الذي أخذ لتحديد نسب وجه المرأة هو نفس المعيار الذي يستخدم للرجل غير أن نسب المرأة أصغر من نسب وجه الرجل ومثال على ذلك: فإن تجويف الفم أصغر من عند الرجل بينما الشفتان أكثر سمكاً ولكن أصغر حجماً، وعموماً فإن خصائص وجه المرأة تتميز بالنسب الصغيرة وكذلك الملامح الأساسية[1]."

كما إن استخدام النماذج المصورة تقتضي تحضيراً أولياً لهيئات النماذج المستخدمة في فن الإعلان الفوتوغرافي والاعتناء بفن الماكياج واللباس اللازم لفن إخراج الصورة موضوع الإعلان.

يقال: إن الله جميل ويحب الجمال وقد يتفق مجموعة من العلماء والفنانيين والفلاسفة أنه لا يوجد جمال مطلق لوجه إنسان ما، أو جمال متكامل إذ لابد من وجود عيوب تبعد ما هو في مستوى جمالي عن الصورة المثالية القابعة في أذهان متذوقي الجمال وذلك بنسب متفاوتة تعتمد على إدراك ومعرفة وثقافة المتذوق.

ولكل وجه من الوجوه عيوبه، وجمالياته وخصائصه، وتُعنىَ المؤسسات المهتمة بمسألة الجمال ومنها كليات ومعاهد الفنون الجميلة، وتعتمد هذه المؤسسات (معايير ثابتة يمكن الرجوع إليها وذلك استناداًعلى دراسة تشريحية للوجه وكذلك في عمليات تشريح جسم الإنسان، والتي يمكن تعديلها بالمكياج التصحيحي وكذلك بتسريحات الشعر لملائمة لأشكال تلك الوجوه.

وهي تستند على النقاط التالية:

١- نسب الوجه

٢- شكل الوجه

٣- ملامح الوجه

[انظر الشكل ٣٥] صورة مقارنة بين طفل ورجل وامرأة

خصائص وجه المرأة:

١. الوجه صغير. ٢- العيون الكبيرة ٣- الحاجبان مرتفعان وأكثر حدة ٤- الأنف والفم صغيران

---

(١) د. راضي ماهر، فن الضوء، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، ٢٠٠٥، ص٩٤... ١٩٨(بتصرف)

(٢) جون التون – الرسم بالنور، ترجمة: ثريا حمدان، المؤسسة المصرية والنشر ١٩٦٤–ص٣٢٦.

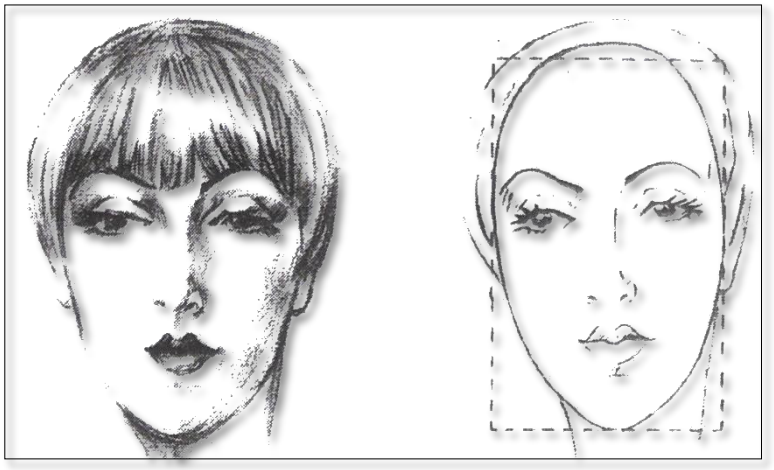
خصائص وجه الطفل:

١- الجبهة عالية وعريضة ٢- الحاجبان في وسط ارتفاع الرأس ٣- المسافة بين العينين أكبر من طول إحدى العينين ٤- الذقن تأخذ شكلاً دائرياً.

جدول يبين خصائص الصورة للوجه عند الطفل ، المرأة، الرجل

معامل المقارنة	الطفل	المرأة	الرجل
الجبهة	عالية – عريضة	عريضة	يبدو فيها التحدب الحجاجي
العيون	العيون الكبيرة	العيون الكبيرة	
الحاجبان	وسط ارتفاع الرأس	مرتفعان وأكثر حدة	كثيفان وأقل حدة
الأنف والفم	دقيق – صغير	دقيق وناعم صغير	أكبر من أنف المرأة
الشفتان	صغيرتان وسميكتان	أصغر من الرجل وأكثر سمكاً	اقل سمكا"
الذقن	مدور دقيق	مدور – دقيق	أكثر عرضاً
شكل الوجه	دائري / بيضاوي، مثلث/ مربع	دائري، بيضاوي، مربع/ مستطيل	دائري/ بيضاوي/ مستدير/ مربع/مثلث

التسريحات وملائمتها الجمالية لوجه المرأة في الصورة الغرافيكية:



شكل: يوضح تسريحة الشعر للوجه الطويل

"في حالة الوجه الطويل فأنسب قصة لذلك هي قصة الشعر المتدرج Degrade حيث تعتمد على نزول الشعر على الجبهة ثم يتدرج تقصير الشعر على الخدين حتى لا يحجبهما ويستمر التدرج حتى الكتفين.

والوجه الطويل بشكل عام يحتاج إلى تقصير خطوط الطول لذلك يفضل الشعر القصير كما يحتاج إلى عمل تعريض خطوط العرض كما يجب استخدام الخداع البصري في مكياج العيون والحواجب والفم لزيادة خطوط العرض.

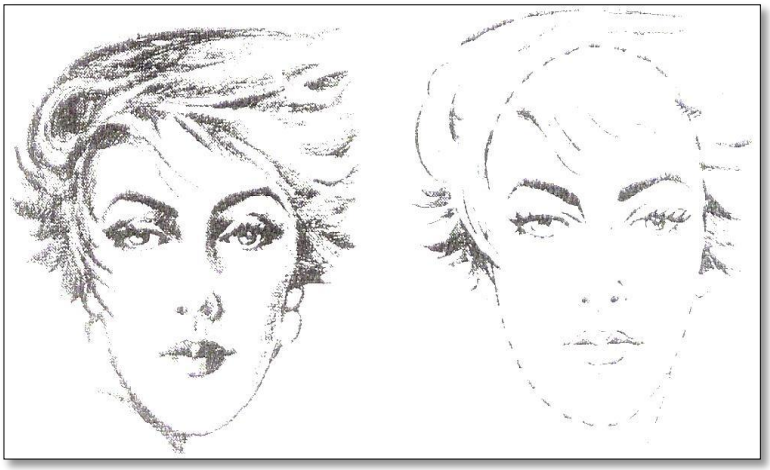
وضع الوجه (Position):

بعد دراسة مدير التصوير للوجه فهو قد حدد العيوب الموجودة به ووضع خطة لمعالجة هذه العيوب ويعتبر وضع الوجه من الطرق التي يستخدمها لعلاج عيوب الوجه ويجب أن يقرر الوضع الأفضل للوجه هل من الأفضل أن يكون أمامي أو ثلاث أرباع أو جانبي.

يجب تجنب التسريحات الحادة لأنها تجعل خط الفك أكثر وضوحاً يفضل التسريحات الناعمة الملفوفة لتخفيف حدة المربع. يمكن عمل التسريحة مختلفة في الجانبين.

الوجه الطويل Long Face

يتميز هذا الوجه بجبهة عالية وذقن طويل وأفضل قصة مناسبة لهذا الوجه هي التي تستخدم الشعر القصير مع نزول الشعر على الجبهة. وأنسبها القصة المعروفة باسم (a la garcon) وهي تتميز بشعر قصير أشبه بقصة الأولاد كما أن الجانبين مرتفعان لتعريضهما مما يساعد على تعريض الوجه من أعلى مع نزول الشعر على الجبهة حتى الحواجب لكي تقلل من استطالة الوجه مع عدم ارتفاع الشعر. ويعتبر هو الشكل المثالي وتتناسب معه أي تسريحة شعر



شكل يوضح تسريحة الشعر للوجه البيضاوي

تعتبر جميع أطوال الشعر والتسريحات مناسبة لهذا الوجه وعلى مصمم التسريحة أن يقرب أشكال الوجوه المختلفة إلى الشكل البيضاوي من خلال التسريحة.

الوجه المستدير Round Face

يتميز الوجه الدائري بالاستدارة فنجد المسافة بين الجبهة والذقن مساوية للمسافة بين عظمتي الوجنتين وقصة الشعر المناسبة لهذا الوجه تستخدم الشعر الطويل والتي تساعد على إطالة الوجه وتجعله يبدو أرفع ويجب أن تضيف تسريحة الشعر طولا لهذا الوجه كما يمكن جعل الشعر متدلياً أسفل الفكين ليقلل من الاستدارة



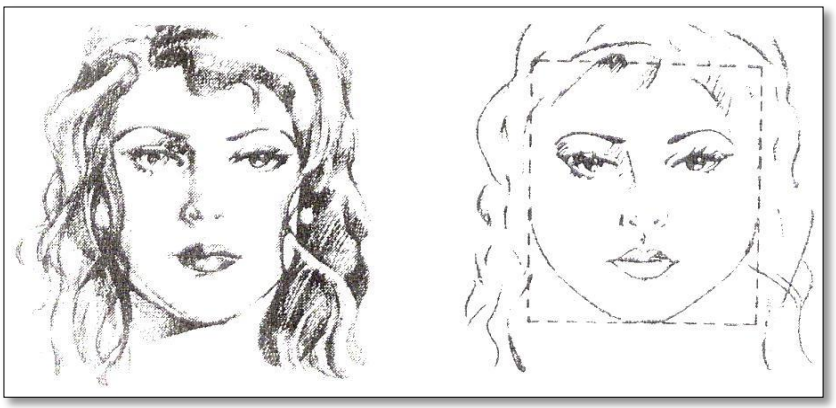
شكل يوضح تسريحة الشعر للوجه الدائري

يعتبر الشعر الطويل هو الأنسب لهذا الوجه حيث يزيد من خطوط الطول كما يفضل أن يموج الشعر حتى يخفى جزء من استدارة الوجه وخاصة على الخدين كما يفضل أن يرتفع الشعر من أعلى حتى يساعد على استطالة الوجه، كما يجب تجنب التسريحات التي تعطي أشكالاً مستديرة.

الوجه المربع Square Face

يتميز الوجه المربع بعظام بارزة مع جبهة عريضة وفك مربع وأفضل تسريحة تتناسب مع هذا الوجه هي اختيار قصة للشعر الطويل ويفضل أن تكون القصة متموجة أو لفائف وهذه الأشياء تعطي نعومة وليونة وتقلل من الخطوط الحادة للوجه كما يمكن تقسيم الشعر على جانبي الرأس.

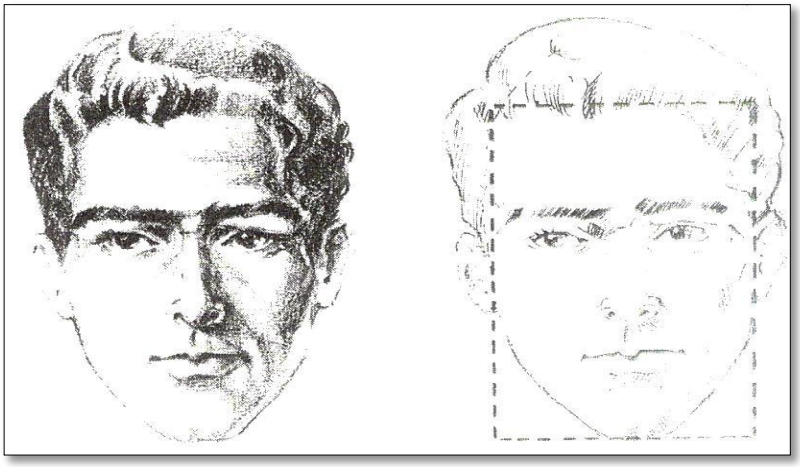
يتميز الوجه البيضاوي بأن منطقة الوجنتين عريضة وينتهي إلى ذقن صغيرة وعموماً فإن نسب هذا الوجه في أجزائه متناسبة مع بعضها، لذلك فهو يعتبر أفضل الوجوه في التصوير.



شكل يوضح تسريحة الشعر للوجه المربع

الوجه الطويل Long Face

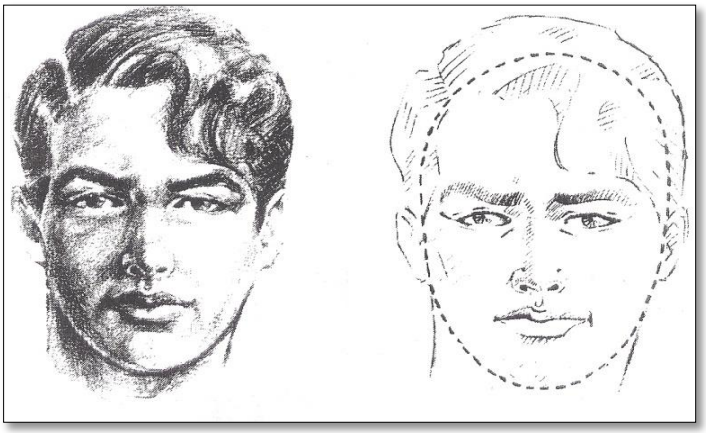
هذا الوجه يتميز بشكل عام بالاستطالة كما يتميز بأنف طويل بجبهة عالية وذقن طويلة حيث خطوط الطول أطول من الطبيعي ولذلك نعمل على الاهتمام بخطوط العرض وتقصير خطوط الطول ونستخدم الشعر لنغطي الحواجب. ويفضل أن تكون إضاءة هذا الوجه هي الإضاءة العريضة أو الإضاءة الأمامية (ضوء الفراشة) حيث أقل كمية ظلال تنتج عنهما مما يؤدي إلى تعريض الوجه، اختيار وضع الوجه أمام الكاميرا، واختيار وضع مصدر الضوء بالنسبة للوجه.



شكل يوضح الوجه الطويل للرجل قياساً بالمرأة

الوجه البيضاوي (Oval Face)

الوجه البيضاوي في الغالب شكل جذاب وهو يعتبر الشكل المثالي للوجه ولذلك نعتبره هو المرجع الذي على أساسه يكتشف المصور العيوب الموجودة في أشكال الوجه الأخرى وذلك بمقارنتها به فهو يعتبر الوسيلة التي نحدد على أساسها العيوب وبذلك يعمل المصور على البحث عن الحلول المناسبة لعلاج هذه العيوب وهو بذلك يقوم بالعمل على تقريب جميع أشكال الوجوه الأخرى لتكون أقرب إلى الشكل البيضاوي.



شكل: يوضح الوجه البيضاوي للرجل قياساً بالمرأة

دور الإضاءة وأساليبها في الشكل الفني لصورة المرأة في الإعلان الفوتغرافي البورتريه:

يلعب الدور التعبيري للصورة البورتريه في فن الإعلان وفق اللقطات القريبة باستخدام (اللغة الضوئية) الدور الهام في التأثير في الجمهور المتلقي.

وهناك أساليب تم استعمالها منذ عصر النهضة الأوروبية وخاصة عند الفنان كرافاجيو Caravagio وكذلك عند الفنان الهولندي رامبرانت، كما استخدمت لغة التأثير بالضوء في العصر الحديث في نماذج فن الإعلان الجداري اعتماداً على اللقطات الفوتوغرافية القريبة للإنموذج المستخدم في الإعلانات الجدارية والطرقية.

ولم يقتصر استخدام أساليب التعبير الفني بلغة الضوء على فن التصوير وإنما امتد إلى فن الإخراج المسرحي والسينما ومن ثم انتقل إلى فن الإعلان الجداري الثابت وكذلك في أعمال الإعلانات الفنية المتلفزة لترويج السلع والمنتجات التجارية.

فلم يكتف المصممون الإعلانيون الذين يستخدمون صورة البورتريه للمرأة بالاكتفاء بأسلوب واحد لعرض تلك الصورة وإنما تم استخدام كافة الأساليب التي يستخدمها السينمائيون ومصممو المسرح ومن هذه الأساليب:

١- أسلوب كياروسكورو chiaroscuro

وهي كلمة إيطالية تعني الوضوح والغموض، أو المظلم والمضيء وبالنسبة للتصوير الضوئي تعني الضوء والظل، وهما أهم العناصر التي تستخدم في رسم التأثيرات الضوئية في الصورة.

وقد استعملت هذه الكلمة في عصر النهضة في إيطاليا للتعبير عن أسلوب فني يهدف إلى توزيع الأبيض والأسود أو الضوء والظل في الصورة فهو يستخدم التناقض بين الضوء وهو العنصر الموجب مع الظلام وهو العنصر السالب ليظهر هذا التناقض بين الموجب والسالب بشكل قوى لكل منهما وإن أسلوب كياروسكورو يستخدم لتنظيم العلاقة بين السالب والموجب في تكوين وتشكيل الصورة سواء بالنسبة للموضوع الرئيسي فيها أو للخلفية فنجد منطقة الضوء خلفيتها مظلمة والعكس كذلك.



شكل: يوضح أسلوب الكياروسكورو

الأشكال التي يستخدم فيها هذا الأسلوب حيث يظهر التباين بين الضوء والظل بشكل قوي مما يقوي تأثير كل منهما عند المشاهد. يعتبر السلويت Silhouette شكلاً من أشكاله حيث يعتمد على أن يكون الموضوع الرئيسي في ظلام بينما الأرضية مضاءة. ولا يوجد أي من التدرجات اللونية المتوسطة.(١)



شكل: يوضح أسلوب السلويت

أسلوب نوتان Notan

"هي كلمة يابانية تعنى المعتم والمضيء أو الضوء والظل وقد أصبح هذا المعنى اصطلاحاً لأسلوب فني ظهر في فنون الشرق الأقصى: اليابان والصين ويهتم هذا الأسلوب بالتدرج بين الألوان بحيث يعتمد في الانتقال بين الضوء والظل على التدرج بين الفاتح والقاتم أي يهدف للانسجام بين الدرجات اللونية.

بحيث يكون الانتقال بين الألوان تدريجياً أي بأن نتجنب أن يكون اللونان البعيدان الاختلاف في الطبقة متلاصقين[١]" فالعلاقة بين الموجب والسالب يجب أن تكون متقاربة ومنسجمة مع بعضها بحيث تنتقل العين بين درجات الألوان المتقاربة في انسجام وبدون تغيير مفاجئ للعين .

ويهتم هذا الأسلوب بالآتي:

- الاعتماد على التباين المنخفض.
- الانسجام بين أصل اللون.

---

(١) المرجع نفسه.ص٩٥...١٠٢ (بتصرف)

- التركيز على الموضوع الأساسي بحيث تكون تفاصيله وألوانه هي العنصر السائد في الصورة، استبعاد الظلال قدر الإمكان وتخفيف قوتها إن وجدت.



شكل: يوضح أسلوب النوتان

يستخدم هذا الأسلوب في إضاءة البورتريه في اللقطة القريبة (C.U) حيث يتيح لمدير التصوير إمكانية معالجة الوجه بالضوء فمن خلاله يمكن تعريض الوجه أو ترفيعه وهذه الطريقة غالبا ما تستخدم في إضاءة الوجوه.

أسلوب الإضاءة العريضة (Broad Light)

هي الإضاءة التي يكون فيها اتجاه زاوية سقوط الضوء من نفس اتجاه الكاميرا، كما يكون اتجاه الوجه عكس اتجاه مصدر الضوء وبالتالي لا يوجد أي ظلال على الوجه مما يؤدي إلى تعريض الوجه نتيجة لعدم وجود أي ظلال وهي تستخدم في الوجوه الطويلة والنحيفة.



شكل: يوضح الإضاءة القصيرة والعريضة

(Short Light)أسلوب الإضاءة القصيرة

هي الإضاءة التي يكون فيها الضوء الرئيسي عكس اتجاه الكاميرا بحيث تكون الظلال أمام الكاميرا بينما الجانب المضيء يكون في الجانب الآخر وتعمل هذه الظلال على إخفاء وإلغاء المناطق الموجودة بها .

أسلوب ضوء الفراشة (Butterfly Light)

تكون زاوية سقوط هذا الضوء هي نفسها زاوية الضوء المواجه مع ارتفاع مصدر الضوء عن الوجه، وقد سميت بذلك نتيجة لأن مصدر الضوء في هذه الزاوية يؤدي إلى وجود ظل أسفل الأنف هذا الظل أشبه بالفراشة ولذلك سميت بإضاءة الفراشة. وتتميز بعدم ظهور تجاعيد الوجه مما يكسب الوجه جمالاً لذلك فهي تستخدم لإضاءة وجوه الممثلات والممثلين لتجميلهم.



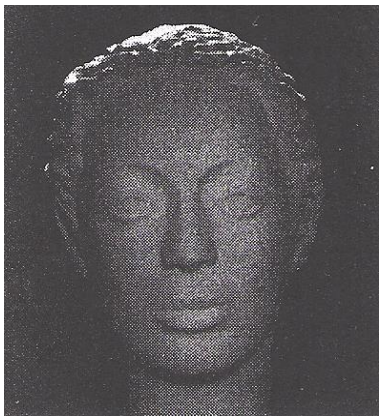
شكل: يوضح ضوء الفراشة

وتكون زاوية الضوء جانبية خلفية وتستخدم في تحديد الأجسام بخط من الضوء الجانبي الخلفي وكذلك لفصل الجسم عن الخلفية مما يعطى تجسيماً للصورة وله تأثير قوي عندما يكون الوجه في وضع بروفيل.



أسلوب الضوء الخلفي(BACK LIGHT)

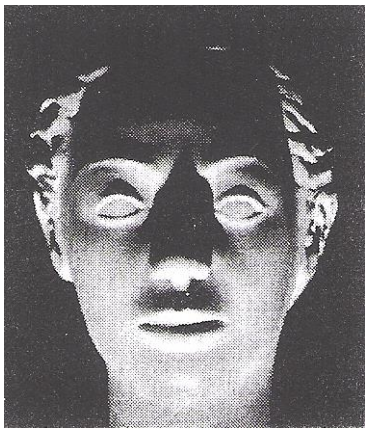
وتكون زاوية سقوط الضوء عكس الكاميرا وعلى مستوى مرتفع عن مستوى الرأس وتهدف إلى فصل الموضوع عن الخلفية وتبرز تفاصيل الشعر ويفضل تجنب ظلال الأذن الناتجة عنها.



شكل: يوضح الضوء الخلفي

أسلوب ضوء الجريمة (Criminal Light)

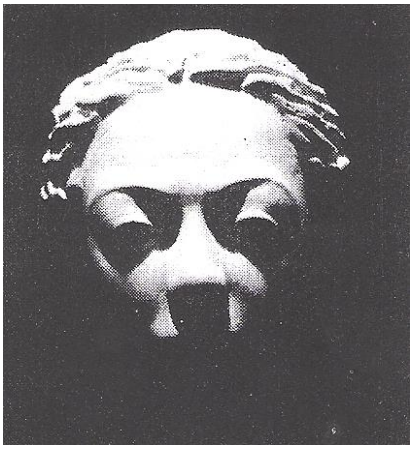
نفس زاوية الإضاءة المنخفضة ولكن تم تسميته بناء على تأثير الضوء على الوجه حيث يعمل على تشوه الوجوه وسمى بذلك لوضع السارق بطارية الإضاءة بين رجليه حتى تتفرغ يده للسرقة.



شكل: يوضح ضوء الجريمة

أسلوب إضاءة الرعب (Tirror Light)

وهي نفس زاوية الضوء العلوي ولكنها على الوجوه تعطي تشوهاً لهذه الوجوه لذلك سميت بإضاءة الرعب.



شكل: يوضح ضوء الرعب

أسلوب ضوء المثلث (Triangle Light)

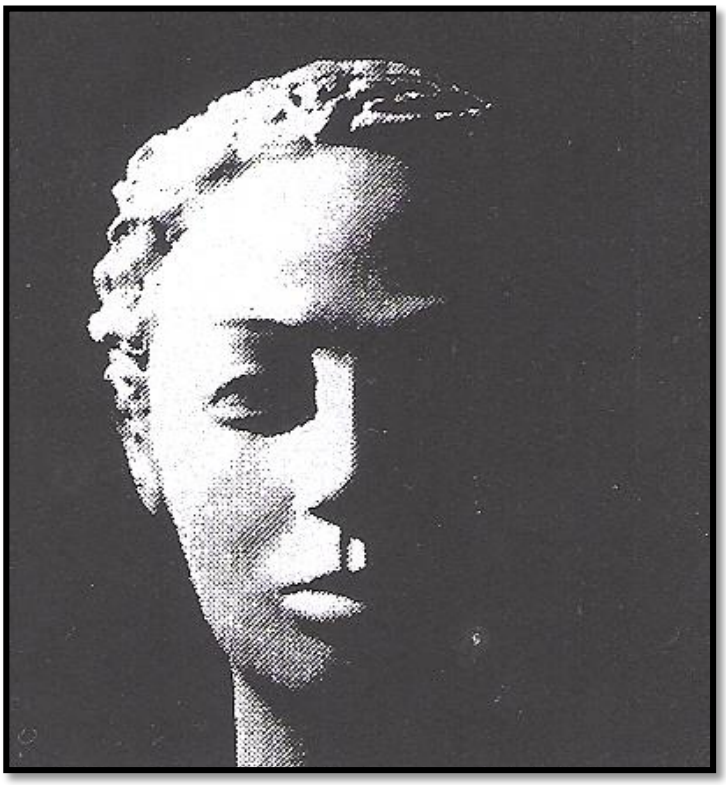
سمى بذلك لأن مصدر الضوء بزاوية ٤٥ درجة يؤدي إلى مثلث من الضوء في الجانب المواجه لمصدر الضوء وهي نفس زاوية الضوء الأمامي الجانب.



شكل: يوضح ضوء المثلث

أسلوب الضوء الجانبي المنقسم Split Light (Side Light)

"يكون مصدر الضوء في زاوية ٩٠ درجة فيكون نصف الوجه مضاء والنصف الآخر مظلماً ويعبر الشكل عن الانقسام داخل الشخصية والصراع الداخلي بين الضوء والظل،ويستفاد من الظل في إخفاء بعض عيوب الوجه[١]."



شكل: يوضح الضوء الجانبي

(الخلاصة): إن هذه لدراسات في فن الإضاءة عززت القيم الجمالية والتعبيرية للإعلان الفوتوغرافي كما إن عمليات المكياج التصحيحي والخداع البصري كثيراً ما يؤثر إيجابياً أو سلبياً على معيارية جمال المرأة في إطارها الشكلي والمعنوي لينال وجه المرأة القبول الذي ترغبه في إظهار صورتها في التصميم الغرافيكي.

الماكياج التصحيحي

إن الماكياج التصحيحي يعني تصحيح العيوب الموجودة في وجه الشخص الذي نقوم بتصويره والوصول بشكل الوجه إلى أفضل وضع ممكن ويستخدم الماكير أساليب مختلفة في علاج الوجه وأهم هذه الأساليب

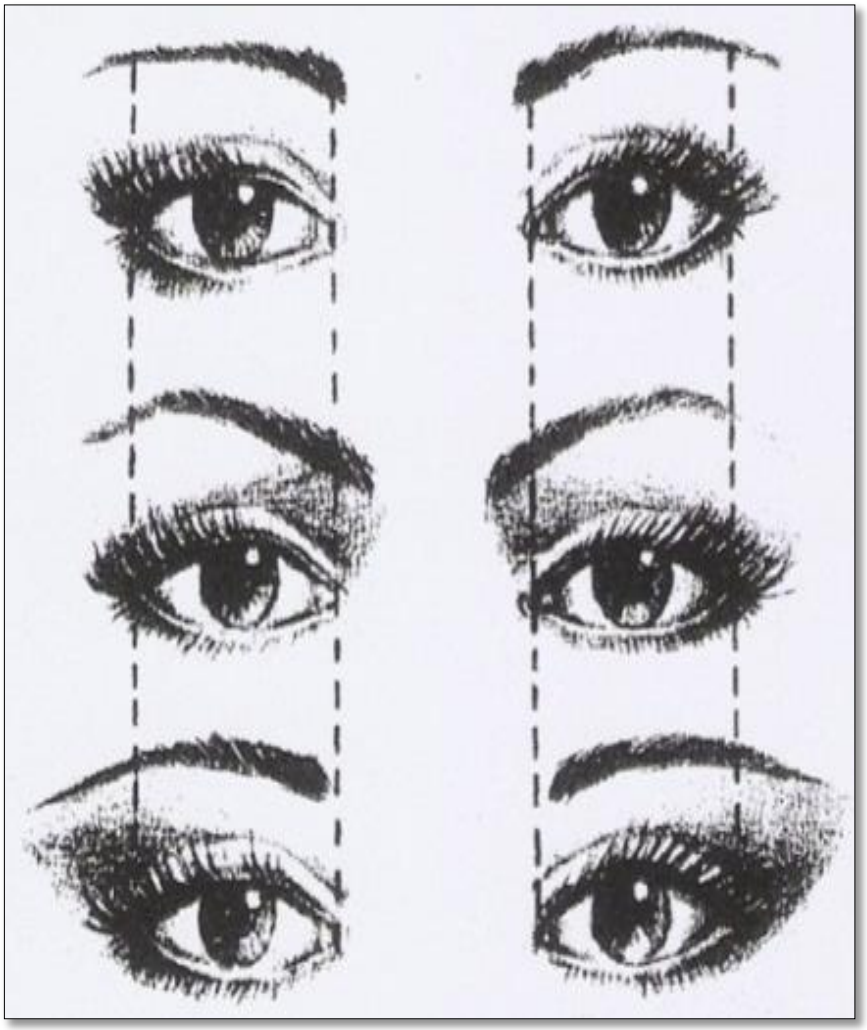
(١) محمود ابراهيم، الأنثى المهدورة، لعبة المتخيل الذكوري في صناعة الأنثى، مركز الإتحاد للحضارة، دار الفكر، بيروت، لبنان، ص ١٧٦.

المستخدمة هو أسلوب خداع البصر، لتعزيز القوة الجمالية في وجه المرأة أو وضع لمسات جمالية عند اللزوم لدعم الرسالة الإعلانية.

الخداع البصري

"يستخدم الخداع البصري في علاج بعض العيوب الموجودة بالوجه وخاصة للوجوه العريضة أو الوجوه المستطيلة في محاولة لإعطاء الإحساس بالطول للوجوه العريضة لتقليل هذا العرض بينما في الوجوه المستطيلة فإنه يعمل على تعريض الوجوه المستطيلة مع التقليل من هذه الاستطالة.

أهم استخدام لأسلوب خداع البصر يستخدم مع العين ففي شكل الخداع البصري نجد ثلاث عيون أسفل بعض وجميعها نفس العين ولكن تم استخدام الخداع البصري في المكياج وهو ما يجعلنا نرى أن هناك فرقاً في المسافات بينها".(١)



شكل: يوضح استخدام الخداع البصري في مكياج العين

وبناءً على ماتقدم: يمكن بيان القواعد الأساسية لإضاءة النهار إعتماداً على نظرية الإضاءة ودورها في تصميم الصورة الفوتوغرافية في الإعلان وفق جدول بياني التالي.

---

(١) نفس المرجع ص١٧٨

جدول يبين القواعد الأساسية في الإضاءة المستمدة من إضاءة ضوء النهار الطبيعي ودورها في تصميم الصورة في الإعلان

الطبيعة	نظرية الإضاءة
١- الشمس هي مصدر الضوء الرئيسي في ضوء النهار	لابد من وجود مصدر ضوئي رئيسي في الصورة سواء كان هذا المصدر طبيعياً أو صناعياً.
٢- إن ضوء الشمس هي أعلى قوة إضاءة وهي الضوء الرئيسي في ضوء النهار	يجب أن يكون الضوء الذي يعبر عن المصدر أعلى قوة إضاءة ويطلق عليه الضوء الرئيسي Key Light
٣- الإضاءة المشتتة من السماء والمنعكسة من الأجسام إضاءة تعمل على ملىء الظلال	لابد من وجود إضاءة لمناطق الظلال وقد سميت بالإضاءة المالئة للظلال Fill Light
٤- إن الشمس مصدر ضوئي واحد	يجب أن يكون مصدر الضوء مصدراً واحداً فقط في الصورة
٥- الشمس تعطي ظلاً واحداً	لا يجب وجود أكثرمن ظل واحد لكل جسم سواء في التصوير الداخلي والخارجي
٦- تغير حركة الشمس يؤدي إلى تغير في زوايا سقوط الضوء وبالتالي تغير في الشكل الإضائي وحيث تتغير مساحات الظل والضوء ويصبح لكل زاوية تأثير معين وإحساس معين	يوجد دائرة للضوء تحدد زوايا سقوط الضوء على الأجسام بالنسبة لكاميرا وهي تعادل لدورة الشمس ولكل زاوية سقوط أحاسيس خاصة بها.
٧- الأشعة الصادرة من الشمس على الأجسام تعتبر ضوء مباشراً والأشعة المالئة للظلال تعتبر ضوء غير مباشر	الضوء المنبعث من المصدر الرئيسي يعتبر ضوء مباشراً والضوء المالئ للظلال يعتبر ضوء غير مباشر

معايير الجمال والحلاوة بين المرأة والرجل:

إنهما مفهومان لا أكثر من استعمالهما في الحياة اليومية... فيقال "إمرأة جميلة" و"رجل حلو" فالجمال يكون للمرأة والحلاوة للرجل فإن قال أحدهم "رجل جميل" فالذي يُعتقد فوراً أنه يجهل دلالات اللغة العربية أو أنه يسخر من المعنى، لأنها تعنى: (يفقد صفة الرجولة) أو أنه يحمل صفات تقرُّبه من المرأة أكثر.

ومن باب التوضيح دلالة القول: الله جميل يحب الجمال كما يتم التحدث عن جمال الكون والمدن، والخلق،والفنون بـ "اعتبارها جميلة" ولا يمكن إخفاء مكانة (علم الجمال) في المفاهيم التربوية والتعليمية والفلسفية ولكن يقال: حياة حلوة ، أكلة حلوة، أغنية حلوة، كلام حلو، وأداء حلو، ومشوار حلو، وفكرة حلوة، ويقال أيضاً (مرا حلوة) السؤال المطروح في هذين المعيارين أين يكون موقع الجمال من الحلاوة؟ ورد في كتاب فقه اللغة لأبي منصور وعبد الملك بن محمد الثعالبي وهو بصدد تقسيم الحسن وشروطه يذكر:

الجمال :	في الأنف والحلاوة في العينين
الصباحة :	في الوجه
الوضاءة :	في البشرة
الملاحة :	في الفم
الظرف :	في اللسان
الرشاقة :	في القد
اللياقة :	في الشمائل
كمال الحسن :	في الشعر

من الملاحظ أن الجمال يختصر في المظهر التركيبي المعياري والظاهري فالجمال قرين الحسن في هذه الحالة.

"– لذا يقال للأنف جميل لأنه يهب الوجه إذ يتوسطه – الكثير من التناغم إذ التنافر وبالأنف: يُعيَّر الرجل أو يهان وبه يُفتخر فالأنفة كخاصة أنفية لذا كان الاهتمام به قيمة ودلالة، أما الحلاوة من الحلو فهي تختص بالعميق الداخلي بما هو مركب وباطني، فالعين ليست عضواً حسياً فحسب بل تتجاوزه بالافتتان بالعين والتغزل بها[1]."

(١) د. أبو الخير جمال. مدخل إلى التربية الفنية. مكتبة الخبتي. السعودية ١٤١٩ هـ ١٩٨٩م

الشكل [٢٣]



مونيه (١٨٤٠-١٩٢٦م) (نساء في الحديقة) تاريخ العمل:(١٨٦٦-١٨٦٧)

يمكن اعتبارها، أول لوحة فنية تتصدى لموضوع نسوي خالص ما بعد عصر النهضة (خارج استديو الرسام)

شكل [٢٤]



صورة تمثل ظهور امرأة عارية تجالس شباباً في مكان عام. التي كان لها وقع على المجتمع الباريسي المحافظ واتهمت بالحِطّة ومخالفة العادات والتقاليد آنذاك ، ادوار مانيه (١٨٣٢-١٨٨٣م) متحف اللوفر، باريس، فرنسا.

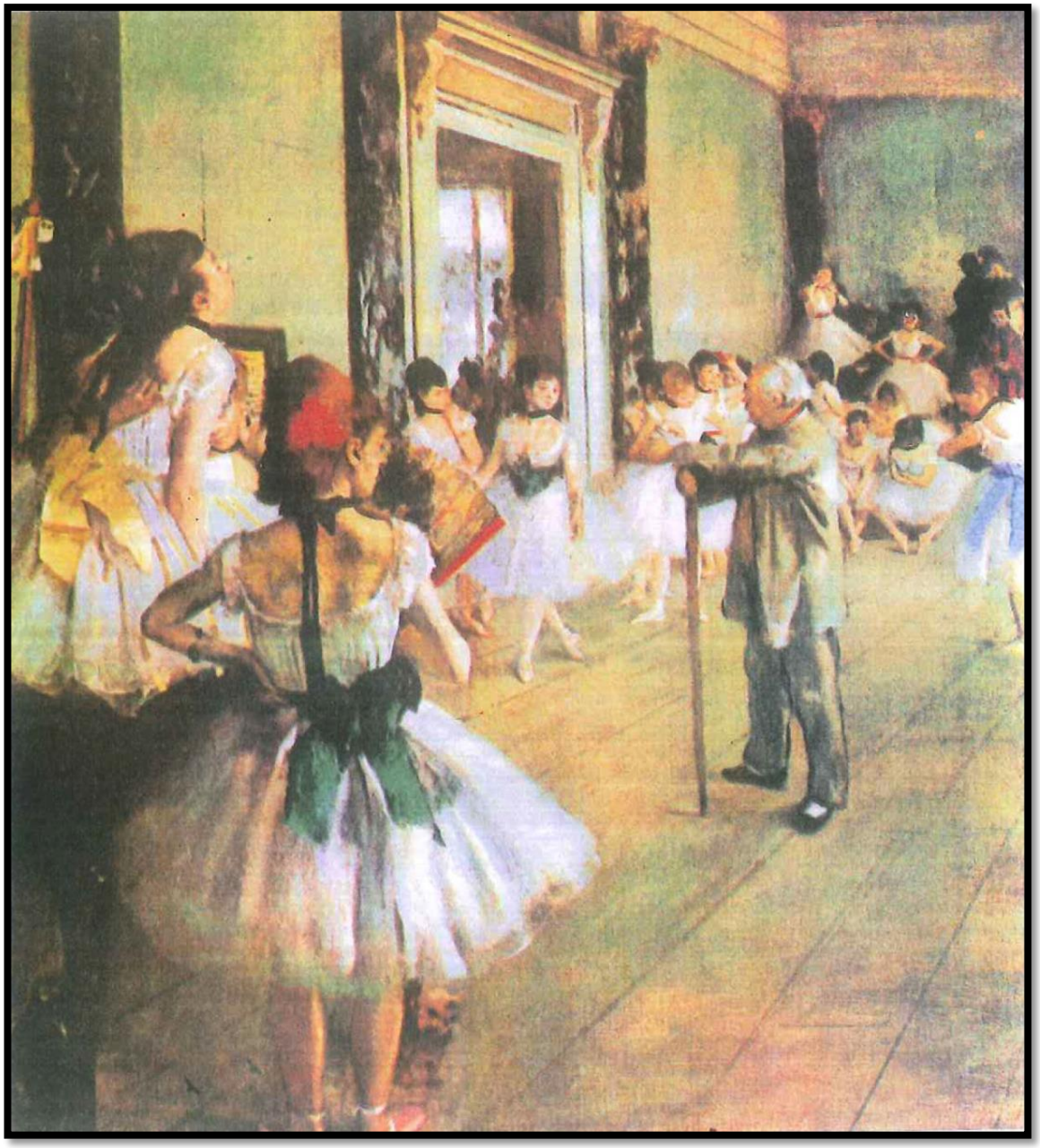
الشكل [٢٥]



امرأة عارية للفنان رنوار (١٨٤١-١٩١٩م).

يظهر فيه جمال جسد المراة بأسلوب جمالي يوحي بعشق الحياة والتمجيد بجمال المرأة. وإثارة المشاعر الراقية نحو المرأة

(الشكل٢٦)



الأسلوب الاختزالي للفنان دوغا(١٨٣٤-١٩١٧م): "أمثولة الرقص" (متحف لعبة اليوم . باريس-فرنسا)

الشكل [٢٧]



نساء على شاطئ البحر ، بول غوغان (١٨٨٤-١٩٠٣م).

ظهور نمط جديدة لصورة المرأة مهد لفن التصوير الغرافيكي الذي قاده كل من غوغان وسيزان ومانيه ومونيه ودوغا.

بإسلوب وحشي زخرفي مختزل

الشكل [٢٨-أ]

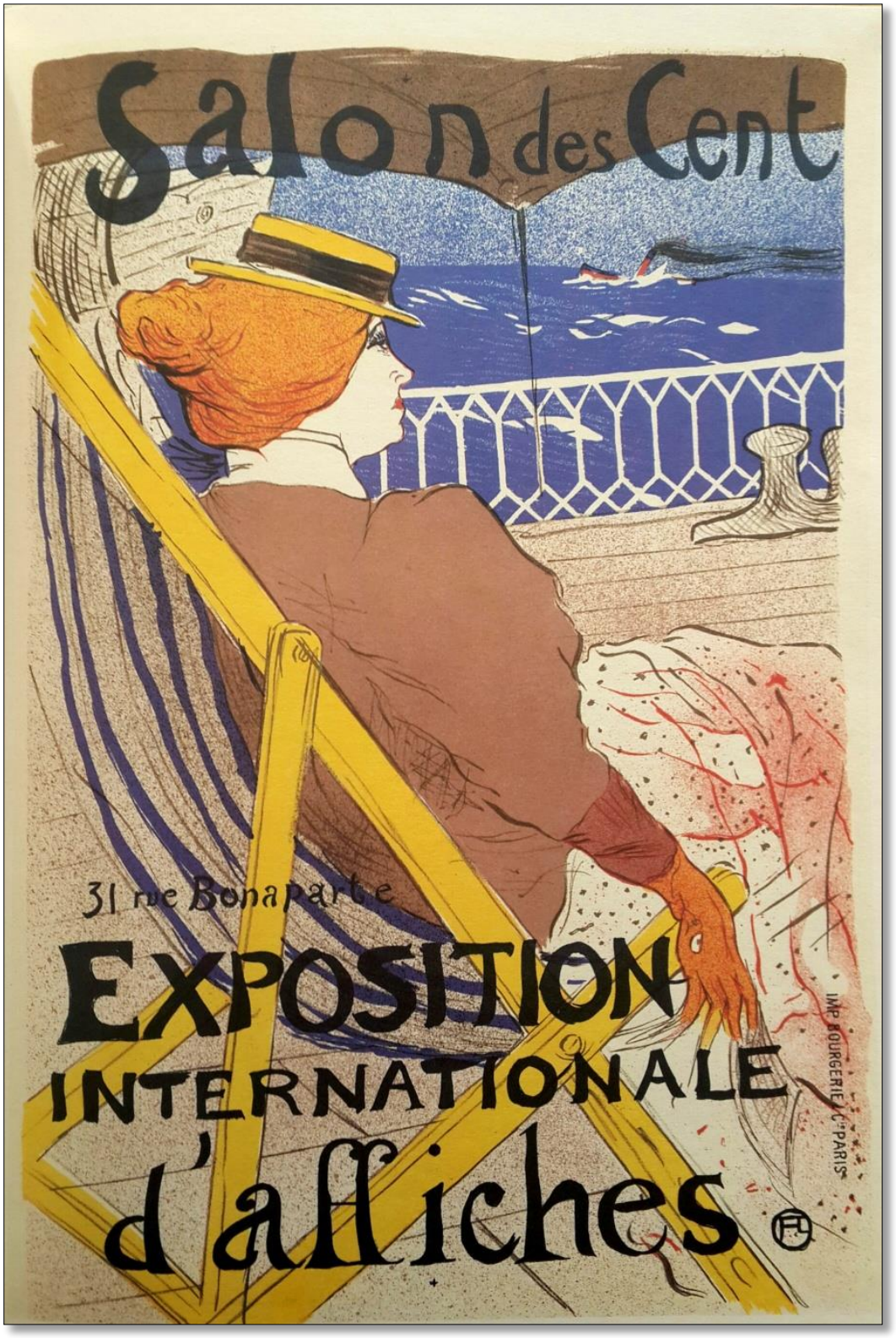


الصورة الشخصية للمصمم هنري دوتولوزلوترك
(١٨٦٤-١٩٠١)



ملصق جداري بعنوان جان أڤريل. للمصمم لوترك ويعتبر أول
مصمم اهتم بصورة المرأة في اعلاناته الجدارية

الشكل رقم [٢٨–ب]



ملصق جداري عن المعرض العالمي لفن الإعلان

في صالون دي – صان Salodesdes Cent باريس، فرنسا للمصمم هنري دوتولوز لوترك1864-1901

شكل [٢٨-ج]



تصميم غلاف المجلة البيضاء للفنان لوترك والتي كانت تصدر في باريس فرنسا، شارع لافاييت يستخدم فيها المصمم صورة المرأة الاسترقراطية التي ترتدي الفرو الثمين (١٨٦٤ -١٩٠٤م)

الشكل [٢٨-د]



ملصق ملصق للفنان لوترك للترويج للمصور الفوتوغرافي سيسكو في باريس ساحة بيكال (١٨٦٤-١٩٠١م).

الشكل رقم [٢٩-أ]



ملصق جداري للمصمم جول شيريه Jules Cheret (١٨٣٦-١٩٣٣) تظهر فيه صورة فتاة بأسلوب واقعي مبسط للإعلان عن سلعة تجارية، نوع من أنواع المشروبات الروحية لشركة كين كينا دوبونيت

الشكل [٢٩-ب]



إعلان ملصق جداري جول شيريه بعنوان جاليتي غيرل تظهر فيه المواءمة بين الصورة والكلمة كإنموذج لفن الإعلان الأوروبي الحديث.(١٨٦٣-١٩٣٢)

الشكل رقم [٢٩-ج]



ويظهر التأثير الواضح لأسلوب إدغار دوغا على أعمال شيريه الإعلانية. (طباعة حجرية) بعنوان سكتش Sketch (١٨٣٦-١٩٣٢م)

الشكل رقم [٣٠]



ملصق جداري للمصمم الإنكليزي أوبري بيردسلي (١٩٠٠م)

Aubrey Beardsly. ويبدو تأثره باستخدام الأبيض والأسود بأسلوب لوترك، وهو أحد مصادر الملصق الأوروبي

الشكل رقم [٣١]



مصمم غرافيكي للفنان المعاصر كليمت (١٨٩٢-١٩٠٢م) يظهر فيه اهتمام الفنان بالمرأة كإنموذج لمصمماته النسوية (آلهة الطب).حركة الارت نوفو نفذت بين عامي(١٩٠٠-١٩٠٧)

الشكل [٣٢]



إعلان تسويقي يعتمد استخدام صورة للمثلة العالمية مارلين مونرو للدعاية لمواد تجميلية للنساء. شركة ستارليت. من قبل وكيلها شرق البحر الأبيض المتوسط (القرن العشرون).

الشكل [٣٣]



يمثل صورة إحدى نجوم الغناء العربي على غلاف مجلة نسوية معاصرة تهتم بشؤون المرأة يعتمد على الصورة الفوتوغرافية الرقمية عالية الدقة لإظهار جمال وفتنة المرأة بإسلوب جمالي محافظ (مجلة لها)

*المصدر: (www.lahamag.com).

الشكل رقم [٣٤]



إعلان (البورتاي) أحد أشكال فن الإعلان التسويقي الفوتوغرافي يظهر استخدام صورة فتاة بإسلوب إغرائي (الإعلان الدماغي) بإسلوب إضاءة نوتان Notan. (إعلان صحفي) القرن العشرون

الشكل رقم [٣٥]



صور مقارنة توضح الفوارق بين نسب وملامح المرأة، الرجل، الطفل

الفصل الثاني

- **المبحث الأول :التطور التقاني وأثره على التصميم الغرافيكي الأوروبي**
- **المبحث الثاني:الفنانون الطليعيون: نماذج لأعمال فنانين مهدوا لأساليب جديدة لانتقال صورة المرأة من الفن التشكيلي إلى فن الإعلان**
- **المبحث الثالث :أثر النظريات والمصطلحات الفنية الحديثة على انتقال صورة المرأة إلى مفاهيم التصميم الغرافيكي المعاصر**
- **المبحث الرابع : المرأة في التفكير الاصطلاحي للإعلان المعاصر**

المبحث الأول

التطور التقاني وأثره على التصميم الغرافيكي الأوروبي

التطور التقاني وأثره على التصميم الغرافيكي الأوروبي

ابتكار الطباعة الممكننة:

"اخترعت الطباعة بالحروف المتفرقة أو الطباعة على السطح البارز Letter Press or Relief Methods في منتصف القرن الخامس عشر على يد جوهانز جوتنبرغ Johannes Gutemberg الذي يعد نقطة تحول واضحة في الطباعة.

إذ قدم للبشرية أولى الوسائل الإنتاجية لتسجيل العلوم والفنون والآداب ومختلف أوجه المعرفة، الذي قوبل بالإعجاب والتشجيع من البعض، واستنكار ومحاربة من البعض الآخر، وخاصة فئة النساخين فقد وقفوا ضد استخدام الحروف الجديدة في الطباعة. لأنهم أدركوا إن انتشار هذه الطريقة الجديدة هي نهاية لهم، واندثار عهد النسخ باليد، وعند ذلك يفقدون مكانتهم ويهددون في عيشهم ومستقبلهم، ولم يمض القرن الخامس عشر حتى انتشرت هذه الطريقة في معظم أنحاء العالم"[(١)]".

جوهانز جوتنبرغ Johannes Gutenberg

"كان جوهانز جوتنبرغ عضواً في نقابة الصاغة في مينز Mainz ومفتوناً بفكرة إنتاج المخطوطات اليدوية المزينة بسخاء بالطرق الميكانيكية، إذ باشر تجارب سرية لإيجاد حلول لمشكلة الطباعة الميكانيكية.

وكصائغ جلب تقليد الصياغة إلى إنتاج أحرف معدنية عن طريق عمل القوالب وصبها، فقد قام بإذابة المعدن وصبه في قوالب محفورة مسبقاً من الأحرف المفرغة وقام بتثبيت هذه الأحرف على قطعة رقيقة من النحاس في أسفلها قالب خشبي ضيق، حيث مئات وصفات الأحرف الرصاصية من أحرف منتجة تطبع بدقة يمكن تصنيعها بسهولة وبما أن الرصاص لين لا يصمد أمام ضغط الطباعة، فقد تم استبداله بخليط من المعادن التي تتحمل الضغط، وكان لابد من إيجاد حبر ملائم لآلات الطباعة.

استدان جوتنبرغ نقوداً من محامي اسمه Johannes Fust ليتمكن من الاستمرار في تجاربه، التي أيقظت مع الوقت الاهتمام بمثل هذه المهن لذلك قام Fust في عام ١٤٤٥ م برفع دعوى ضد جوتنبرغ، وتجريده من معداته ومطبعته، وفي عام ١٤٥٧ قام Fust بطباعة ونشر أول كتاب كامل في أوروبا بوساطة مطبعة جوتنبرغ وبمساعدة Peter Schoffer زوج ابنة Fust وصبي مساعد لجوتنبرغ سبق أن شهد ضده في المحكمة [انظر الشكل ٣]

---

(١) د.محمد بلاسم،٢٠٠٩،التصميم الغرافيكي عبر العصور ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ،عمان ، الأردن، ص٢٩-٣٠

توفي جوتنبرغ بعد عشرة أعوام أي عام ١٤٦٧ معدماً فقيراً

ومن أهم عوامل تشكل وتطور فن الطباعة الغرافيكية الممكنة وظهور التصميم الغرافيكي في أوروبا في عصر النهضة ظهور (أبجدية الجوثيك Guthic) ابتكرها جوتنبرغ Gutenberg :

– اختراع الطباعة الممكنة على يد جوهانز جوتنبرغ .

– الورق نقله العرب إلى إسبانيا من الصين ومن إسبانيا انتشر في أوروبا.

– استعملت تقانات بلاد الأراضي الواطئة بلاد الفلامنك Flamich في إنتاج الحبر إذ استعمل الصباغ المعروف باسم بيغمنت (Pigment) الذي يسحق ويخلط مع بذر الكتان.

– انتشار الطباعة خارج ألمانيا في منطقة بنيكتن آ بي Benedictine A bby قرب روما Roma عام ١٤٩٥م.

– ظهرت الإعلانات الصحفية بعد إختراع الطباعة وقبل ظهور الصحافة بالمعنى الحديث.

– انتقال الطباعة الممكننة إلى انكلترا عام ١٤٨٠م حيث قام كالكستون بتعليق ملصقات على الجدران للإعلان عن كتبه التي طبعها بمطبعته.

– ظهر فن الإعلان ضمن الكتاب وذلك للتعريف بكتب أخرى صدرت حديثا[١]".

<u>ظهور فن الإعلان الصحفي في فرنسا:</u>

– " في فرنسا عام ١٥١٨ قام أحد الباريزيين أن جلدَّ مع كتبه أسماء من قراؤا كتبه.

– في عام ١٥٤٩ أعلن الكاتب الفرنسي مونتاني Montaigne أن هناك مشكلة كبيرة في توزيع السلع في فرنسا واقترح إنشاء وسائل إعلانية يتمكن البائع من خلالها تعريف المشتري بما يبيع.

وفي عام ١٦١٢م صدرت أول صحيفة دورية في باريس باسم (صحيفة الإعلانات العامة) Journal Gemelalaffiches وكان اهتمام هذه الصحيفة لإعلانات المبوبة.

وقد أنشأ نيوفراست رينودو في سنة ١٦٣٠ مكتباً للعناوين بباريس ثم أصدر بعد ذلك بسنة صحيفة (لاغازيت دوفرانس lagazette de france التي قبلت نشر الإعلانات ابتداء من عددها السادس. ويمكن اعتبار هذا الحدث هو اليوم الأول الذي ولد فيه الإعلان الحديث... ويقال إن الإعلان والملصق طبع قبل هذا التاريخ، وأفضلهم ذلك الإعلان الذي طبع بباريس عام ١٤٨٢ لحساب مجلس رهبان رينس Rins ويعود هذا الفضل إلى رينودو.. فقد أنشأ الصحافة والصحافة الإعلانية في وقت واحد وقد حذا حذو رينودو عدد كبير من الفرنسيين، إلا أن التجار أنفسهم لم يكن باستطاعتهم نشر أي إعلان وإلا تعرضوا للعقوبة التي تفرضها

(١) د. يازجي أحمد ، تاريخ التصميم الغرافيكي، منشورات جامعة دمشق، ص ٣١، ٣٢،٣٤،٣٥،٣٦. (بتصرف)

عليهم النقابات التي ينتمون إليها، كون أن الإعلان منافسة غير شريفة في تلك المرحلة.... أما في فرنسا وخلال الربع الأول من القرن التاسع عشر فقد كان للصحف الفرنسية طابع القرن الثامن عشر ولم يكن للإعلان التجاري وجود، وفجأة تحولت الصحافة الفرنسية كلها سنة ١٨٢٧ فقد ظهرت الصحف بشكل بسيط وازداد حجمها ، وكتبت أسماؤها بحروف جديدة وبدى البياض بين المواد واضحاً وظهرت الإعلانات التجارية التي احتلت نصف الصفحة. أما نوعية الإعلان فلم تكن مشوقة ولا مصورة[١]."

إن هذا يظهر أن البدوءات الأولى لنشوء فن الإعلان الغرافيكي في الصحافة الفرنسية لم تكن بعد متطورة وربما يعود ذلك إلى أن المجتمع الأوروبي لا زال مجتمعاً محافظاً. وإنما كانت نصوص جافة تخلو من الصور المصممة غرافيكياً أو فتوغرافياً، رغم أن الإعلانات كانت تشكل رافعة مالية لتغطية نفقاتها، وكانت هذه الصحف توزع إلى المشتركين عن طريق الاشتراك السنوي أو النصف سنوي وتوزع على المحلات والدوائر الرسمية. ولازالت حتى يومنا هذا.

ظهور فن الإعلان الصحفي في ألمانيا:

كانت بعض الصحف الإخبارية قد صدرت بطريقة غير منتظمة في ألمانيا عام ١٥٢٥، ثم في هولندا والنمسا وإيطاليا ويرجع نشر أول إعلان صحفي للصحف الألمانية فقد نشرت إحدى الصحف في أول أعدادها إعلاناً عن كتاب الدكتور (لاستر Laster) الذي عدد فيه الفضائل الطبية لأحد الأعشاب التي اكتشفها.

ظهر في الإعلان الصحفي إنكلترا:

في القرن الثامن عشر إن أول صحيفة يومية قد صدرت في أول ديسمبر عام ١٧٠٢ وكانت تعرف باسم The Daily courant ذي ديلي كورنت) وقد أسهم أربعة من كبار الأدباء الإنكليز في تحرير الإعلانات الصحفية فيها.

وكانت إنكلترا أول من أفرد في صحفها مكاناً رحباً للإعلان بسبب نموها الاقتصادي الكبير وذلك في القرن السابع عشر، ومنذ نهاية الحروب النابليونية عام ١٨١٥ أصبح للصحافة الإنكليزية طابع القرن التاسع عشر الذي يتسم بصحف الرأي الكبرى.

(١) موسوعة المعارف، نفس المصدر، مجلد ٦، ص٢٦.

ظهور صناعة الورق وانتشارها في أوروبا:

"- إن الورق والطباعة والبوصلة والبارود هي اختراعات أربعة صينية أسهمت في بناء الغرب الحديث.(أوروبا)

وقد أثر تطور الصناعة الورقية على مستويات الحياة المختلفة في عصرنا الحاضر ولازال الورق يلعب دوراً هاماً على المستوى التقاني في إظهار نتائج طباعة الصور والإعلانات الفنية الورقية وكذلك الملصقات الجدارية.

وقد تطورت أساليب علمية حديثة وفرت سطوحاً مصنَّعة نافست الورق التقليدي الذي يستخدمه الفنانون التشكيليون "للدائن البلاستيكية" التي تحس سطوحها وبمساحات كبيرة في الإعلانات الضخمة في المدن الكبرى. مما حجَّم من دور الورق التقليدي في فن الإعلان المعاصر وأدى ظهور الطابعات الرقمية إلى دخول فن الإعلان مجالاً وضع الورق التقليدي في إطاره الضيق لأغراض الرسم الهندسي ولرسم وطباعة الحفر على المعدن والسيروغرافي وفن الليتو غرافي والرسم المائي.

ابتكر الإنسان مادة الكتابة قبل أن يخترع الورق فقدماء المصريين منذ ٤٠٠٠ سنة أخذوا سيقان البردي وقشروها وبسطوها ثم وضعوها متعارضة ومضغوطة لتلتصق ببعضها وعندما تجف تصبح ورقة يمكن الكتابة عليها.

أما الورق التقليدي فيعزي إلى "تساي لون" الموظف الامبراطوري المسؤول العام ١٠٥م عن عدة مصانع. إلا أن بعض نتف من الورق اكتشف العام ١٩٥٧ في (باتشنياو) في منطقة كيسان بالصين في إحدى المقابر التي يعود تاريخها إلى القرن الثاني قبل الميلاد، وقد أظهرت التحليلات التي أجريت على هذا الورق أنه يصنع من القنب الذي تخلط أليافه بكمية ضئيلة من الكتان...

أما الورق الذي ابتكره (تساي لون) فكان يعتمد على لحاء الأشجار ونفايات الكتان وفضلات الأقمشة وبقايا شباك الصيد التالفة وقد حل هذا الورق محل شرائح البامبو والخشب ورقائق الحرير التي كانت تستخدم للكتابة في ذلك الحين[١]." [انظرالشكل٤]

وتطورت سريعاً أساليب صناعة الورق فانتشرت في الصين إلى البلدان المجاورة:

- كوريا: في القرن الثاني الميلادي
- اليابان: في القرن الثالث الميلادي
- الهند الصينية: في القرن الثالث الميلادي

---

(١) موسوعة المعارف الكبرى، مجلد ٦، ص ٢٩ – ٣٠ – ٦٣، إعداد يوسف نجيم بالتعاون مع لجنة من الاختصاصيين، دار نوبليس، بيروت لبنان، ٢٠٠٦م.

– الهند: في القرن السابع الميلادي

– البلاد العربية: في القرن التاسع ميلادي

– أوروبا: في القرن الثاني عشر

أما عن دخول صناعة الورق إلى الغرب فبدأت في آسيا الوسطى نحو آسيا الغربية على يد العرب "ثم انتقلت إلى دمشق ومصر وكانت صناعة الكاغد (الورق) الدمشقي من أشهر أنواع الورق في العالم". والذي كان يُصدَّر إلى أوروبا.

ثم إلى إفريقيا الشمالية مصر عام ٩٠٠م والمغرب العربي عام ١١٠٠م وانتهى إلى أوروبا عن طريق إسبانيا القرن الثاني عشر.

"ويعد كتاب (الطقوس) الذي كتب في (سيلوس) قرب (برجوس) في إسبانيا أقدم مخطوط أوروبي على الورق ويرجع تاريخه إلى القرن الحادي عشر، فما اقترب القرن الرابع عشر في نهايته حتى كانت دول عديدة في أوروبا تصنع الورق.

وكان عامل من (أيسون) يدعى (روبير) قد صمم أول آلة تصنيع ورق على شكل صحائف ذات قياس غير محدود.

ونال براءة اختراع عام ١٧٩٩ وحظي من الدولة على مبلغ ٨٠٠٠ فرنك كمساعدة ترضية فترك اختراعه لـ (فرانسوا – امبرواز ديدو) الذي باعه إلى انكلترا.

أما أول من ابتكر طريقة "الستنسل في الطباعة" وهي طريقة تعتمد على تقانة إعادة طبع صورة أو نص على ورق أو على قماش انطلاقاً من قالب من المعدن الرقيق أو من ورقة مطلية بطبقة من الشمع قديمة جداً فعلى طريقتهم مارسها المصريون والرومان ثم الصينيون واليابانيون.

أما تقانة الستنسل الحديثة فتعود إلى العام ١٨٨٤ حين سجل "أ.ب. ديكس" اختراعه تحت اسم ميميوغراف Mimeograph انتشرت تكنولوجيا الطباعة في أوروبا.

<u>أحبار الطباعة:</u>

استعملت تقانات الأراضي الواطئة (فلامنك flemich) في إنتاج الحبر إذ استعمل الصباغ المعروف pigment مطحوناً من زيت بزر الكتان[١]."

(١) موسوعة المعارف الكبرى، مجلد ٤، ص٦٨، نجيم يوسف وعدد من الاختصاصيين ، بيروت، لبنان

ظهور الطباعة الغرافيكية:

"إن أول كتاب مطبوع عرفه العالم هو نسخة من الكتاب البوذي (دياموند سوترا) الذي اكتشف السنة ١٩٠٠م في أحد كهوف تركستان وهو عبارة عن درج أو لفيفة من الرق بطول خمسة أمتار تتألف من ست صفحات من النصوص المطبوعة بوساطة القطع الخشبية، وصفحة من الرسوم الخشبية مصحَّفة معاً. أما الطابع فهو (وانغ تشيه) في السنة ٨٦٨م وقد وزعه مجاناً في ذكرى وفاة والديه[١]."

وأول كتاب عربي طُبع في أوروبا بأبجدية عربية كاملة هو كتاب من كتب الرحلات وضعه (برناردو برايد نبوخ) باللاتينية وصف فيه رحلة إلى الأراضي المقدسة في فلسطين بعنوان: "رحلة إلى ما وراء البحار لزيارة القبر المقدس في مدينة القدس" وقد أرفق بهذه الأبجدية (العربية) طريقة النطق بها بحروف لاتينية. ويضم هذا الكتاب خريطة لمدينة القدس.

إلا أنه لم يطبع كتاب عربي في أوروبا إلا في ٢ شباط ١٥٠٥ وتم ذلك على يد الملك الإسباني فرديناند وزوجته الملكة إيزابيلا الشهيرة التي كان لها الفضل الأكبر في تجهيز حملة البحّار الجنوبي الإيطالي (كريستوف كولومبوس) الاستكشافية البحرية التي أسفرت عن اكتشاف العالم الجديد.

فقد راح هذان الملكان يعملان على دعوة الأندلسيين إلى النصرانية فكلفا مجموعة من المبشرين بالقيام بهذه المهمة وظهرت الحاجة إلى ذلك إلى استعمال اللغة العربية لبلوغ الغاية المنشودة.

وكلَّف مطران غرناطة الجديد رجلاً من مدينة سلامنكا الجامعية أن يطبع له كتابين وضعا للمبشرين الذين يجهلون اللغة العربية، فصدروا في غرناطة أحدهما في ٢ شباط ١٥٠٥م والثاني في السنة نفسها وكان عنوان الأول: "رسائل تعلم اللغة العربية ومعرفتها"، وعنوان الثاني "معجم عربي بحروف إسبانية أو قشتالية"، وكانت الصفحات الإحدى والعشرين الأولى في الكتاب الأول تدور على قواعد اللغة العربية والصرف النحو، كما كانت الصفحات السبع والعشرين التالية تشتمل على صلوات كاثوليكية باللغة العربية. وصلوات القداس باللغة العربية، ومن ميزات هذا الكتاب أنه أول محاولة لنقل الحروف العربية إلى حروف أوروبية، أما الأبجدية الواردة على ظهر الورقة العشرين فهي أبجدية إفريقية[٢].

أثر العوامل الاجتماعية في ظهور الطباعة الغرافيكية والصحافة في بعض البلاد العربية:

"إن أول من أصدر جريدة عربية هو اللبناني خليل الخوري المولود في ٢٨ تشرين الأول ١٨٣٦ في الشويفات، وكانت صحيفته (حديقة الأخبار) أول صحيفة عربية تصدر برخصة من الباب العالي.

---

(١) نفس المرجع، ص ٦٨ – ٦٩.

(٢) نفس المرجع، ص ٧٠.

وقد تجاوزت شهرتها البلاد العثمانية وعاشت نحو ٥٠خمسين عام وقد رأى فيها المستشرقون بادرة فجر منير في الظاهرة الأدبية ومن ذلك تقرير وضعه في ٢٩ حزيران العام ١٨٥٨ (رينو) أستاذ اللغة العربية في باريس ورئيس الجمعية الآسيوية وحافظ المخطوطات الشرقية في دار الكتب الوطنية بعد مرور ستة أشهر على صدور العدد الأول من هذه الجريدة.

وقد وصفها وفصَّل فوائدها، في مجتمعات الناطقين بالضاد، وشبهها بأعظم الجرائد الأوروبية، وأشاد بجهد صاحبها في تعريب أسماء الأوضاع المستحدثة في أوروبا وإيجاد الألفاظ العربية المطابقة لها.

وعاشت نحو سنة ولم تستأنف إصدارها إلا بعد وفاته وقد تحول امتيازها إلى أخيه وديع خوري، فأمكنه الاحتفال بيوبيلها الخمسيني في ١٣ كانون الأول عام ١٩٠٨م ثم أصدرها يومياً واستمرت حتى ٢٠ نيسان ١٩١١ عند احتجبت نهائياً وبلغ ما صدر منها ٢٩٧٣ عدداً[١]."

عوامل تطور فن الإعلان المعاصر:

ابتكار الحاسوب (الكومبيوتر) computer وظهور عالم الانترنت في القرن العشرين:

تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية من الدول التي حدث فيها أهم التطورات في عالم تكنولوجيا الكومبيوتر وجرت فيها أهم الأبحاث التي أدت إلى هذه التطورات، التي أذهلت العالم وأدت إلى تغييره بشكل مفاجئ.

وادي السيليكون:

"- بدأت القصة على أيدي شخصين إثنين وهما: وليم هيوليت وديفيد بكارد عام ١٩٣٩م.

وعلى الرغم من أن هذين الاسمين هما من أشهر الأسماء في مجال الكومبيوتر فإنهما في تلك السنة لم يكونا إلا خريجين حديثين من جامعة ستانفورد وقد اتفقا وهما لا يزالان طالبين على إنشاء أول معمل لتصنيع أول رقيقة سيليكونية ظهرت في العالم.

وقد تحقق حلم هذين الطالبين بسرعة لم يكونا يتوقعانها. وبعد سنوات قليلة إذ تم إنشاء منطقة شركات ومعامل ومصانع تنتج أحدث التطورات في عالم التكنولوجيا سمي بـ (وادي السيليكون) في نيويورك

[انظر الشكل٥]. صورة عن وادي السليكون

وبعد سنوات قليلة انضم إلى هذا الوادي وافدون جدد كلهم قادمون من ستانفورد وكانت لهم أحلام مماثلة وهم لا يزالون طلاباً في الجامعة.

ومن هذه الأسماء: جيري يانغ وديفيد فيلو وهما المسؤولان الأساسيان عن نقل عالم الكومبيوتر إلى عالم الانترنت.

---

(١) موسوعة المعارف الكبرى، مجلد١، ص ٣٤.

معتمدين في ذلك على مؤسسات سبقت وجودها مثل: سيليكون غرافيكس وصن ميكرو سيستم، فقد أُنشئت هذه المؤسسات جميعاً على يد طلاب (جامعة ستانفورد) أيضاً.

وهم الذين أدخلوا عالم الكومبيوتر إلى مجالات جديدة مثل: (الرسم الالكتروني) والرقائق البالغة الصغر، التي مكنت المخترعين بعد ذلك من تصنيع الكومبيوتر الشخصي الـ PC الذي يستخدمه مئات الملايين في العالم الآن.

ولولا هذه الاختراعات الأولية والتالية لما كان بالإمكان تكوين شبكة الانترنت والآن جاءت مرحلة جديدة من تاريخ وادي السيليكون إذ أن الوادي بشركاته ومصانعه وعلمائه يتهيأون لنقلة جديدة، منها إدخال مجالات علمية جديدة في داخل عملية التصنيع وهذه المجالات هي:

١- علوم التوافيق البيولوجية وعلاقتها بآلية الكومبيوتر.

٢- التحليل الجزيئي للمواد وعلم ابتكار المواد الجديدة، بما في ذلك مواد تشبه البشرة الإنسانية.

٣- الربط بين العلوم الطبيعية والعلوم الهندسية[١]" مما يُفسر للباحثين أن بإمكانهم أن يطلقوا على نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين بأنه عالم البحوث البيولوجية المرتبطة بالهندسة الإلكترونية.

كما يمكن يطلق على القرن الواحد والعشرين أيضاً عالم البحوث الفنية الغرافيكية المرتبط أيضاً بالهندسة الإلكترونية التي قدمت إلى هذا الفن آفاقاً لا حدود لها، وخاصة في الاتصالات البصرية.

ظهور مصطلح التصميم الغرافيكي :

كان أول من أطلق (تسمية) **Graphic Designe** هو المصمم أديسون دوينغنز عام ١٩٢٢ الذي عرّف مصطلح التصميم الغرافيكي (بأنه ذلك الشخص الذي يجمع بين العناصر المختلفة (كلمات، صور ،ألوان...) في صفحةٍ واحدة بشكل يجلب النظر).

وكلمة التصميم الغرافيكي مشتقة من كلمة (جراف)وهي تعني (رسم بياني) أما كلمة غرافيك فهي تعني (تصوير مرسوم مطبوع) والبحث عن معنى هذه الكلمة الأجنبية لا يشكل صعوبةً،... إن أصل هذه الكلمة لاتيني وهي من كلمة جرافوس **Graphus** وتعني :(خط مكتوب أو مرسوم أو منسوخ)" [٢]"

---

(١) موسوعة المعارف الكبرى، مجلد ١١، ص ٣٧ – ٣٨.

(٢) د. بلاسم محمد ٢٠٠٩، التصميم الغرافيكي عبر العصور ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ص٤٤

ابتكار الحاسوب ، الكومبيوتر Computer وظهور عالم الأنترنت:

شبكة الانترنت:

"في مفاجأة كبيرة للولايات المتحدة الأمريكية أطلق الاتحاد السوفييتي السابق قمره الصناعي الأول (سبوتنيك) عام ١٩٥٧ الذي أثار اهتمام الأمريكيين وهلعهم وقتها، لأن علاقة هذا التطور وثيقة الصلة بعالم الاتصالات كون الأقمار الصناعية تستطيع نقل أي نوع من البيانات بسرعة فائقة.

فبينما اتجه فكر العلماء الروس إلى الفضاء جاء ابتكار العلماء الأمريكيين على النقيض تماماً، إذ أنشأت الولايات المتحدة الأمريكية على الأرض "وكالة مشاريع الأبحاث المتقدمة" كجزء من وزارة الدفاع الأمريكية لتكون لها الريادة في العلوم والتكنولوجيا القابلة للتطبيق العسكري والعام ١٩٦٨ تم تطوير شبكات تستطيع تحويل حزم بيانية. طُوِّرتْ تلك الشبكات لتحويل البيانات بدون نقطة توقف... وتوَّلد الانترنت فعلياً عام ١٩٦٩م بين أربع نقاط تلاقٍ أساسية هي: جامعات ومعهد أبحاث (ستانفورد) ووصل العدد إلى ١٥ نقطة عام ١٩٧١م كما تم في العام نفسه إرسال (بريد الكتروني) لأول مرة....

ولدت أول نسخة تجارية على الشبكة الرئيسية لوزارة الدفاع وهي شبكة Telenet في عام ١٩٧٤م لتكون أول خدمة نتاج للجمهور يستطيع خلالها نقل البيانات ، وبمرور عامين وصلت خدمة الانترنت للكثيرين حتى أن ملكة بريطانيا أرسلت أول رسالة بريد الكتروني العام ١٩٧٦م وكانت حينئذ أصغر قليلاً[١]."

قلم الانترنت:

يستخدمه المصممون الغرافيكيون والرسامون والمهندسون وهو لا يمكن تمييزه عن قلم الحبر العادي، بيد أنه أداة تسمح بإرسال رسائل مكتوبة على ورق خاص بوساطة الهواتف النقالة واب WAP أو بوساطة الحاسوب المحمول وبالإضافة إلى الخرطوشة، يحتوي هذا القلم على أجهزة لمعالجة (الصور) وجهاز بث راديو يعمل بجهاز الاتصال اللاسلكي.

وإذا كان القلم موجوداً على مسافة أقل من مائة متر من هاتف نقال أو حاسوب مجهز بنظام استقبال ملائم، فإنه يبث أتوماتيكياً الرسالة التي كتبت (أو رُسمت) به. [انظر الشكل٦]. صورة عن قلم الأنترنت

(١) موسوعة المعارف الكبرى، مجلد ٤، ص٧٩،٨٠.

فن الإعلان ونظرية الاتصالات والعوامل التقانية المعاصرة:

هناك عدة عوامل أثرت في تطور فن الإعلان المعاصر وفق التالي:

١ – إن التقدم التقاني الاتصالي الذي شهده النصف الثاني من القرن العشرين قد أثر تأثيراً مباشراً على تطوير وسائل جديدة للإعلام الحامل الرئيسي لفن الإعلان المعاصر والذي تجسد في تطوير شبكات الهاتف والكومبيوتر (الحاسوب) وأدى استخدام (السواتل الصناعية) Satellite التي ساهمت في نقل المعلومات عن بعد.

إن هذه الوسائل المستجدة أدت إلى ظهور سبل جدية للاتصال بين أبعد نقطتين على سطح الكرة الأرضية مباشرة.

"٢– إن مصطلح Télématique والتي استعملها لأول مرة الكاتبان الفرنسيان سيمون نورا Simon Nora وآلان مانك Alain Minc في كتابهما مكننة المجتمع. عنوان: L'imformatisation De Lasociété والذي صدر عام ١٩٧٨ في فرنسا وكلمة Télématique والثانية Informatique وهي تعني مجموعة الخدمات التي يمكن أن يحصل عليها المشترك بوساطة شبكة الهاتف البعدية بعد معالجتها بوساطة الكومبيوتر عند بثها وتلقيها بوساطة شبكات المواصلات الهاتفية، وهذه الخدمات يمكن أن تكون مثلاً للاطلاع على أرشيف مؤسسة أو مكتبة عامة وكذلك إجراء حجوزات في الفنادق والطائرات والقطارات، أو معرفة الحساب المصرفي الشخصي أو القيام بتحويلات مالية...

٣ – لقد ساهم اختراع (السواتل الصناعية للاتصالات البعدية) في تسريع نقل المعلومات من مكان إلى آخر وإلى زيادة الدقة في نقل المعلومات ونوعية "الصورة والصوت" الممتازة جداً.

٤ – ويعتبر هذا الابتكار العلمي من أهم العوامل التي أدت إلى تطور وسائل الإعلان وتنوع صورها وسهولة سفرها وانتقالها من مجتمعها الخاص للوصول إلى ما يسمى (الإعلان العالمي) الذي يراه كافة سكان الأرض في آن واحد مما يشكل قفزة نوعية قياساً بالبعد الزمني من ظهور وتبلور فن الإعلان حتى النصف الثاني من القرن العشرين .

٥ – ساهمت وسائل الاتصال التليماتيكية Télématique في ترحيل وتقوية برامج معلومات واتصالات من محطات أرضية وتعاود بثها من جديد بطاقة أقوى، ويوضع السائل على بعد ٣٦ ألف كيلو متر من الأرض ويغطي إرساله مساحة كبيرة من الأرض بلداناً وقارات ودون أن يتأثر البث والتلقي بالتضاريس الجغرافية وتغيرات الطقس.

٦ – لقد ساهم اكتشاف الألياف البصرية والضوئية Fibres Optique التي تتميز عن الكابلات الكلاسيكية المصنوعة من النحاس بجودة نقل الصورة والنص المكتوب.

٧ – الألياف السمعية البصرية المصنوعة من (رمل الصوّان) Sillice وهي كابلات يمكنها نقل كميات كبيرة من الصور والمعلومات دون أن تتأثر بالعوامل والعوارض الجوية والمغناطيسية.

٨ – إن إمكانات التشابك والتداخل بين الأصوات والصور أو ضياع المعلومات بوساطتها تكاد تكون معدومة.

والجدير بالذكر: إن كابلاً من الألياف الضوئية البصرية قطره (٠,١٥ ملم) ينقل ٥٠٠ خمسمائة ألف خط تلفوني كل ذلك أدى إلى انتشار واسع لصورة المرأة على المستوى العالمي.

٩- كذلك ابتكار الميني تيليه (المينيتل) Minitel وهو جهاز لإدخال معلومات وإخراجها يستعمل للتراسل وبنك معلومات وكذلك تطور المراسلات الالكترونية Messagerie électronique.

١٠ – وكذلك ابتكار طريقة (الاجتماع الحواري البعدي) على الصوت والصورة Lavision conféremce وهو وسيلة إعلام واتصال كاملة تسمح لأشخاص أو مجموعات من الأشخاص الموجودين في أماكن وبلدان مختلفة بأن يجتمعوا ويتحاوروا ويتبادلوا المعلومات. دون الانتقال إلى أماكن أو بلدان عملهم، ويتم ذلك بوساطة وسائل وهي:

– شاشات تلفزيونية تظهر القاعة التي يجلس فيها المشاركون.

– كاميرات، ميكروفونات، مكبرات صوت، لوح للكتابة البعدية، آلة نسخ عن بعد.

١١ – الطرق السريعة للمعلومات Les autoroutes de L'informatios

وتكون تطبيقاته عن طريق الانترنت (internet) وهو عبارة عن شبكة اتصالات بعدية من الألياف البصرية الضوئية تؤمن الاتصالات بين شبكة "الاتصالات الدولية" و(المحليّة)[١]" إن هذه الابتكارات قدمت لفن الإعلان وخاصة شبكة الانترنت كي ينتشر بسرعة خيالية أفادت الإنسانية في جميع المجالات وخاصة فن الإعلان وكذلك بانتشار صورة المرأة من خلال حاملي: (فن الإعلان) و(فن الإعلام) وفق الرسالة التي يبثها الفنان المصمم لأغراض تجارية أو سياحية أو ثقافية أو طبية أو صناعية.

"وإن إنجاز الأثر الأعظمي للإعلان في النشاط العملياتي الفعلي في الظروف الراهنة غير ممكن دون استخدام منجزات وأدوات كثيرة من العلوم وتحتل نظرية الاتصالات مكاناً مهماً بين هذه العلوم... وإن المقاربة العلمية لدراسة الإعلان تحتاج إلى تناول الإعلان بوصفه أحد وسائل الاتصال البشرية الإنسانية.. ومحاولة تسوية أقنية اتصال بين صاحب الإعلان وجمهوره.

(١) نفس المرجع ص٨١–٨٢

وقد استخدم مصطلح الاتصال Commication من بداية القرن العشرين والتواصل الإعلاني لا يحمل أي مغزى خارج إطار المجتمع البشري.

ويختلف الاتصال التسويقي عن باقي وسائل الاتصال الأخرى مثل:

– الاتصال الشفهي، الاتصال الكتابي، الاتصال الصوري (المطبوع)، الاتصال الدولي، الاتصال المحلي، الاتصال التثاقفي... الخ، الاتصال الشكلي واللاشكلي.

ويعتمد (الاتصال التجاري) بوساطة الإعلان في تحديد نوع المستقبل

(والإعلان الفني التسويقي) الذي يصممه المتخصصون في هذا الفن له عدة وظائف تختلف في محتواها عن باقي الإعلانات ذات الأهداف التعبيرية أو الثقافية، كما يجب أن تتجلى هذه الوظائف في عمليات الاتصال التي ربما يشارك فيها فريق كامل مع المصمم الإعلاني وخاصة في الإعلانات المتحركة المتلفزة ومن هذه الوظائف:

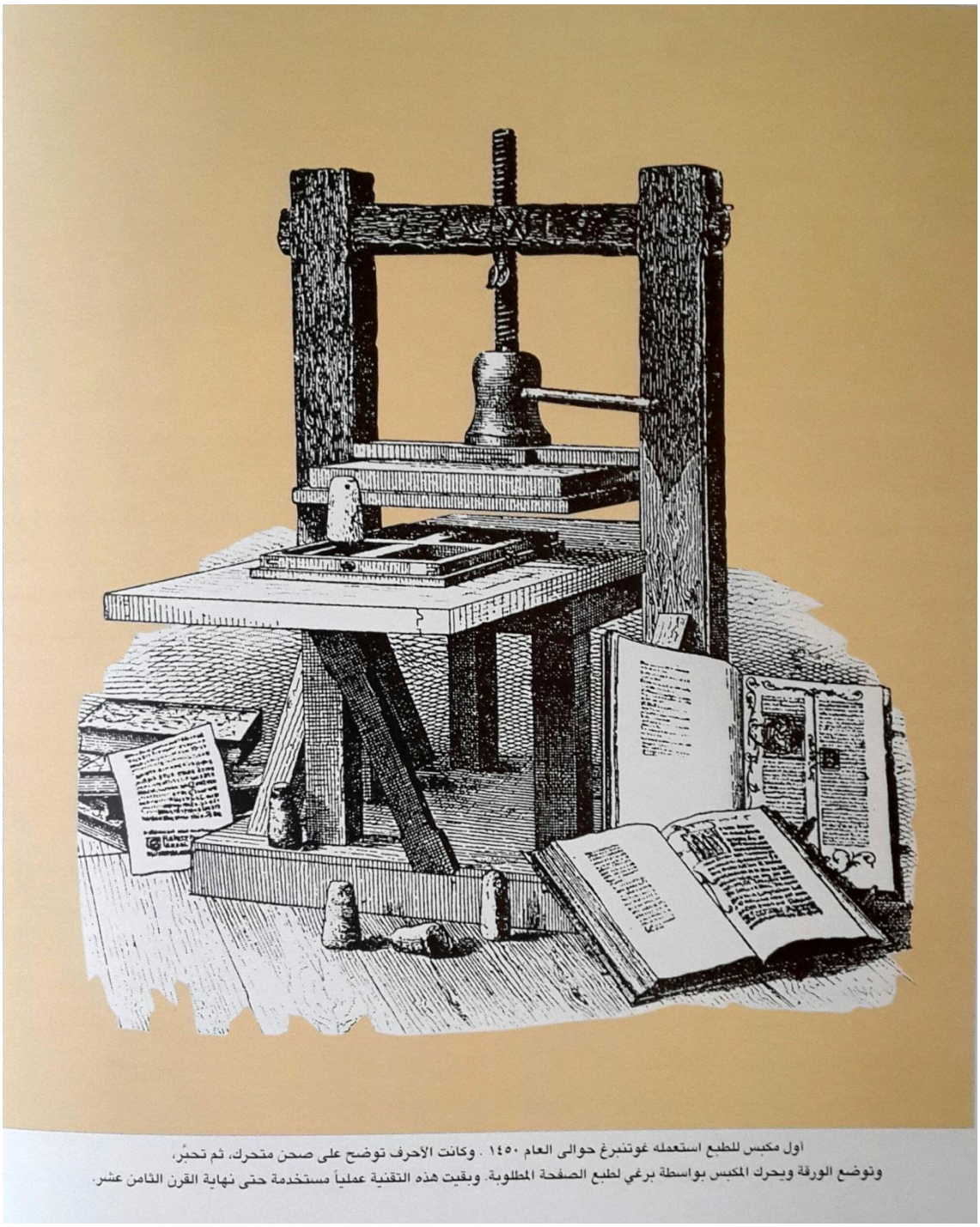
١– الوظيفة البراغماتية "قدرة المصمم على نقل المعلومات وتأثيرها المحدد في المستقبل".
٢– الوظيفة التعبيرية "القوة التعبيرية في إثارة الغرائز الشرائية وحب التملك".
٣– الوظيفة المعلوماتية "نوع المعلومات، كيفية نقلها، شكلها".
٤– الوظيفة الفنية الجمالية "إبداع أفكار وأشكال وحركات غير مسبوقة"[١]."

من الرسالة الشفهية مثل: الاتصال الصوري، بإظهار فريق من فتيات جميلات يتسابقن برالي درجات هوائية فتفوز عليهن من تعتلي دراسة ذات ماركة معينة...

ويختلف "الخبر الاتصالي" للإعلان الذي يود المصمم إيصاله إلى الجمهور عن طريق (خطة إعلانية) مادية مثالية باستخدام إشارات بصرية ذات توافق معين للوصول إلى (رموز واضحة) يهدف إليها المصمم، والذي يتقيد بقواعد التبعية لمجتمع ما مثال: دول محافظة: دول الخليج، السعودية، اليمن... وغيرها من دول في الوسط الإعلامي الشرق أوسطي عن أي خبر اتصالي إعلاني يود المصمم إشهاره في لبنان سورية، مصر... على سبيل المثال وكذلك عن الحيز الاتصالي في الدول الأوروبية، وخاصة فيما يتعلق باستخدام المرأة كإنموذج أو رمز إشاري تلك الإعلانات.

(١)د. عطا الله الرمحين، د.أميمة معراوي ، (فن الإعلان)، منشورات جامعة دمشق، ٢٠١٠ – ٢٠١١، ص١٦٣–١٦٤. (بتصرف)

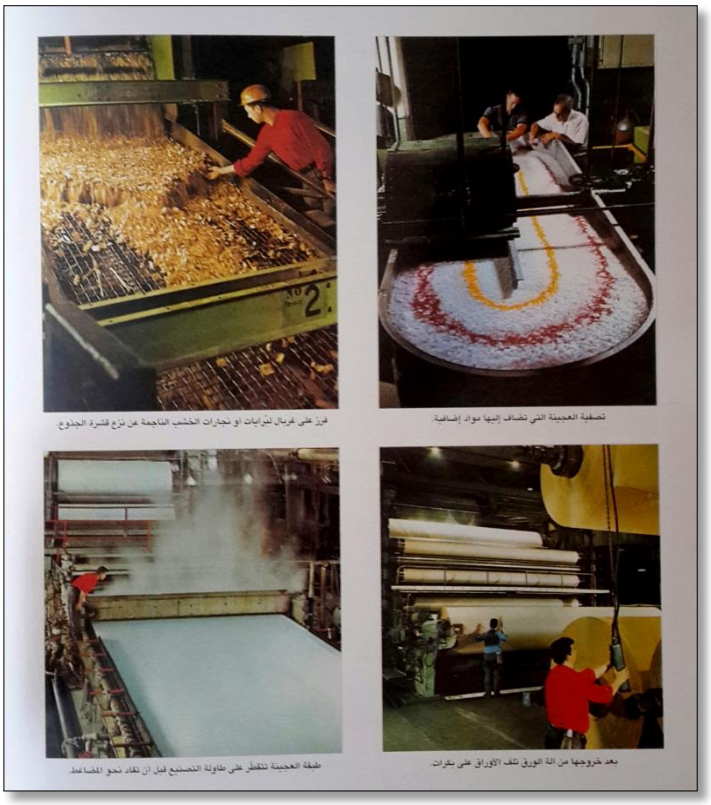
الشكل رقم [٣]

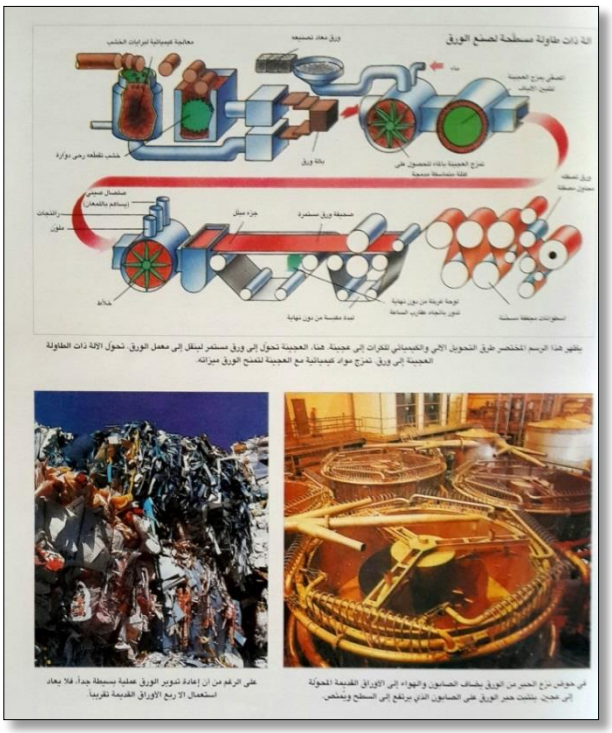


اول مكبس للطبع استعمله غوتنبرغ حوالى العام ١٤٥٠ . وكانت الأحرف توضع على صحن متحرك، ثم تحبَّر، وتوضع الورقة ويحرك المكبس بواسطة برغي لطبع الصفحة المطلوبة. وبقيت هذه التقنية عملياً مستخدمة حتى نهاية القرن الثامن عشر.

مطبعة جوتنبرغ في ألمانيا عام ١٤٥٠ ومثيل هذه المطبعة ، مطبعة قسم الحفر، كلية الفنون الجميلة جامعة دمشق

الشكل [٤]





<u>نشوء وتطور صناعة الورق*</u> <u>في أوروبا</u>. بعد انتقالها عن طريق العرب من الصين إلى أوروربا.

*تم ابتكار أول ألة تصنيع ورق على يد روبير ١٩٧٧م حصل على جائزة ٨٠٠٠فرنك. المصدرموسوعة المعارف الكبرى ى-مجلد ٦-ص ٣٠

الشكل [٥]



صورة توضح مشهد عام لوادي السيليكون* في نيويورك أول معمل لتصنيع أول رقيقة سيليكونهية ظهرت في العالم مما أدى إلى تطوير جهاز الحاسوب الكومبيوتر computer الذي ساهم في تطوير وسائل الإعلان والتصميم الغرافيكي العالمي المعاصر

*بدأت القصة على يد طالبين اثنين متخرجين حديثاً هما: ويليام هيولت،وديفيد بيكارد عام١٩٣٩م

الشكل رقم [٦]





صور توضح استخدام القلم لالكتروني ت(قم الأنترنت) في التصميم الغرافيكي المعاصر.

المبحث الثاني

الفنانون الطليعيون: نماذج لأساليب محدثة لفنانين مهدوا لانتقال صورة المرأة من الفن التشكيلي إلى فن الإعلان

الفنانون الطليعيون: نماذج لأساليب جديدة لفنانين مهدوا لانتقال صورة المرأة من الفن التشكيلي إلى فن الإعلان

تمهيد

إن ظهور الأفكار الفلسفية الجديدة في أوروبا بنهايات القرن التاسع عشر مطلع القرن العشرين أثر تأثيراً مباشراً على المواضع الفنية، تماماً كالتطورات التي طرأت على ظهور الفوارق الطبقية في المجتمع الرأسمالي الأوروبي، وكان لتشكل فن الإعلان الذي تبلورت معالمه جلية في أعمال الفنان الفرنسي تولوز لوترك بما تعرض في ملصقاته الجدارية لموضوع المرأة المفتاح الأول لميلاد فن جديد مهد له العديد من الفنانين الذين تناولوا موضوع المرأة بأساليبهم المبسطة ولم يعد الفن يلبي كما هو الحال في التشكيل الفني مظاهر الفكر المطلق وأصبح فن الإعلان يضع هذا النمط الفني ورموزه في خدمة هدف ما وبوسائل محددة في استخدام الإنموذج مثل (إنموذج المرأة) كأهم الوسائل في القصدية الإعلانية.

لأن الفن التشكيلي قبل ظهور فن الملصق الإعلاني كان قد تحول هو بدوره استجابة لنداءات فلاسفة عصره إلى الانعتاق من الإرادة الحسية والتأملات الفارغة إلى تحرير "المعرفة" من خضوعها للإرادات العشوائية التي يتحكم بمصائرها الفنانون التشكيليون إذ أعاد المصممون الغرافيكيون (الإدراك المعرفي) لتوظيفه في خدمة الإنسان والمجتمع.

لقد اعتمد الفنانون الإعلانيون تقديم الصورة في منتجهم الفني أيضاً إلى تخيُّر الصورة المثالية لخدمة أهدافهم نحو المتلقي بتصوير المرأة في الصورة القصدية والمثالية أحياناً بعيداً عن الرؤية العادية لهدف جمالي يحرزه المصمم الإعلاني للاستحواذ على المشاعر المثالية للمتلقي. [أنظر الشكل٧]

مما أخضع تلك الصورة أحياناً إلى رؤى ميتافيزيقية قد نراها في الإعلانات الثابتة والمتحركة التي تقدم لنا مشاهد ربما تكون ضرباً من الخيال المركب سعياً وراء الجمال المثالي للمرأة مما يؤدي إلى إخضاع المثالية المطلقة إلى صورة مادية.

باستخدام الوسائل التقانية المعاصرة ولم يعد الفنان المصمم الإعلاني يقدم للمشاهدين صوراً سطحية الشكل والمعنى فهو يدير مرآته العاكسة في تصاميمه ليحاكي الجماليات المحسوسة في إنموذجه المنتقى لصورة الإثني ليسيطر على مشاعر المتلقي بمزيد من الحرية والاستجابة.

وقد يستخدم بعض المصممين الغرافيكيين أساليب غير لائقة أو خسيسة في استخدام نماذجهم النسوية لإنتاج أوهام تؤثر في نفس المشاهد لغاية يريدها المعلن.

كما اتجه بعض الفنانين التجريديين إلى اعتبار الصورة المثالية هي ما ينتج عن تحليل عناصر التمثيل إلى "المعادل الهندسي" مثل كانديسكي وموندريان.

مما أثر أيضاً في ظهور أنماط جديدة من الإعلانات الحديثة التي ابتعدت عنها الصورة التمثيلية ومنها صورة المرأة.

إن هذا يظهر للباحث حقيقة الصراع القائم في فن الإعلان بين أنصار التمثيل والتجريد مما أثر في ظهور وغياب صورة الأنثى في بعض الإعلانات ومما أعطاها أشكالاً مختلفة الصور تشكيلياً [انظر الشكل٨] وأثرت الاتجاهات الفلسفية السائدة في أوروبا مثل الاتجاه الفلسفي بما يسمى (النقد الجمالي المتفلسف) على العديد من الفنانين مما غير في مفاهيم التمثيل الصوري للأشياء في حضورها في ذهن المصمم، وخاصة صورة المرأة.

"– فالنقد الجمالي المتفلسف مثالياً يطلب من الفنان أن يحقق في الأشياء تأويلاً لا يخلو من جدل، أي ليس تمثيلاً لما هو كائن وإنما يفترض أن يكون وقفاً لتصور عقلي لتأتي الصورة لا سند واقعي لها إلا نفسها – لذا يلجأ الفنان إلى التجريد الهندسي أو التعبير المجرد الذي هو في الإدراك الحسي قد يلقى قبولاً أو رفضاً كفن لا يتعلق بالعياني المشخص، بل هو فن روحاني يميل إلى المجرد بصيغته الميتافيزيقية (الماوراواقعية) (Méthaphisique) ... وكان لهذه الافتراضات صدى واسعاً في الفن التجريدي... أو ما تنادي به نظرية شوبنهور (١٧٨٨ – ١٨٦٠م) بتجريد الأشكال من أوضاعها الطبيعية بفصل القالب الطبيعي عنها لتأخذ الفكرة مكانها الصحيح محل الشكل الواقعي وإن بدا عليها بعض الغموض بقوله (إن قضية الرسم والنحت التاريخية هي في التعبير عن الفكرة مباشرة وللإدراك الحسي حيث تصل الإرادة فيها إلى أعلى درجات تجسدها... والجمال البشري هو تعبير مجسد... ويتضح من ذلك أن شوبنهور لا يختلف عن هيغل في التأكيد على الفكرة المعبر عنها بشكل محسوس[١]."

إلا أن ظاهرة (النقد المتفلسف) لم تؤثر في اتجاهات التصاميم الغرافيكية وبقيت الصورة التمثيلية ومنها صورة المرأة إحدى أهم العناصر في فن الإعلانات الجدارية أو الصحفية، والمتلفزة، ولم تأخذه الصورة المجردة سوى حيوزاً ظهرت في البناء التشكيلي أو النظام التشكيلي لتلك التصاميم الإعلانية التي تعتمد الأشكال الهندسية والتابوغرافية أو ذات الرموز المجردة. [أنظر الشكل٩] صورة لإعلان معاصر عن المرأة فن الخطاطه (التايبوغرافيا).

(١) د. العلوان، فاروق محمود الدين، إشكالية المنهج الفلسفي في الخطاب النقدي التشكيلي المعاصر، دار علاء الدين، دمشق، ٢٠٠٩م، ص١٠٠

ومن الفنانين الذين مهدوا في لوحاتهم لظهور صيغ تشكيلية في إطار العناصر والأسس في مفاهيم التصميم مثل الخطوط، المساحات، الملامس وكذلك أسس التصميم في الوحدة والتوازن والحركة، والإحساس والأشكال وخلال مائة عام من الرسم الحديث مثل: دوغا، ومانيه، ومونيه، وغوغان، ورنوار، وجورج سوراه، وماتيس، وراؤول دوفي، وماركيه... لتظهر من بعدهم التكعيبية بصورتها الجلية لدى بيكاسو، وفرناند ليجييه ، وبونار، وروبرت دليوني وغيرهم. وكذلك بعض الفنانين التعبيريين الذين أثروا في ظهور حركات الإعلانات التعبيرية مثل حركة غرابيوس في فرنسا. مثل: مونك، وبقي فن الإعلانات متأثراً بأساليب هؤلاء الطليعيين إلى أن ظهرت الصورة الفوتوغرافية وكذلك فن الفيديو Video Art ومعالجة الصورة بالحاسوب في الإعلانات المعاصرة كما أثر العديد من الفنانين التجريديين مثل بول كلي وموندريان، وكازيمير ماليفيتش وكاندينسكي، وخوان ميرور على مفاهيم استخدام العناصر التشكيلية كالخطوط والمساحات والألوان وعلى العديد من أنماط الفن الغرافيكي الحديث والمعاصر.

كما أن أعمالهم لا تخلو من تمثيل لصورة الأنثى في تعبيراتهم التجريدية وهذا لا يعني أن هؤلاء الفنانين بإنجازاتهم على مستوى التشكيل الفني في عناصر وأسس التكوين في لوحاتهم كانوا يعملون كغيرهم من مجموعة الفنانين المصممين لا بل قام العديد منهم بتصميم إعلانات بأساليبهم (الخاصة) مثل تولوز لوترك.. وكاندينسكي، وغيرهم من الفنانين التشكيليين الذين هم بدورهم أيضاً مصممون غرافيكيون أدخلوا صورة المرأة إلى نظمهم الجمالية والتشكيلية من أطر تقانات إعلاناتهم الجدارية أو أنهم أسسوا لهذا النمط من الفن الذي أصبح فناً قائماً له مقوماته وفلسفته الخاصة به، وكان الفنانون التشكيليون والمصممون الغرافيكيون يمارسون إبداعاتهم مأثرين ومتأثرين ببعضهم البعض، مثل (جماعة الجسر) الذين اعتمدوا على التلقائية في الإبداع الفني Happening art

"– وواقع الأمر إن النزوع إلى الفن التجريدي لم يضعف رصيد رسامي الأجيال السابقة، أو يزيزع مكانة أساتذة الوحشية أو التكعيبية أو التعبيرية، وكان بونار آخر الانطباعيين قد توفي عام ١٩٤٧ ودوني عام ١٩٥٣ وأندريه ديران عام ١٩٥٤ وفلامنك عام ١٩٥٨ كما أن الانطباعيين الآخرين (إيشور) ونولدي توُفيِّا بين عامي ١٩٤٩–١٩٥٦ وبعد عامين من ذلك توفي جورج رووه وفقدت إيطاليا أعظم فنانيها المستقبليين بالعام ١٩٥٨ وموراندي مبتكر الرسم الميتافيزيقي مع دي كيريكو عام ١٩٦٤ وقبل وفاته في عام أكد فيرناند لجيه على واقعيته وفي صوريته (البنائيين) و(حفلات الريف) حتى إلى مادة الموضوع والحكاية. [أنظر الشكل١٠] لوحة للفنان فرناند ليحيه.

إن تقانة "مقطعات الورق" الملونة (الآبرو) التي ابتكرها ماتيس عندما حال المرض بينه واستعمال الفرشاة وسلسلة رسوم (الاستوديوهات) و(الطيور) لبراغ عام ١٩٥٥م. كما قدم فيرناند ليجيه في الاتجاه النقائي صورة أخرى عن المرأة في فن الإعلان الحديث والمعاصر [أنظر الشكل١١]

ولم تستنفذ صور جاك فبيون التحليلية المنظمة ومشاهده الطبيعية مفردات الفن التشبيهي، فبيكاسو نفسه استخدم كل المفردات على مسؤوليته

ويؤكد الباحثان جي أي مولر، وفرانك إيلغر في كتابهما (مائة عام من الرسم الحديث) حقيقة تحول الصور التمثيلية بتطوراتها وفق الاتجاهات الفنية من حيث المصطلحات والصيغ التشكيلية التي استخدمت في كل من فَنَيٌّ "التشكيل الفني" "والتصميم الغرافيكي". وتحت عنوان "استمرارية الفن الشخوصي) وهما يقولان:

"– انحصر اهتمام الأجيال المتأخرة من الفنانين بمصطلحات "الفن التجريدي) وأصل معظم الفنانين القدامى، الذين جددوا اللغة (الصورية) والرؤية في النصف الأول من هذا القرن [يقصد القرن العشرين] الرسم بالأسلوب الشخوصي ولم يتسنَ لبراك أو ڤييون، أو ليجيه أو بيكاسو التمهيد للعودة إلى (الفن الشخوصي) التي ظهرت بوادره عام ١٩٦٠ والفن الشخوصي بدءاً كان في أصوله ووسائله معارضاً بشدة الفن التجريدي... كل هذا مهد للتحول المذهل الذي قاد العصر الذهبي للرسم (اللاشخوصي) إلى نهايته وأصبح الرسم اللاشخوصي هو (الرسم الشخوصي الجديد) [١]." وهذا ما يؤكد أيضاً ولادة فن جديد هو الرسم والتصوير الغرافيكي[أو ما يسمى الفن القريب من الواقعpres Figuratiphe].

إن هذا التحول المشهود. من الصورة التمثيلية أو الشخوصية إلى المجردة أو الصورة الشخوصية الجديدة لم يبعد صورة المرأة في أعمال هؤلاء الفنانين والمصممين الإعلانيين.

وإنما أخذت تلك الصورة أشكالها المتفردة وفق إبداعات هؤلاء الفنانين المصممين.

وهذا لا يعني غياب التمثيل الصوري في تلك الاتجاهات وإنما أخذت صورة المرأة أشكالاً جديدة وفق مقومات توظيفها كرسالة إعلانية نحو المتلقي، وخاصة في اتجاه (التجريد التعبيري) وكذلك في التصاميم الإعلانية في اتجاهاتها الفنية المختلفة. [أنظر الشكل١٢] الجدارية التي تجلت بوضوح بتمثيل المرأة العديد من الملصقات للمصممين الغرافيكيين المعاصرين أمثال: ويل برادلي في بدايات القرن العشرين.

---

(١) جي أي مولر، فرانك إيلغر (مائة عام من الرسم الحديث، ترجمة فخري خليل، دار المأمون، بغداد، ١٩٨٦، ص ١٥٨–١٥٩–١٦٤.

المرأة في بعض أعمال الغرافيكيين الأوروبيين المعاصرين:

ويظهر تأثر صورة المرأة بالنظريات الحديثة في تبدل عمليات الإدراك والتفكير البصري التقاربي إلى التفكير البصري التباعدي في النظر إلى شكل المرأة كما نراه في إعلانات النصف الثاني من القرن العشرين .

مثل: ملصق (Love) للمصمم بيتر ماكس ١٩٧٠ Peter Max لتبدو الصورة المركبة بين عنصري الزهرة وبروفيل المرأة بما يسمى بالعلاقة القسرية بين الأنثى والزهرة ليقدم المصمم شكلاً جديداً يشد المشاهد بأسلوب رمزي تعبيري. [انظر الشكل١٣].

وكذلك في البروشور للمصممة (أيريل غريمان) عام ١٩٧٩ ذو التشكيل الأفقي الذي تظهر فيه (صورة) (بورتريه) لإمرأة والنساء في عمق الإعلان اعتماداً على الصورة الفوتوغرافية المعالجة بصورة تركيبية ذات مناظير متعددة. متأثرة بمفاهيم النظريات الفنية الحديثة [انظر الشكل١٤].

"وقد أسست أبريل غريمان April Gereiman استوديو في لوس انجلوس بعد أن درست مع وينغارت وهوفمان في بيسل Basel في سويسرا في أوائل السبعينيات (أخذت أبريل غريمان الأفكار التي تطورت في بيسل في اتجاه جديد فصرحت استخدامها للون والتصوير حيث كل شيء ممكن في أمريكا بينما استقت غريمان من تصميم (بيسل) مستخدمة أشكالاً مثل قاعدة الدرج في أسفل لوغو لوكس التي استوحتها من نموذج الآثار درج في موقع أثري زاره (وينغارت) خلال رحلاته.

وأنشأت موقعاً جديداً تجاه الفراغ، وكان التصميم الغرافيكي عادة ذا بعدين أكثر من جميع المجالات الأخرى إلا أن غريمان حققت إحساساً بالعمق في صفحاتها الطباعية[١]."

إن غريمان تطبّق مفاهيم نظرية الجشتالت وهو الإحساس بالعمق في العمل الفني والمناظر المختلفة في المشهد الواحد ورؤية الأشكال من زوايا غير مسبوقة

كما يُلاحظ تأثير المفاهيم الحديثة في أشكال الإعلانات التي تتناول شكل صورة المرأة أمثال المصممة الأوروبية (باولاشير) Paulasher عام ١٩٩٤ في مصممها الذي يعبر عن (العنف ضد المرأة) وكذلك أثر الاتجاهات الفنية مثل المستقبلية على مفاهيم مثل هذه التصاميم والتعبير الذي يقابلها في مفاهيم المصطلحات الحديثة ما يسمى (الذكاء العاطفي) للمصممة باولاشير، إذ تظهر إشارة لإمراة' مكمومة الفم وهي تكاد تصرخ مستعينة بالتعبير الفني في التصوير الفوتوغرافي بأسلوب غاية بالتعبير، فهي صرخة احتجاج على العنف ضد المرأة.

---

(١)د. يازجي أحمد ٢٠١٢،٢٠١١ ، تاريخ التصميم الغرافيكي ، منشورات جامعة دمشق، ص٢٣٧،٢٣٢،٢٣١ (فيما يخص موضوع المرأة) (بتصرف).

وقد تأثرت بعض المنظمات الناشطة في المجتمع المدني بالدفاع عن حقوق المرأة في شرق المتوسط مثل المركز الوطني لحقوق المرأة الملصق الفلسطيني بعنوان اقفوا العنف ضد المرأة [انظر الشكل ١٦] والحملات الاعلانية بمناسبة يوم المرأة العالمي في ٣أذارمن كل عام انظر الشكل١٧.

"أما باولاشير Paulasher القوة الرئيسة والرائدة في الفن الغرافيكي التي أعادت تأسيس نفسها بسهولة واضحة فقد استمرت في الاستقاء من النماذج التاريخية، محولة إياها إلى أشكال تعبيرية فريدة خاصة بها وأن ملصقها الإعلاني (ديفا مطرودة) نموذج عن هذه القدرة" انظر الشكل١٥.

وأما المصمم الغرافيكي جوزيف مولر بروكمان فقد أستخدم انموذج المرأة في بعض مصمماته الغرافيكية والذي يعتمد على التصميم الموضوعي ذي الوظيفة الواضحة ويركز على أهمية أستخدام الحروف خالية الشطبة وخاصةً في ملصقه المسرحي الذي صممه عام ١٩٥٩ (انظر الشكل١٦)

لقد استخدم الفنانون الغرافيكيون طرقاً جديدة للتعبير عن أنوثة المرأة باستخدام أجزاء من جسدها أو تفاصيل جمالية فيها مثل: الشعر، العيون، الفم الأطراف، الجذع، أو الوجه أو الجسد كاملاً.

إن هذه الأفكار تتمثل في الملصق الجداري للمصمم ماكس كيسمان Max Kisman الذي صممه بمناسبة ذكرى الفنان تولوز لوترك عام ٢٠٠١ (أنظر الشكل١٧)

"ومن الفنانين المعاصرين من المصممين الغرافيكيين ماكوتو سيتو Makoto Saito ١٩٥٢ الذي يعمل مديراً تصميمياً ومصمماً معمارياً ومصمماً غرافيكياً ينظم محتوياته الرمزية الملغزَّة التي لا تتبع أي نماذج سابقة متسلحاً بخياله الخصب، وتلعب عنده موهبة الاكتشاف بالصدفة دوراً بارزاً إذ يكتشف حلولاً تصميمية خلال العملية الإبداعية ويحتوي ملصقه الإعلاني الذي صممه عام ١٩٨٨ الذي يمثل وجه فتاة مركب مع خلفية لصورة أخرى مثيرة مركبة بطريقة معقدة مما يثير انتباه المشاهد. والذي صممه لشركة (ألفا كيوبك) المحدودة وهو وجه أعيد تشكيله بطريقة مثيرة، وهو ذكر إحدى المرات (يمكن لعشرة أشخاص ينظرون إلى إحدى ملصقاتي أن يتخيلوا عشرة أشياء مختلفة". ويرفض سيتو في بعض الأحيان استخدام الحاسوب (الكومبيوتر) قائلاً: (مهما كانت قدرة الكومبيوتر على العمل بسرعة فإن مخيلتي تبقى أسرع".

وهنا يطبق ماكوتو سيتو أيضاً (التحليل المورفولوجي) لأشكال الوجه لخلق نوع الوهم البصري المحيِّر للمشاهد بأسلوب يُعبِّر عن مهارته في تركيب الصور الفوتوغرافية على بعضها البعض مما يؤكد أثر النظريات في فلسفة الفن على أفكار الفنانين المصممين(انظر الشكل١٨)

ومن المصممين المعاصرين الذين استخدموا بروفيل المرأة بأسلوب رمزي تعبيري في الملصق الذي صممه عام ٢٠٠٤م للمصمم الغرافيكي السويسري (نيكلاوس تروكسلر) Niklaus Troxler الذي تعرف على عالم التصميم الغرافيكي بينما كان يتدرب على الطباعة وتابع ذلك بتلقيه تدريباً رسمياً في جامعة لورنس للفنون منذ عام ١٩٦٧ وحتى عام ١٩٧١ وعمل مديراً فنياً لشركة هولبنستكن كرييش في باريس[١]."

(١) د. يازجي أحمد ، نفس المرجع، ص١٨٧،١٦٥،٢٣٦(فيما يخص موضوع المرأة) (بتصرف).

"وقد صُمم هذا الملصق لحفلات الجاز الموسيقية ومهرجاناتها كونه شديد الإعجاب بالجاز وكان تروكسلر من دون استثناء عنصراً من العناصر البارزة في تصميم الملصقات في الثمانينيات من القرن الماضي...[انظر الشكل١٩]

والمصمم (كارل دومينيك غيزبوهلر) Karl Dominic Geissbu hler عام ١٩٣٢ بدأ تدريبه في التصميم الغرافيكي مع آرنست كلير وجوهانس أيتن في كنستنور بيكول في زيورخ أنهى دراسته للفنون الغرافيكية في كستوكول في برلين، وبعد أن عمل مديراً فنياً لوكالة دعاية ألمانية أصبح مصمماً غرافيكياً مستقلاً.

وقد صمم (كارل دومينيك غيزبوهلر) أكثر من ٢٠٠ مائتي ملصق وقد أظهر الملصق الذي صممه بعنوان (المرأة الصامتة).

يظهر في هذا الإعلان استخدام عنصري الفم والأنف كعنصرين جماليين في وجه المرأة، وغيب العناصر الأخرى في الوجه ليوجه الأنظار نحو الفم موضوع الملصق واكتفى استخدام التايبوغرافيا للتعبير عن (معادل اللفظ) وهو (الحروف) الكاليغرافية للحفاظ على جمالية المرأة الصامتة.(انظر الشكل٢٠)

المصمم الغرافيكي (هولغرماتيس Holger Matthies) من برلين المولود في هامبورغ عام ١٩٤٠ فهو يقدم حالات عادية بطريقة اعتيادية لتصبح البندورة (الطماطم) بمثابة نظارات لامرأة في ملصقه بعنوان (Sommer) [انظر الشكل٢١]

المصمم ميشيل مانو أرينغ Michael Manwaring وهو من مشكِّلي ما بعد الحداثة من المصممين الغرافيكيين وقاموا بتشكيل ما بعد الحداثة في منطقة الخليج.

ويظهر الملصق الذي أنجزه عام ١٩٨٤ لإمرأة بأسلوب الإعلان البورتريه في الزاوية العليا واليمنى من الإعلان بوساطة بأسلوب القص (بشق عفوي للورق) وإعادة تنظيم الصورة لإمرأة تلبس خوذة طيار أو مظلي، بأسلوب يركز على الناحية التعبيرية لإظهار صورة المرأة بأسلوب متفرد[١]." [انظر الشكل٢٢]

المصمم الغرافيكي بول دافيد Paul David: الذي يقدم معالجة حاسوبية للصورة (البورتريه) لإمرأة تعتمد على إبراز الجوانب التعبيرية لوجه فتاة معصوبة الرأس، وخلفها حروف كاليغرافيكية بطريقة عفوية لتركيز المشاهد على وجه الفتاة التي تضع قرطاً في أذنها اليسرى للتعبير عن جمالية عنق الفتاة كا يقال في الأدب العربي للفتاة ذات الرقبة الجميلة (بعيدة مهوى القرط).

فهو يستخدم إنموذجاً لإمرأة من العامة وليست إنموذجاً محترفاً يتمتع بالمعايير الجمالية لفن الإعلان التجاري بهدف التعبير عن رسالته البصرية(انظر الشكل٢٣)

(١) د. يازجي أحمد، تاريخ التصميم الغرافيكي ، ص١٥٧....٢٦٧ (فيما يخص موضوع المرأة) (بتصرف).

الشكل [٧]



غلاف مجلة تسويقي [بازار-عام ٢٠١٣م] تظهر الصورة المثالية للمرأة المعاصرة لاستهداف شريحة معينة من الجمهور المتلقي.
استخدم المصمم الصورة الفوتوغرافية بورتاي بإسلوب إضاءة كيارو سكورو. مجلة بازارعام٢٠١٣م

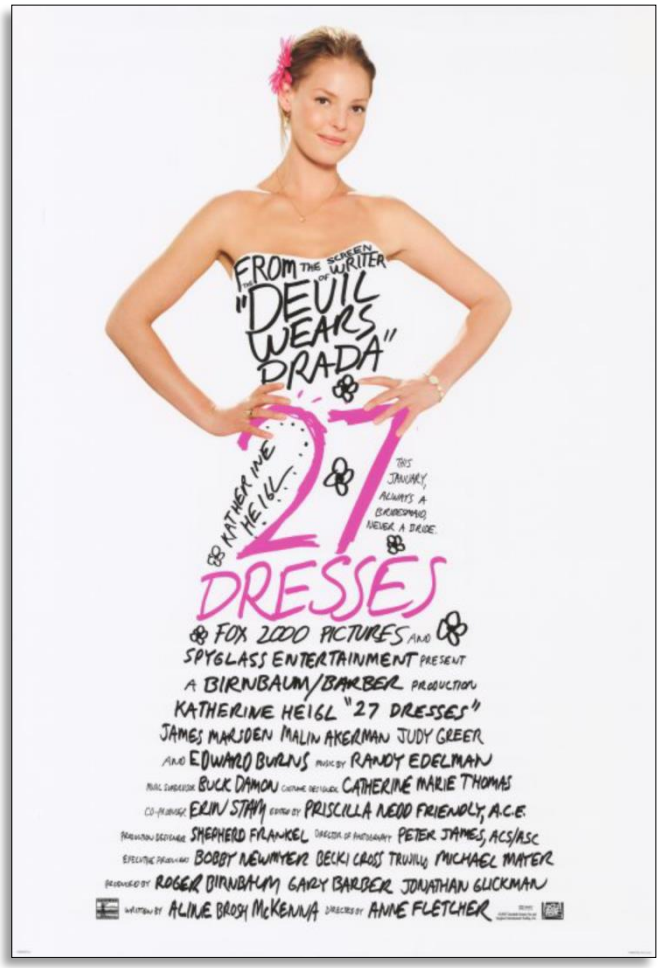
الشكل رقم [٨]

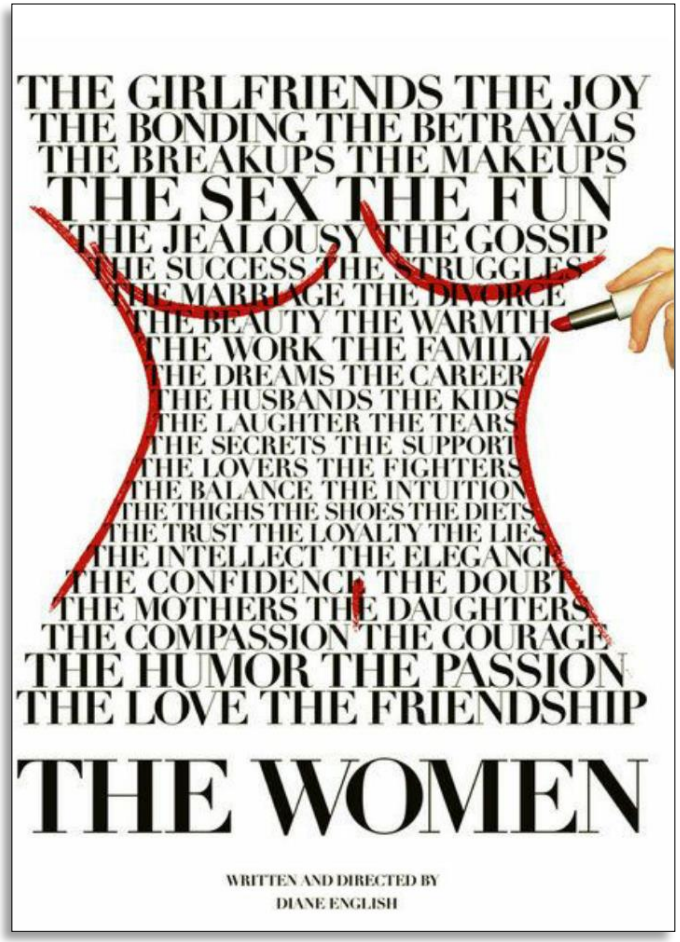


صورة فوتوغرافية لإعلان عن شركة F.H.M لألبسة داخلية للمرأة (SOUTIEN) (رافع النهدين)(القرن العشرون)

يظهر فيه غياب صورة المرأة والاستعاضة عنه بمقدمة سيارة V.W. للتعبير الرمزي عن جودة المنتج باستخدام معادل هندسي فوتوغرافي

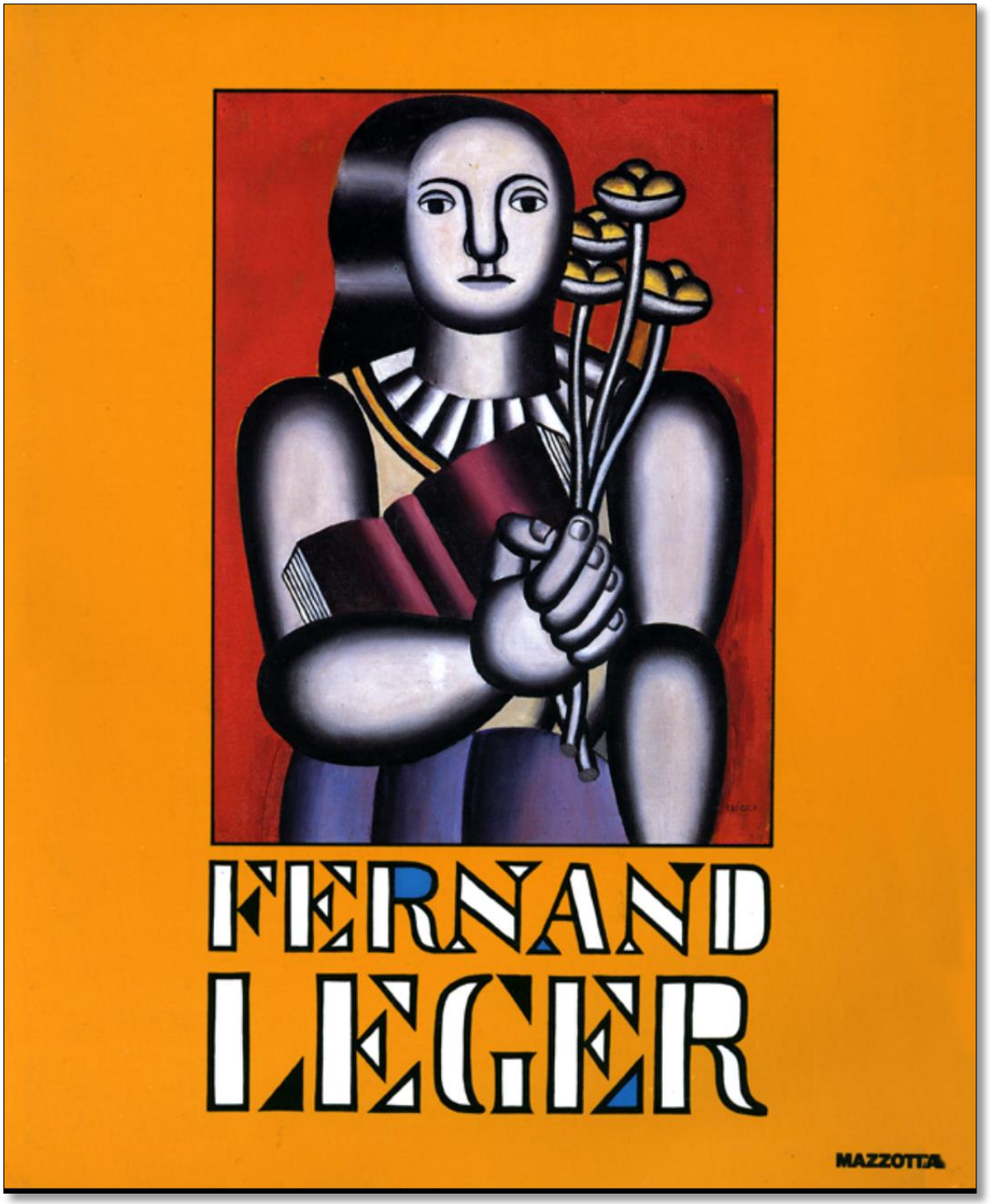
الشكل رقم [٩]





يظهر فيه استخدام التابوغرافيا في التصميم الغرافيكي لتمثيل صورة المرأة. كأحد أساليب فن الإعلان المعاصر(القرن العشرون).

الشكل [١٠]



غلاف كتاب عن الفنان فيرناند لجيه(١٨٨١-١٩٥٥م). الاتجاه التكعيبي في فن الإعلان (النقائية) Purisme

الشكل [١١]



صورة امرأة بإسلوب (الآبرو) للفنان ماتيس(١٨٦٩-١٩٥٤م) الذي قدم شكلاً جديداً لتمثيل صورة المرأة

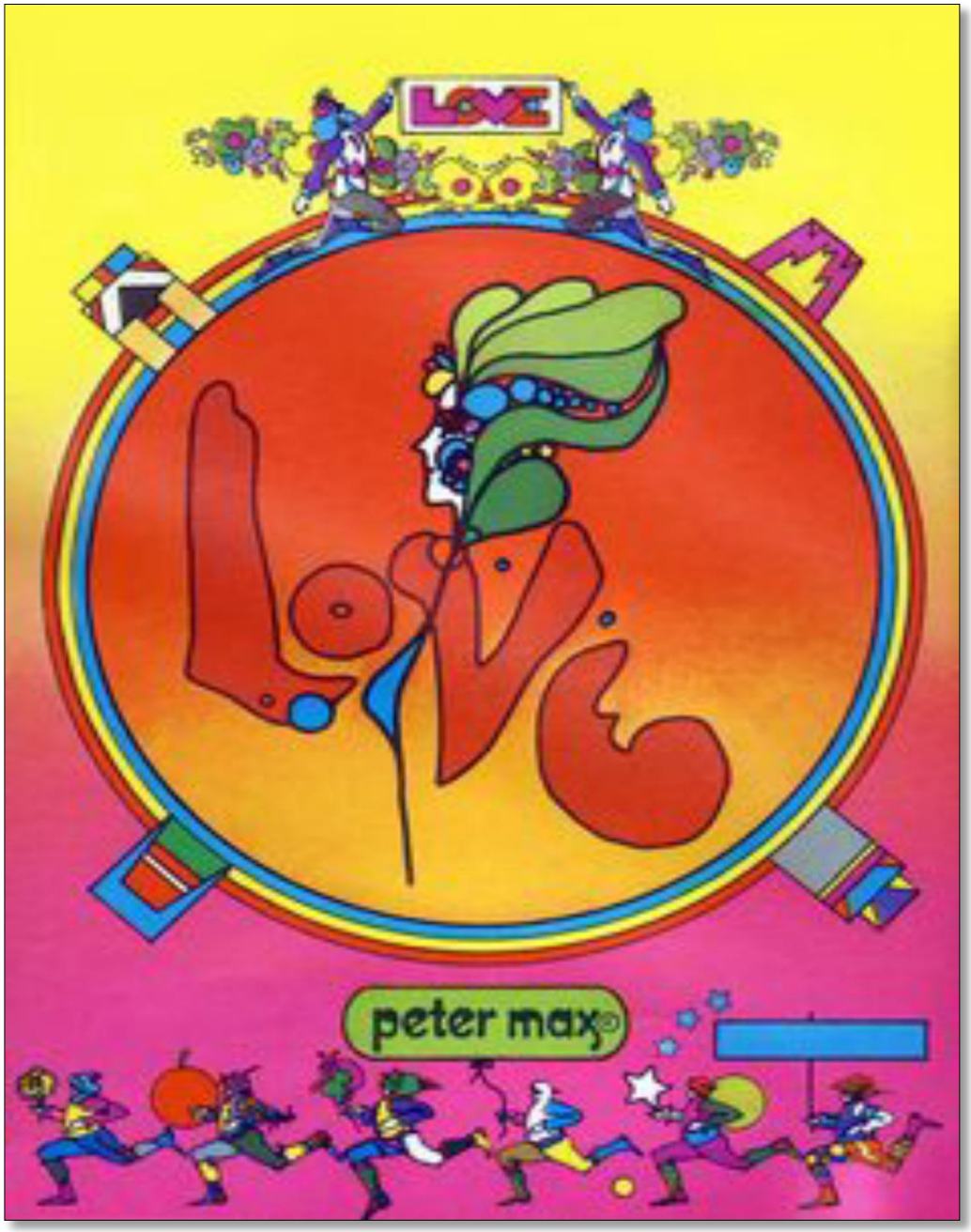
في فن الإعلان الحديث والمعاصر

الشكل رقم [١٢]



غلاف كتاب١٨٩٥ للمصمم ويل برادلي William Bradley(١٨٦٨-١٩٦٢) يوضح الاتجاه التجريدي التعبيري للخطوط والمساحات بصورة المرأة المكررة بإسلوب تعبيري نهاية القرن التاسع عشر بداية القرن العشرين.

الشكل رقم [١٣]



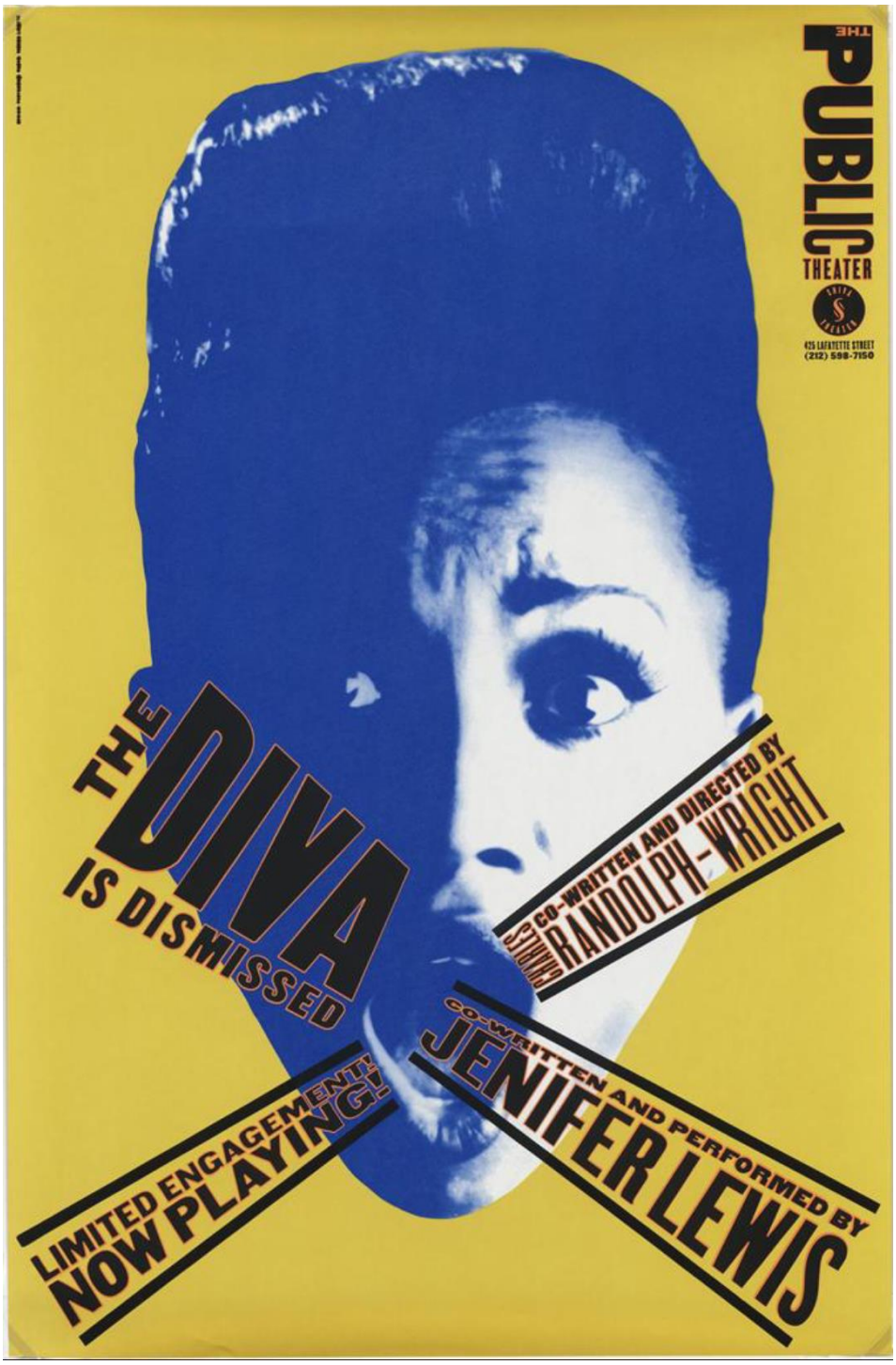
ملصق جداري للمصمم بيتر ماكس يوضح ربط العلاقة القسرية بين عنصري وجه المرأة (بروفيل) وتحليل الزهرة (١٩٧٠م

الشكل [١٤]



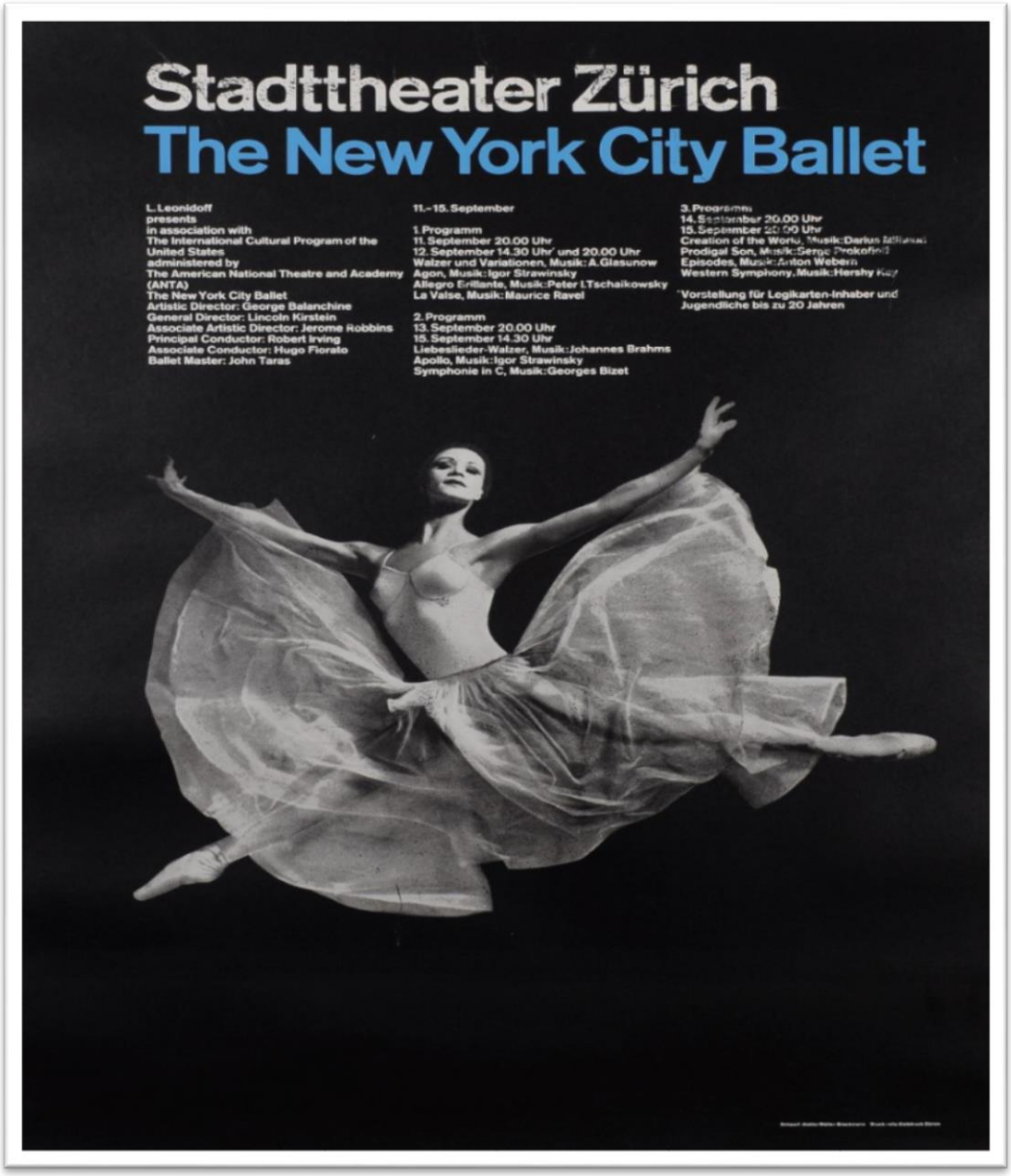
تصميم أفقي للمصممة الغرافيكية آبريل غريمان April Gereiman تظهر فيه صورة المرأة البورتريه بإسلوب كيارو سكورو صورة تركيبية ذات مناظير متعددة (١٩٧٩م)..

(الشكل١٥)



إعلان مسرحي للمصممة الغرافيكية باولا شير ١٩٩٤ ملصق جداري يعبر عن رفض الفنانة ديفا من الغناء

(الشكل ١٦)



ملصق مسرحي تصميم جوزيف مولر بروكمان يستخدم صورة المراة (راقصة الباليه)عام ١٩٥٩

(الشكل ١٧)



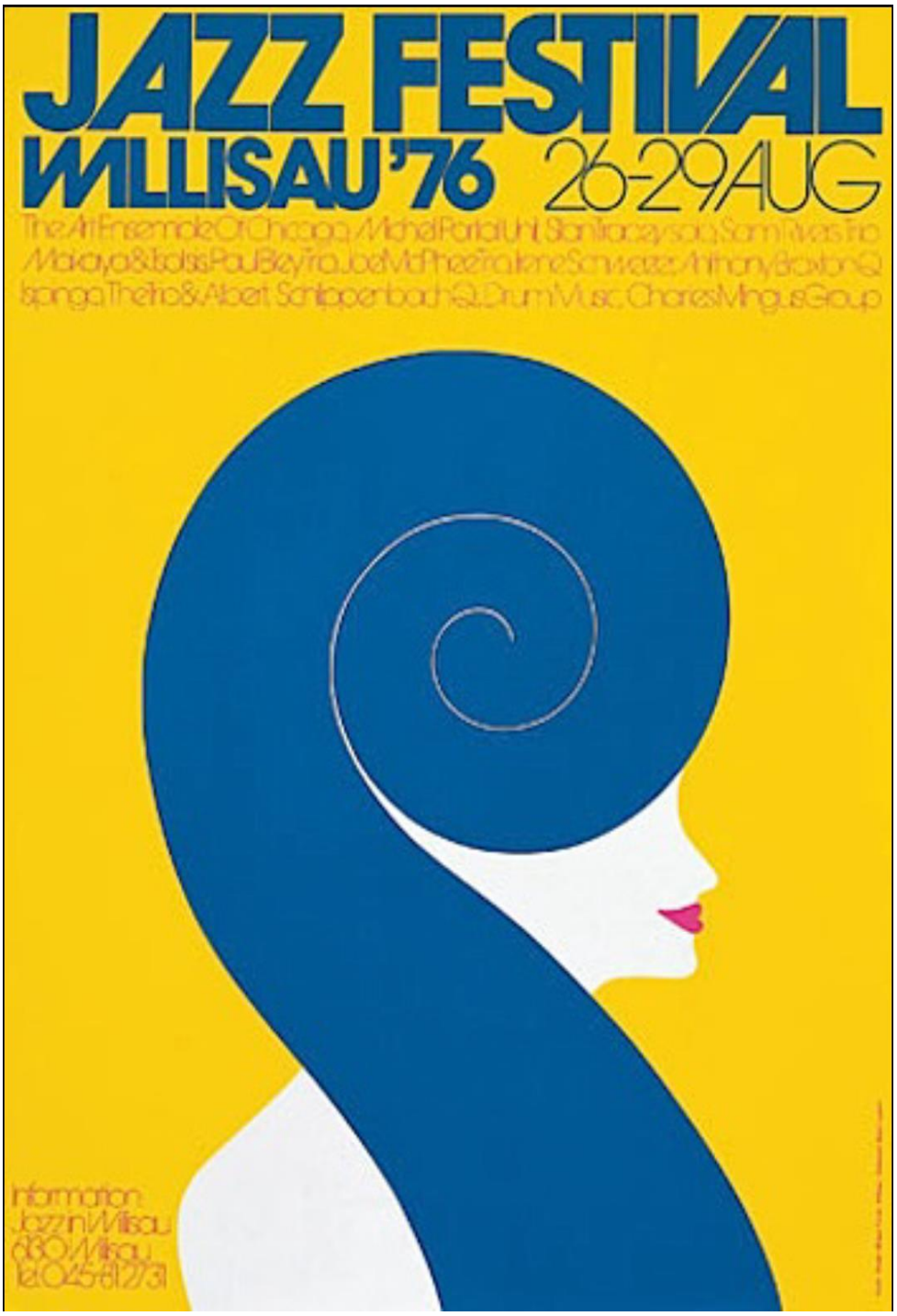
ملصق جداري (ملصق) للمصمم الغرافيكي ماكس كيسمان عام٢٠٠١ لإحياء ذكرى الفنان هنري دو تولوز لوترك

(الشكل ١٨)



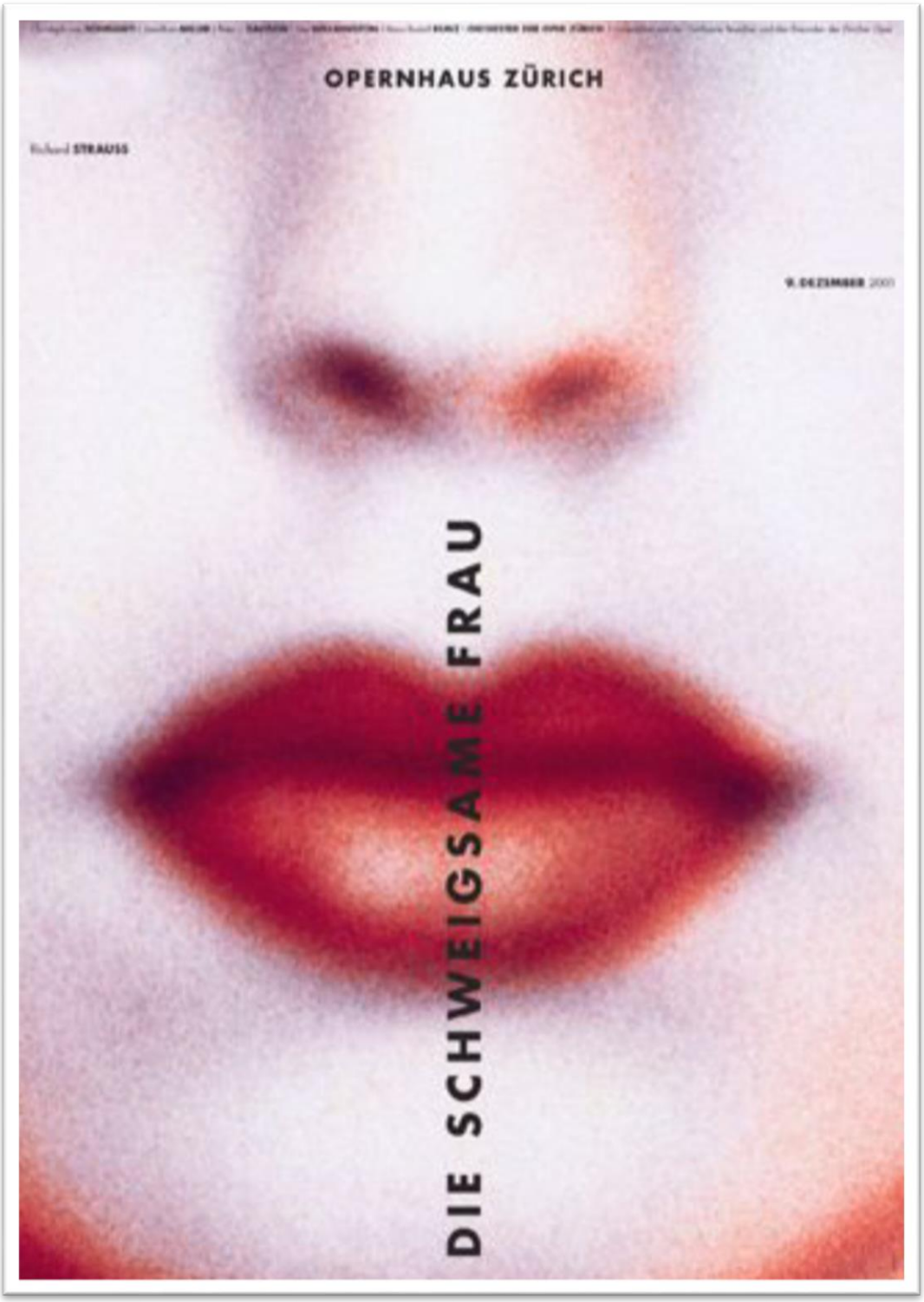
ماكوتو سيتو ١٩٥٢ تصميم ملصق ملصق يمثل وجه فتاة مصمم بطريقة معقدة مما يثير انتباه المشاهد

(الشكل ١٩)



ملصق ملصق نيكلاو تركسلر صممه عام ٢٠٠٤ مهرجان الجاز1

(الشكل ٢٠)



(الشكل ملصق جداري بعنوان (المرأة الصامتة)

karl dominic gissbu hler(كارل دومنيك غيزبوهيلر) عام ٢٠٠١

(الشكل ٢١)



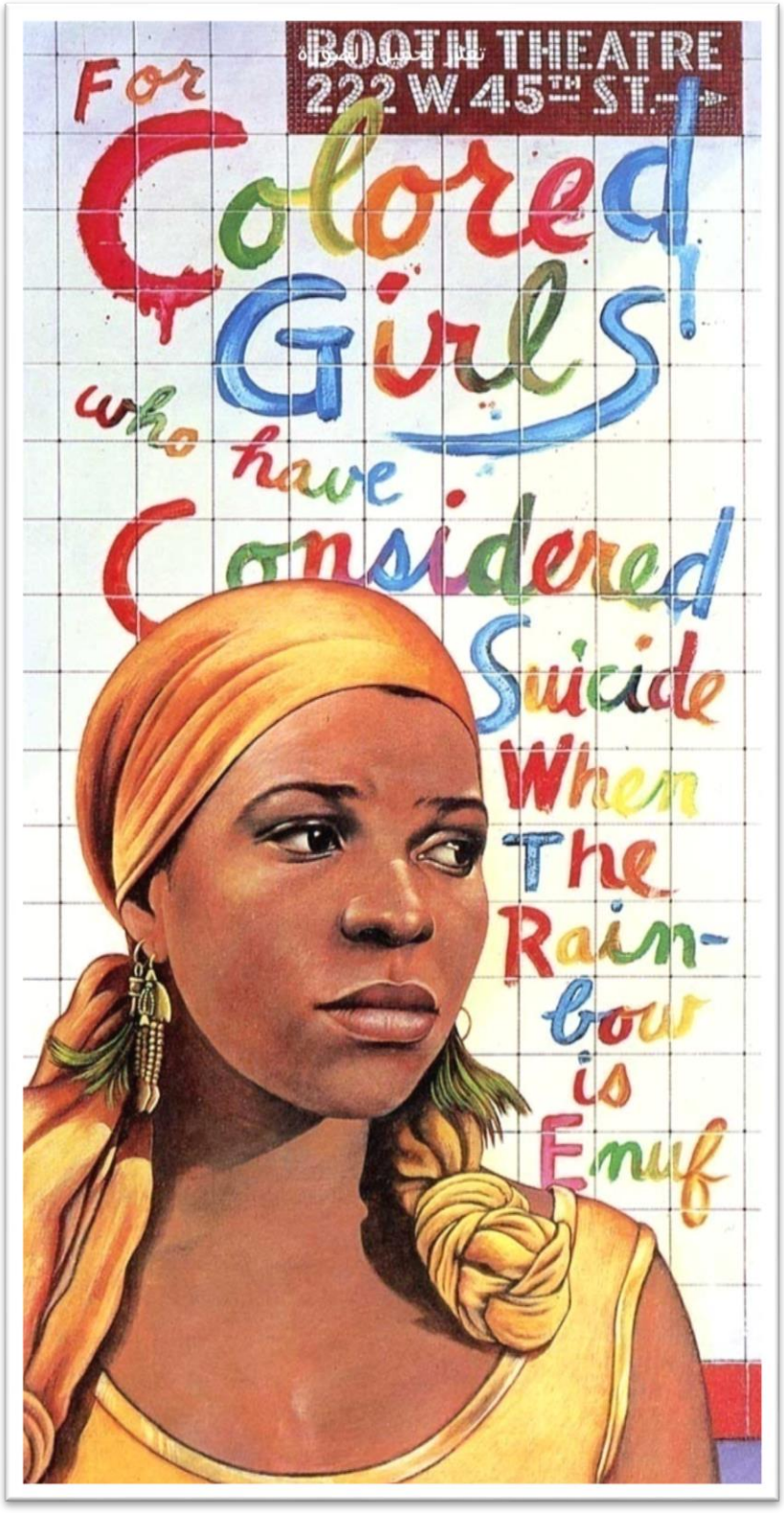
ملصق ملصق المصمم الغرافيكي هولكا ماتييس (الطماطم)هامبورغ عام ١٩٤٠

(الشكل ٢٢)



ملصق ملصق عن المرأة ترتدي خوزة طيار عام ١٩٨٤

(الشكل ٢٣)



صورة معالجة كمبيوترية تصميم بول دافيد عام ١٩٧٦

المبحث الثالث

ظهور النظريات والمصطلحات الفنية الحديثة وأثرها على انتقال صورة المرأة إلى مفاهيم التصميم الغرافيكي المعاصر

ظهور النظريات والمصطلحات الفنية الحديثة في الفن وأثرها على انتقال صورة المرأة من المفاهيم الغرافيكية إلى التصميم الغرافيكي:

عندما بدأت الاتجاهات الفنية الحديثة تتبلور بتأثير النظريات الحديثة في فلسفة الفن، لم يكن التصميم الغرافيكي الذي ظهرت أمائره بفعل البواعث التي أوجدت تلك الاتجاهات الفنية ، في القرن الثامن عشر متأثراً كما تأثر التصميم الغرافيكي بدوره بالاتجاهات الفنية مثل الباروك والروكوكو والآرت نوڤو والنزعةالمستقبلية لأن الفن الغرافيكي (الحفر) هو إحدى المجالات التي اعتمدت ولازالت تعتمد بعض التقانات القديمة والمعاصرة ، وكان للنظريات الحديثة في الفن الأثر في النقلة النوعية للتصميم الغرافيكي من مظاهره التقليدية إلى مفاهيمه المعاصرة باستخدام صورة المرأة كإنموذج فني لإرتباط التصميم الغرافيكي بفن الإعلان التجاري.

"وهكذا كان لدعوات (بودلير) الأثر الإيجابي في فتح عيون الفنانين على المشهد المعاصر وأن يرسموا الحياة من حولهم ومواكبة تطور مظاهرها ومرافقة التطور العلمي والحضاري التي واكبته[١]."

وأثرت آراء وأفكار بعض الفنانين الذين طبقوا ومارسوا نظريات الفن الحديث وأبدعوا أشكالاً غير مسبوقة تعبر عن الخواطر الإنسانية والمشاعر المتأججة كما هو الحال عند غوغان وفان غوغ.

ومن جهة أخرى اتجاه فريق آخر للبحث في علوم الفن وأشكاله الهندسية التعبيرية والمجردة وظهر (الاتجاه الإبداعي) في الفن أو ما يسمى (الفن التجريدي) أمثال كاندينسكي، وموندريان، وبول كلي.. ولم يكن التصميم الغرافيكي الذي ظهرت فيه المرأة كإنموذج واضح في مواضيعه المختلفة إلا أن الفنان التجريدي الذي اعتمد إلقاء الصورة التمثيلية والاستعاضة عنها بما يسمى (المعادل الهندسي) كما هو عند الفنان كاندينسكي الذي صمم هو أيضاً إعلانات جذابة بأسلوبه المجرد. وبالتالي أدى هذا التسلسل إلى انتقال الصورة الأنثوية إلى التصميم الغرافيكي بأساليب مختلفة تبعاً للمفاهيم السائدة بتأثير وتطور النظريات والمصطلحات الفنية المعاصرة مثل: النظرية التفاعلية Transation Tneory.

النظرية التفاعلية: Transation Theory

تؤكد هذه النظرية وتركز على الدور الذي تلعبه الخبرة بأشكالها المختلفة الخبرة المكتسبة، والخبرة النوعية، أو الخبرة الجمالية في الإدراك والإدراك البصري. كما أنها تركز على العلاقة الحركية الديناميكية dinamique بين الإنسان والبيئة والمحيط الذي يعيشه.

(١) د. الزيدي جواد ، ٢٠١٠م، فينومونولوجيا الخطاب البصري، دار الينابيع ،دمشق، سوريا ص١٢٥.

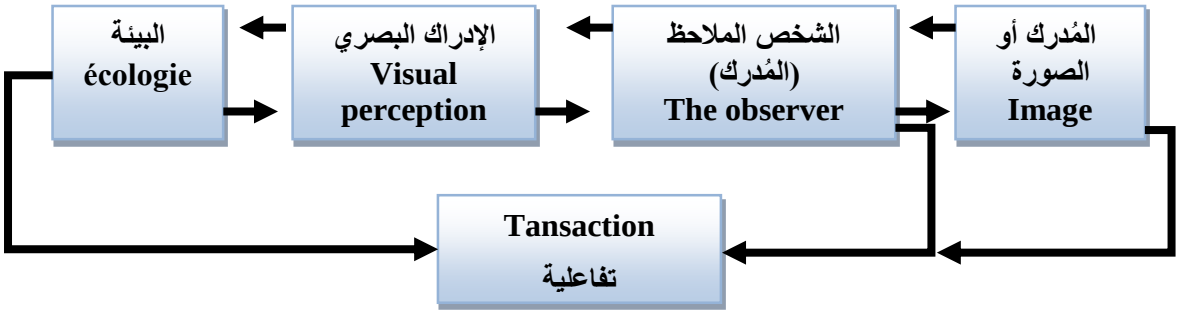
" وتعتمد هذه النظرية على العلاقات التبادلية (les relations matualles)

وقد عرّف ويليم أتلسون William Ittelson ١٩٦٠ أن يشرح هذه النظرية قائلاً "الإدراك هو ذلك الجزء من صيرورة الحياة والذي به يبدع كل منا لذاته، ومن وجهة نظر عالمه الخاص الذي يحاول فيه إشباع احتياجاته الذاتية".

وهو يؤكد على ما طرحه الفيلسوف والمنظر التربوي الأمريكي جون ديوي John Dewey ١٩٤٩ وعدد من الفلاسفة ومفكري القرن العشرين.

إلى أن الافتراضات التي توصلت إليها في تعريف (الإدراك) قد يكون البعض منها معروف للجميع والبعض الآخر هو فردي استثنائي[١].".

وبالتالي فإنه لابد من توفر عناصر تفاعلية في السلوك التبادلي لإدراك البصري.



وقد خَلُصَ منظرو هذه النظرية إلى أن (المعلومات الإدراكية) التي يحصل عليها الشخص من البيئة لها طبيعة غير مؤكدة وإنما هي (احتمالية) وإنما هي تثبت شرعيتها من خلال (الفعل السلوكي).

– كما أشار هؤلاء المنظرون إلى أن هذه المعلومات الإدراكية هي أيضاً لها (خصائص رمزية) كما هو الحال في الفنون الجميلة وفن الإعلان والمسرح والسينما تكسبها معنى ما، وأيضاً أنها تثير دوافع وعواطف كما أنها ترسل (رسائل دوافعية) motivational message تحفر الحاجات كما هو الحال في من الإعلان التجاري – أو السياسي، أو السينمائي.. كما أنه يمكن لأي فردأن يتسبب لها قيمة أو صفات جمالية Aesthetic propertiese . وبالتالي فإن الخبرات القديمة تشكل الأساس للخبرات الجديدة.

النظرية البيئية Ecological Teory

"وتساهم هذه النظرية في عمليات التصميم البيئي والنظم الجمالية الطبيعية والاصطناعية والصناعية في البيئة، وهي من النظريات الرصينة لجماليات البيئة والمحيط الذي نعيشه.

(١) موقع اليونيسكو للتراث العالمي ar.m.wipedia.org

إلا أن دراسة الإدراك البصري لم تدرس من حيث تشاكليتها إلا من قبل نظرية الجشتالت. Téorie gechtalte من سمات هذه النظرية:

١- إنها تناقض هذه النظرية في منحاها مفهوم (التشاكلية) لنظرية الجشتالت.

٢- تعارض تأكيد النظرية التفاعلية لدور الخبرة في الإدراك والإدراك البصري الذي يوصف بأنه جملة من التفاعلات العقلية والوجدانية تجاه الشكل المدرك الذي يترجمه الفنان برموز فنية تشكيلية في فن الإعلان.

إذ يؤكد مؤسس هذه النظرية جيمس جيبسون James Gibson إن (الحواس منظومات إدراكية) Perceptual Systems

كما أكد جيبسون وزوجته إلينور جيبسون ١٩٠٠ أن الناس سيتكشفون البيئة لاستلام تفاصيلها الدقيقة بوساطة تحريك أعينهم ورؤوسهم وكامل أجسامهم[١]."

(١) المصدر ص٩١ ،١٩٨٧ موقع اليونيسكو للتراث العالمي ar.m.wipedia.org

جدول وصفي مقارن يبين "النظرية البيئية" الحواس منظومات إدراكية

اسم المنظومة **System Name**	صيغة الانتباه **Mode Of Attention**	وحدات التحسس **Receptive Unite**	مكونات العضو الحسي التشريحي **Anatomy Of The Organ**	نشاط العضو **Activity Of The Organ**	المثير المتوقع **Stimuli Available**	المعلومات الخارجية المحصلة **External Information Obtained**
منظومة التوجيه **Basic Orienting System**	تحديد الاتجاهات العامة	متحسسات آلية **Mechanoreceptors**	أعضاء دهليزية (القنوات الهلالية) **Vestibular Organs**	حفظ توازن الجسم	قوى الجاذبية والتعجيل	تحديد اتجاه الانجذاب، الإحساس بالدفع أو السحب
منظومة السمع **Auditor system**	سماع الأصوات **Listening**	متحسسات آلية **Mechanoreceptors**	أعضاء الأُذن الداخلية والصيوان **Cochlear organs with middle ear and auricle**	التوجه نحو الأصوات	اهتزازات في الهواء	تحديد طبيعة وموقع الأحداث الاهتزازية
منظومة اللمس **Haptic system**	تلمس الأشياء **Touching**	متحسسات آلية ويحتمل وجود متحسسات حرارية **Mechanoreceptors and possibly thermoreceptors**	الجلد **Skin** (وما يشتمل عليه من روابط وفتحات المفاصل **attachments and openings Joints** وضمنها الأربطة **Ligaments** العضلات **Muscles** وضمنها الأوتار **(Tendons**	استكشافات تحسسية من أنواع متعددة	اختلافات في سطوح الأنسجة، ترتيب لمناطق تمفصل،مرونة ألياف عضلية	اتصال بالأرض، وبهيئات الأشياء،وبحالات المادة كأن تكون صلبة أو لزجة.. أو غير ذلك
منظومة ذوق – شم **Taste smell system**	تذوق الأطعمة **Tasting**	متحسسات آلية وكيماوية **Chemo – and Mechanoreceptors**	فجوة الفم **Oral cavity (mouth)**	تذوق النكهات **Savoring**	كل توليفات الأشياء التي يمكن تناولها	تحديد مقادير المواد الغذائية والبيوكيماوية
	شم الروائح **Smelling**	متحسسات كيماوية **Mechanoreceptors**	فجوة الأنف **Nasal cavity (nose)**	تنشق الروائح **Sniffing**	مؤلفات الوسط المحيط	تحديد مصادر المواد الطيارة
منظومة الإبصار **Visual system**	النظر **Looking**	متحسسات بصرية **Photo-receptors**	ميكانزمات العين **Ocular mechanism** (كرة العين وما تشتمل عليه من عضلات داخلية وخارجية، في علاقتها بالأعضاء الدهليزية، وحركة الرأس، والجسم كله)	تكيف، تعديل بؤبؤي، تركيز، تقارب، استكشاف	متغيرات بناء العالم كما نراها في الضوء المحيط	تحديد كل ما يمكن بواسطة متغيرات بنية الإبصار من معلومات لأشياء وأحداث وأماكن

*المصدر: jonlang(1987) p.٩١

لقد ساهمت كل من نظريات الإدراك والإدراك البصري كالتفاعلية والبيئية والغشتالت دوراً هاماً في تطوير مفاهيم فن الإعلان الحديث واستخداماته التقانية في الصلة بين العمليات الإبداعية الفنية في المصمم الإعلاني كمدركات بصرية بتفسير المجالات العلائقية بين المدرك البصري. والملاحظ أو المدرِك للتفريق بين مدركين يسعى إليهما المصمم الإعلاني وهما: (المدرك الحسي) و(المُدرك الحسي المعرفي) وذلك ببناء (خطط إعلانية) أو ما يسمى (البنى الخططية لفن الإعلان) لأن الملاحظ أو المشاهد أو المتسلم إن صح التعبير (الشخص المستهدف) لا يستسلم إلى الأشياء التي يعرفها من خلال التعلم بسهولة لأن الخطط الإعلانية الناجحة وعملياتها المعرفية قد توجه المستهدف الإعلاني بوساطة الفلسفات الجمالية والإدراكية الحسية المعرفية لتؤثر عليه.

وذلك لأن الإدراك البصري هو متعدد النماذج فجمال المرأة على سبيل المثال: هو متعدد أيضاً فالمرأة النحيلة القوام أو الممتلئة أو المتناسقة وكذلك بعض التفاصيل في جمال المرأة هو إحدى المدركات الحسية المعرفية الموجودة لدى كل فرد بإدراكه المستقل.

وهذا يوضح للباحثة إلى التنوع في نماذج البيئة الطبيعية لجمال المرأة يلعب دوراً هاماً في إدراك تلك الجماليات وتأثيرها الإعلاني على المشاهد .

نظرية التفكير Théory de Lareflection:

"قدم العالم (كليفورد) نموذج التفكير عام ١٩٥٦ نتيجة لما توصل إليه من كشف للقدرات العقلية، وإن كان أفلاطون قد قسم العقل إلى (حجرات) كل حجرة تختص بتقوية ملكة معينة عند الإنسان وذلك في القرن الرابع قبل الميلاد، فإن جليفورد قد استفاد من ذلك كثيراً أي بعدما يقرب من ١٢٥ مائة وخمس وعشرون قرناً حيث قسم العقل إلى ١٢٠ قدرة كانت هي نتيجة ما توصل إليه نتيجة البحوث والدراسات التي أظهرتها العلوم النفسية.

حيث تمثل (بُعد المحتويات) خمس قدرات و(بُعد العمليات) أربع قدرات و(بُعد النتائج) ٦ قدرات (٥×٦×٤ = ١٢٠ قدرة).

وأوضح جليفورد إن جميع العمليات العقلية تمر بالمحاور الثلاثة (المحتويات) (العمليات) (النتائج) وأن مكونات كل بعد لا يمكن الحذف منها أو استبدالها[١]."

(١) د.عزام أبو العباس محمود ، تاريخ التربية الفنية ونظرياتها، الرياض ، السعودية ٢٠٠٥، ص١٧٠.

كما يبين جليفورد أن عمليات التفكير تتضمن : العمليات، التعرف، التذكر، التفكير. وتطورت نظرية التفكير عند كليفودر إلى مستوى: الإدراك والتفكير والمعرفة في الفن:

١- الإدراك البصري.
٢- التفكير البصري.
٣- الاتصال البصري.
٤- الذكاء البصري.
٥- الذكاء العاطفي.
٦- الذكاء الحيزي.....

وغيرها من مصطلحات فنية أصبحت متداولة بين النقاد والمحللين للإعلان والتصميم الغرافيكي.

الاتصال البصري والإعلان Lacommunication visuelle:

تلعب الصورة والصورة الأنثوية الدور الأهم في وسائل الإعلان البصرية الموآزرة غالباً في الإعلانات المتحركة وبالصوت (لغة اللفظ)، والإشارات والعلامات الموسيقية والمؤثرات الأخرى التي تعطي فن الإعلان وسائله المعاصرة، ولا يمكن لأية رسالة إعلانية أن تصل إلى الجمهور المتلقي دون معرفة المصمم الغرافيكي ماهية مصطلح الاتصال البصري.

مصطلح الاتصال البصري:

هناك عدد من الأسئلة يجب الإجابة عليها: كيف تتم عملية الاتصال البصري؟، ما هي المصطلحات البصرية الأخرى؟

تتم عملية الإتصال البصري مروراً بعمليتين : (الإدراك البصري) و(التفكير البصري):

١- الإدراك البصري: La perception Visuelle
٢- التفكير البصري: La reflection Visuelle
٣- الاتصال البصري: La communication Visuelle
٤- الإعلام البصري السمعي: La tel Vision

إذ يشكل الإعلام البصري الحامل الرئيسي لفن الإعلان المتلفز وهو (رسالة تشكيلية فنية إبداعية فردية لها هدف محدد).

جدول وصفي مقارن بين فن الإعلام وفن الإعلان

الإعلان – الاتصال البصري، السمعي Communication Visuelle	الإعلام – الاتصال السمعي البصري	
معامل المقارنة	**مصطلح الإعلان**	**نظرية الإعلام**
الهدف	إرسال: رسالة للجماهير: جمالية، إبداعية في إطار فني لأسباب نفعية	إرسال رسالة للجماهير: علمية فنية، إخبارية، اقتصادية سياسية، اجتماعية ومتابعة تطورها
النوع	بصري سمعي	سمعي بصري
المنهج	مباشر وغير مباشر	مباشر وغير مباشر
الأسلوب	فني، إبداعي، الفن هو الغاية لتطوير الفن	فني إبداعي، الفن هو الوسيلة للإبداع الإعلامي
الوسائل	الملصق، الرسوم المتحركة، السينما المتحركة، الحجوم، الرموز ، العلامات، الإشارات	وسائل نقل الصوت والصورة وسائل محمولة ثابتة سلكية لا سلكية، فضائيات
الصيغ والمفردات	خطوط، ألوان مساحات، رموز، إشارات، نموذج للعرض	مشاهد بصورة، ثابتة، متحركة.
اللغة المستخدمة	البصرية السمعية، الرموز، الإشارات	اللغة اللفظية، للإشارات السمعية والبصرية
استخدامه لعنصر المرأة	يستخدم عنصر المرأة	يستخدم عنصر المرأة

نظرية التفكير الابتكاري وفن الإعلان البيعي:

المدخل الابتكاري للإعلان:

"يمثل فن الإعلان الجانب الابتكاري في العملية الإعلانية ويتوقف عليه نجاح الجهود الإعلانية التي تقوم بها المنشأة المعلنة، لأن "الابتكار" هو "قلب الإعلان".

ومن جهة أخرى لم يعد الإعلان اليوم مجرد جهد فردي يقوم به محرراً ومصمم أو رسام، وإنما أصبح جهداً جماعياً متكاملاً لفريق من المتخصصين في مجالات الإعلان المختلفة في إطار (الاستراتيجية الابتكارية)

إن أية فكرة إعلانية جديدة يبدعها المصمم لا بد أن تتمتع بما يسمى (الاستراتيجية الابتكارية) والتي يتحدد فيها:

١- إدراك الأفكار البيعية.
٢- معرفة المسار الإعلاني الأساسي للفكرة المبتكرة.
٣- تحديد الجاذبيات الإعلانية وتحديد مراحل الحملة الإعلانية.
٤- الاستعانة بالمتخصصين والفنيين.

ولابد من تظافر الفكرة المبتكرة والدراسة التخصصية وموهبة المصمم باختيار النماذج الإعلانية الجذَّابة[١]"

التفكير الابتكاري:

حدد العالم جليفورد مفهوم الإبداع الفني في الطلاقة والمرونة والأصالة والحساسية للمشكلات الفنية، وإن العمليات الابتكارية لا تتجلى ولا يتجلى التفكير الإبداعي الابتكاري فقط بالرسوم والعبارات والجمل والنماذج الصورية المختارة للإعلان المصمم، بل يتعاده إلى التأثير النفسي على الجمهور المتلقي، والإبداع الفني هو دعوة للحث على الابتكار والتطوير والتحديث والبحث عن "أصالات متجددة".

مثال: إن كساد سلعة ما رغم أهميتها وحسن إنتاجها هي إحدى حالات السوق إلا أن التنافس الإعلاني قد يؤدي إلى الإنصراف إلى شراء سلع منافسة لها إن التفكير الابتكاري للمصمم هو الذي يستطيع وضع مقومات جديدة لعرض هذه السلعة تحت مسمى جديد وبتصنيع جديد، قد يسعى به المصمم إلى نيل رضا وإعجاب الجمهور المستهدف ، لأن الابتكار قد يتصدى لتذليل المعوقات بابتكار طرق وأدوات إعلانية جديدة قد تكون المرأة إحدى وسائلها أو نماذجها.

---

(١) د.عطا الله الرمحين ،د. أميمة معراوي، فن الإعلان ، منشورات جامعة دمشق،٢٠١١-٢٠١٢ ، ص١٥ (بتصرف)

أنماط التصميم الغرافيكي الأوروبي في النصف الثاني من القرن العشرين:

"أدت الوحدة الأوروبية وإعلان الاتحاد الأوروبي في شمال المتوسط والتطور التقاني والصناعي والتجاري إلى ظهور أنماط جديدة من أشكال التصميم الغرافيكي وفقاً لمتطلبات العصر مثل:

١. الإعلانات في الصحف والمجلات: İllustrations, pour Magzines et Jourrnaux

وهي مصممات لأجل صحف ومجلات دورية من جميع الأصناف

٢. الإعلانات في الكتب: İllustration pour Livres

مثل: الكتب المحمولة كتب الجيب أو كتب الجاكيت: Livres des Jaquettes

. وأغلفة كتب جيب courertures de Livre de poche

. تصميمات كتب القصص، Livres illustrés romans

٣. إشهارات وإعلانات Publicité et affiches

٤. تصميمات غرافيكية Design graphic

وتشمل:

. تصميم التقويم: İllustrations, pour calandriers

. أجندات: Agendas

. رسائل دورية: Lettres circulaires

. بطاقات أفراح: Cartes de voeux

. أغلفة تبضيع: emballages

. كتيبات تعلن بوساطة البريد (كتيبات بريدية) Lirrets de promostion par poste

. حافظات إسطوانات أو جيوب إسطوانات: Pochette de disques

. تصميم أوراق فهارس تقانية أو تجارية أو صناعية: Design papeterie cataloges tech niques et industuriels

٥. تصميم أفلام متحركة Design Animation Filme's

ويشمل:

. إعلانات متلفزة: publicité televise

. عناوين أو برامج تلفزيونية منوَّعة Titres ou génériques de programs de television

٦ـ فهرسه: index

ـ عناوين فنانين: Adresses des artistes

ـ فهارس مدراء فنيين، مصمموا ماكيتات İndex des directeurs artistigues, maquettistes

ـ محررون فنيون: rédacteurs artestiques

ـ زبائن: clients

ـ محررون: rédacteurs

ـ مدراء إخراج: réalisateurs directeurs

ـ مساعد إنتاج: Compagnies de production

ـ كاميراتي ورسَّام أفلام متحركة Caméramen et dessinateurs de films d'animation

. عناوين محررين: Adresses éditeurs

. مصممات لمكاتب إعلان: agencies de publicité[١]

(1) EUROPEAN Illustration, 1983-1984. The tnth annual. 12 carlton House Terrace London Edward, Booth-clibbrn. "ترجمة الباحثة"

(الشكل ٢٤)



الإتجاه التجريدي الهندسي ملصق من تصميم الفنان المصمم فاسلي كاندينسكي (١٩٢٣) ويظهر فيها غياب الصورة التمثيلية .

المبحث الرابع

المرأة في التفكير الاصطلاحي للإعلان المعاصر

المرأة في التفكير الإصطلاحي للإعلان المعاصر:

التفكير الاصطلاحي للإعلان:

لعل المصمم الإعلاني يطرح على نفسه جملة من التساؤلات التي ستشكل جملة إجابات مصوبة لخطواته الابتكارية مثل:

١- ما هو هدف الإعلان ؟ The Advertising Objective

٢- من هو الجمهور المستهدف؟ The Target Audience

٣- ما هي قيمة السلعة؟ أو (الوعد الابتكاري)؟ The Creative Promise

٤- ماهي المصداقية أو (دعم الادعاء) الإعلاني؟ The Back Up Clain

٥- كيف سيكون "الأسلوب الإبداعي"؟ The Creative Style

٦- ما هي النبرة الإعلانية الموجهة للجمهور المستهدف؟ The (Tune)

كما انعكست أساليب التفكير التقاريبي والتفكير التباعدي وكذلك عمليات العصف الذهني، والتحليل المورفولوجي والعلاقات القسرية وإثارة الدماغ الزاحف لدى المتلقي لتأخذ أشكالها في فن التصميم الإعلاني وتنعكس هذه المفاهيم في النظريات الحديثة على إحداث أشكال مختلفة ومغرية لصورة المرأة في الإعلانات الجدارية منذ بداياتها الحديثة إلى يومنا هذا.

وأصبحت عمليات تحليل الصورة في الملصق الجداري والأشكال الغرافيكية وتقويمها يعتمد على أسس ومناهج النظريات الحديثة في الفن في محتوياتها الفنية والشكلية Figurall وكذلك المحتوى الرمزي للتصميم Symbolic ومحتوى لغة الشكل الغرافيكي أو المحتوى اللغوي sematic وذلك وفق الأسس والعناصر المشكلة للموضوع. وبالتالي يتم تحليل التصميم الإعلاني وفق نظرية جليفورد وفق ما يلي:

١- الأقسام: وهو نظام تآلف الوحدات في بنائيتها وفق قوانين جمالية Esthetique.

٢- العلاقات: وهي العلاقات والتراكيب المتقاربة، المتشعبة في التصميم وهي تخضع لقوانين الإدراك البصري في نظرية (الإدراك الكلي) الجشتالت.

٣- التشكيلات والتصاميم: وهي أنظمة لا نهائية الحلول تتوقف على معطيات الأقسام والعلاقات تخضع لعمليات (التوظيف الشكلي) وفق قوانين جمالية وتقود المصمم إلى الإبداع والابتكار. وفي عمليات القذف الذهني.

مصطلح الحدوثية في الفن: Happininig art:

ظهرت (الحدوثية) ها بيننغ آرت في بداية الستينيات من القرن الماضي في الولايات المتحدة، كما ظهرت (حركة فولكس) في أوروبا التي تضم عدداً من الفنانين التشكيليين من جنسيات مختلفة أمريكية، أوروبية آسيوية أمثال الفنانين: نام جون باك، أميت وليامز، وتاكنهيسا كوسوجي، ودلف فوستل الامونت يونغ وفي أوج هذه الحركة جمع (مهرجان فولكس) بين جماعات من الموسيقيين والراقصين والمصورين والنحاتين والشعراء وتشبه حركة فلوكس الحركة الدادائية في النصف الأول من القرن العشرين.

١- هي تطمح إلى التحرر من أشكال الكبت التي يعاني منها الفرد والمجتمع مثل (الكبت الجسدي) (الكبت العقلي) (الكبت السياسي). و(كانت صورة المرأة الأنموذج الأكثر استخداماً في هذا النمط الاصطلاحي في فن الإعلان [انظر الشكل٢٥-٢٦]
٢- وتختلف عن الدادائية أن انتشرت أكثر ومنها وأصبحت أكثر عالمية.
٣- هي تعادي العنف والفاشية إلا أنها بالمقابل تحث على الفوضى.
٤- ترفض الحواجز المصطنعة بين الفنون وبين الفن والحياة.
٥- سبقت هذه الحركة الحركة المفاهيمية.

هناك عدة مداخل للفن:

١- المدخل البصري (الوصفي)
٢- المدخل التعبيري.
٣- المدخل السوريالي.
٤- المدخل التاريخي.
٥- المدخل الفلسفي.
٦- المدخل الأخلاقي.
٧- المدخل الجمالي.
٨- المدخل البنائي.
٩- المدخل الفوضوي.
١٠- المدخل الاستباقي أو (فن المستقبل).

مصطلح الشكلية أو الاعتدالية Formalisme :

"جاءت هذه الحركة كردة فعل ضد فوضى الفلوكس وعبثيتها التي ستقود الحركة الفنية العالمية في السنوات الأخيرة من الستينيات إلى العبثية والمجهول.

– ويعتبر آرنست كاسير E. Cassirer وهو من أكثر المؤيدين أن الفن أسس بنائية حيث يقول "لا يستطيع الفن أن يكون معبراً إلا إذا كان مشكلاً أي له قواعد وأسس مستقاة من تاريخ الفن" كما يقول غوته: "الفن قوة مشكلة قبل أن يكون جميلاً"(١)."

١- جاءت الاعتدالية كدعوة للتحول من جديد إلى مفهوم النظام وتحويل الفن إلى تحليل إيديولوجي للبيئة اللغوية البصرية الخاصة به (لغة الشكل).

٢- تختلف عن النظرية الماركسية في الفن التي تصر على تحول البيئة اللغوية البصرية لترتبط بتحول أنماط التفكير وتطور المجتمع، وهذا ينطبق على العديد من الإعلانات النسوية المعاصرة.

٣- لاقت هذه الحركة كدعوة للعودة إلى النظام في الفن قبولاً لدى العديد من الفنانين في فرنسا وفي الولايات المتحدة الأمريكية نتيجة لردود الفعل نفسها، لأن يتمسك الفنان بموضوع "الشكلية(*) Formalisme".

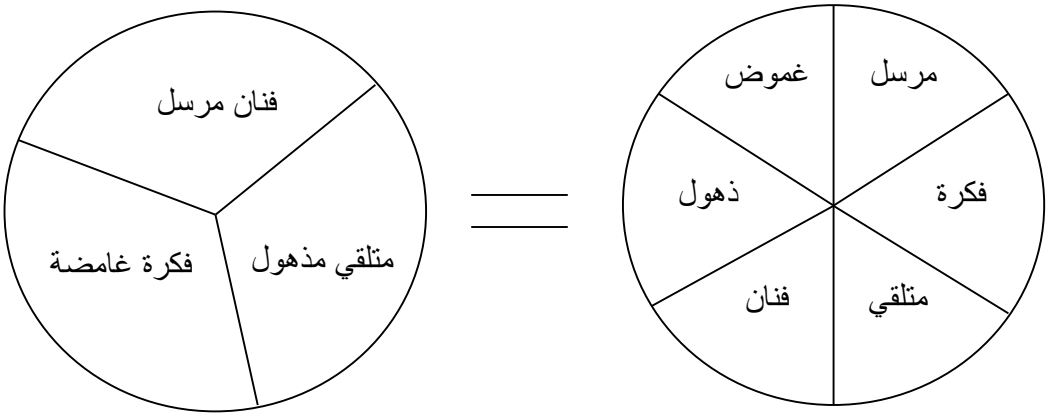
٤- تستبعد هذه الحركة المسائل الخارجية عن نطاق الفن بدعوى إلى (إن الفن الشيء) وهو ما يسمى أيضاً بالفن الاعتدالي "الذي نشأ في الولايات المتحدة بين عامي ١٩٦٤-١٩٦٥م.

مصطلح المفاهيمية: La Conception

الفن المفاهيمي: Conceptual Art

تبلورت فكرة الفن المفهومي عام ١٩٨٠ واشترك في ذلك فنانون أوروبيون وأمريكيون، والقصد أن يقدم الفنان مفهوماً جديداً للفن قائماً على إدراك جديد للعالم. بأن تحل الفكرة محل العمل الفني، وتصبح أداة صناعة الفن عن طريق (الحدس).

ويتلخص بأن تحل (الرسالة الغامضة) محل المهارة الحرفية في الفن أي (الشطارة الفنية) وتلخص بالمعادلة التالية:



(*) ظهرت هذه الحركة خاصة في مفهوم النحت في الدرجة الأولى حيث يتجلى فيها الطابع اللاشخصي لهذه الأعمال ، كما يتجلى في تكريس (الفكرة) بدلاً من العمل ذاته وهو ما يؤيد سلوك الفنان، دونالد جاد، روبرت موريس في محترفات ومصانع بتشكيل أشكال هندسية.

(١) د. أبو الخير جمال ١٩٨٩، المدخل إلى التربية الفنية ، مكتبة الخبتي الثقافية ، بيشة السعودية، ص١٨.

ولكي يكون الفنان المفهومي أوضح دلالة لغموض فكرته استعمل الكتابة L'Ecreture لتحل محل الفن لتنقل فكرة أو شعور أول جدل أو فلسفة حيث تلاشت صورة المرأة التمثيلية لتأخذ أشكالاً جديدة.

" لعبت صالات العرض الأوروبية على تسويق هذا الاتجاه أو النوع من الفن والذي جاء متمثلاً في لوحة للفنان كوزيث Kosuth وهي صورة فوتوغرافية مكبَّرة عرضت كلوحة للتحديد كلمة Painting كما وردت في القاموس في النصف الثاني من ستينيات القرن الماضي.

وتمثلت التيارات الجديدة التي صنفت بأنها فن مفاهيمي conceptual Art للمرة الأولى وعلى نطاق واسع في المعرض الذي أقيم عام ١٩٦٩ في متحف (كيفركوسين) في ألمانيا يضم شكل أساسي عدداً من الفنانين الأمريكيين. وبدأ بها تداول مصطلح (الفن المفاهيمي Conceptual Art).

– ثم نُظِّمت بعد ذلك معارض أخرى في عدد من المدن الأوروبية الهامة وفي أمريكا ضمَّت هذه الحركة فنانين من مختلف أنحاء العالم يمثلون الاتجاهات الطليعية لنمط فني كان قد مهد له الفنان مرسيل دوشامب والدادائيين وسمي بـ (الدادائية الجديدة) كما هو الحال في لوحة دوشامب (إمرأة تنزل على الدرج).

إن أبرزناشري هذه الحركة في أوروبا وأمريكا الفنان الفرنسي (أيف كلين) والفنان الإيطالي (مانزوني)، ولم تعر المفاهيمية أهمية محددة لمظاهر صورة المرأة كعنصر تشكيلي ملحوظ في أعمال العديد من الفنانين المفاهيمين إذ يتفرد كل من هؤلاء وأهم المعارض المفاهمية: بأسلوبه ومنهجه التعبيري الخاص به.

- المعرض الشامل لأعمال مارسيل دوشامبا، في الولايات المتحدة الأمريكية.
- معارض كلين ومانزوني في ألمانيا وانكلترا"[١].

يعبر المفاهيميون عن رغبتهم بدمج الفن بالحياة مما وجه جزءاً كبيراً من النشاط الفني المعاصر في أواسط الستينيات إلى هذا الاتجاه ومنهم المصممون ماكوتو سيتو ونيكولاس تروكسلر، وكارل دومنيك ، غيز بوهل، ميشيل فانوارينغ ، وغيرهم ممن استخدموا أنموذج المرأة في إعلاناتهم.

- ويحاول المفاهميون محاربة التقاليد الفنية والدعوة إلى التحرر منها ولذلك من القيود الاجتماعية والثقافية.
- بهدف التخلص لا من الفن بحد ذاته بل أيضاً من أشكاله.
- طرق استهلاكه وذلك بتفضيل (العمل) على (التمثيل) أي الشيء الفني بتقديم مواد استهلاكية للسوق الفنية.

(1) Duchmp.chefs de auvre ،paris.france ترجمة الباحثة

ظهور المرأة في فن الإعلان جنوب وشرق المتوسط وأوروبا:

وقد انتشرت صورة المرأة في الإعلانات الصحفية كالجرائد والمجلات وذلك لرخص أثمانها أما الإعلانات الصحفية الملونة فكانت تصل إلى النخبة التي تستطيع شراء تلك المجلات باهظة التكاليف بالنسبة للعامة وخاصة الأوروبيين منها وخاصة في كل من لبنان وسورية ومصر فيما يتعلق بالترويج للثياب والإكسسوارات المتعلقة بالموضة فيما يخص المرأة والرجل.

– وظهرت صورة المرأة بشكل واضح في إعلانات أو أفيشات دور السينما المنتشرة في الحواضر العربية في كل من مصر وسورية ولبنان والعراق. [انظرالشكل ٢٧–٢٨].

إلا أن الإعلانات التي تخص المرأة هي الأكثر انتشاراً في القرن العشرين الذي كان بمثابة العصر الذهبي لانتشار الصحف قبل انتشار التلفاز.

– "لقد ظهرت الصحافة المطبوعة في بلاد الصين في عهد أسرة Tang القرن السابع الميلادي حين عرفت الصين فنون الحفر والطباعة القالبية.

أما في أوروبا فكان اختراع الطباعة بالشكل المتحرك على يد جوتنبرج في الفترة من ١٤٣٠–١٤٥٠م منسجماً مع عصور النهضة الأوروبية وإيذاناً بسرعة نقل الأخبار وإصدار الصحف وذيوعها وانتشارها. وقد صدرت أول جريدة مطبوعة في ألمانيا سنة ١٥٠٢ وكانت تسمى Nene zeytung[١]."

"كما أدى التطور التقاني وفق (متعددات العلوم والفنون) وانتشار الفضائيات والحاسوب (الكومبيوتر) وتنوع برامجه واستخدام التقانات المتعددة إلى تنوع واختلاف هذا الدور فظهرت صورة المرأة على خطين متوازيين بصورتها السمعية البصرية في فني الإعلان والإعلام." [٢]

(١) د. اسماعيل سعيد علي، التعليم والإعلام ، بحث مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد ١+٢ ديسمبر عام ١٩٩٥، ص١١٥.

(٢) الموسوعة المعارف الكبرى، إعداد تميم يوسف وعدد من المختصين، بيروت، لبنان، مجلد١٤، ص١١.

عوامل تطور الفن الغرافيكي في أوروبا وشرق وجنوب المتوسط:

ظهور دور النشر في أوروبا

"لا يجب المزج بين النشر والطباعة في الواقع، فالطباعة هي تقانة اكتشفت حديثاً نسبياً، بينما النشر يقوم على التعميم عن طريق التجارة لعمل ذي طابع فكري أو فني، ولا بد من القول إن مبادئ النشر وطرقه قد تغيرت عبر العصور، ففي روما القديمة كان هناك تجار كتب أسلاف بائعي الكتب حالياً، يقومون بإعادة نسخ المخطوطات بوساطة كتبه ونُسَّاخ، وهكذا كانوا يتصرفون كناشرين ولكن بوسائط بدائية للغاية والأمر ذاته ينطبق على نساخ العصور الوسطى ولكن اعتباراً من القرن الثالث عشر الميلادي.

وعلى الرغم من الدفع الذي قدمته الجامعات بقيت الطباعة والتسويق عملين فنيين تماماً، ولم يكن ممكناً الكلام عن ناشرين بالمعنى الذي تحمله الكلمة اليوم. إذ أنه كانت مهنة النشر والطباعة والبيع تقع بيد شخص واحد.

وكان يجب انتظار بداية عصر النهضة الإيطالية حتى تظهر (دور النشر) الحقيقية ذات شبكة التوزيع التجاري الواسعة.

وغالباً ما كان الناشرون يتحدون مع الطباعين المجهزين بآلات ممتازة وفي القرن الثامن عشر تميزت المطابع ودور النشر عن بعضها وانفصل باعة الكتب عن دور النشر في القرن التاسع عشر.

وفي القرنين التاسع عشر والعشرين وبفضل الصناعة غدا للنشر مؤسسات ذات انتشار عالمي وبوسائل تقانية معقدة وواسعة جداً[1]."

نشأة مفهوم الإعلان :

" يرجع تاريخ أول ملصق معروف إلى ٣٠٠٠ سنة قبل الميلاد. فقد اكتشف في (طيبة)[*] ورقة بردى مصرية تقدم مكافأة لمن يعثر على عبد هارب، أما في اليونان فقد رسمت المعلومات الموجهة للجمهور على قطع من الخشب وعرضت في الأماكن العامة. أما الرومان فقد أنشأوا (الألبوم الأبيض) وهو عبارة عن حائط أبيض مطلي بالجير يمكن الإعلان فيه عن طريق عرض مسرحي أو بيع بالمزاد وحتى عرض المشاكل الشخصية.

---

(١) المرجع نفسه، موسوعة المعارف الكبرى، مجلد٢٧، ص٩٨، ٢٠٠٩.

(*) طيبة أو ثيبة: مدينة قديمة في صعيد مصر على النيل بمحافظة قنا، عاصمة الدولة الحديثة ازدهرت في عهد السلالة ١١ واشتهرت بعبادة الإله آمون.... طيبة أو ثيبة مدينة يونانية شمال غربي أثينا، بيوسيا قديماً. ينسب تأسيسها إل قدموس الفينيقي. (المنجد في الأعلام ، دار الفقه للطباعة والنشر، طبعة ٢٣، بيروت، لبنان، دار المشرق، ص ٣٦٠). ويطلق اسم طيبة أيضاً على (المدينة المنوَّرة) في السعودية.

إختراع المطبعة:

١- ساعد اختراع المطبعة على تطور الملصق. وعرف أول ملصق مطبوع العام ١٤٧٧ على يد الإنكليزي "كاكستون" ويعلن عن العلاج بالمياه المعدنية في سالزبوري وكان يحمل عبارة (رجاء عدم تمزيق الملصق). العام ١٤٨٢ نفذ الفرنسي (جان دي بريه) أول ملصق مصور بماسبة عيد الغفران الكبير للسيدة العذراء بكنيسة نوتردام في ريمس وسرعان ما بدأت تكثر الملصقات بكميات وبصور جيدة حتى إنه منذ العام ١٨٣٩ بدأ حظر لصق الملصقات على جدران الممتلكات الخاصة في انكلترا. أما في باريس فقد قام الحاكم "رامبوتو" بتخصيص أعمدة للملصق اعتباراً من العام ١٨٤٢.

٢- إن أول ملصق جداري ظهر في أوروبا كان في انكلترا بعد اختراع حروف الطباعة التي ابتكرها جيوتن بيرغ الالماني وكذلك بفضل التطور الاجتماعي والاقتصادي والصناعي وظهور صناعة الورق في أوروبا التي انتقلت إليها عن طريق إسبانيا. وفي القرن السابع عشر أدى الحفر على الخشب إلى نشأة أولى الإعلانات المرسومة، وفي عام ١٨٣٠ كانت أسس "الإعلان الحديث" قد عُرفت بل وبُدء في تطبيقها، إذ أن الإعلانات الجدارية(*) سرعان ما تميزت بأسلوبها وألوانها، وبفضل الطباعة الحجرية الليثوغرافي Lithographie أصبح الأسود والأبيض شديد الوضوح، والعام ١٨٤٦ انتشرت الإعلانات الملونة ولعام ١٨٦٦ ظهرت المطابع الكبيرة فمكنت من إنتاج هذه الإعلانات تجارياً."وقد افتتح جول شيريه في عام ١٨٦٦ مؤسسة لطباعة الليتوغرافيا في باريس، ومع هذه البداية ظهرت مدرسة باريس لفناني الملصق وتطورت ووصلت إلى أرقى إنتاج لها في آخر عشر سنوات من هذا القرن، ومن هذه المدرسة جاءت أعمال تولوز لوترك، وتيوفيل الكسندر وشتانيليه. وقد اعتبرت أعمال شيريه البداية الحقيقية للملصق الحديث لاعتمادها على المواءمة بين الصورة والكلمة فهما متوازيان في الأهمية ولا مجال للتخلص من العلاقة بينهما.أما العلامة الفارقة الثانية في تاريخ الملصق الحديث فهو تولوز لوترك ١٨٦٤ – ١٩٠١ الذي كانت له خبرة في الطباعة الخشبية اليابانية إضافة إلى تأثره بالإنطباعية المتأخرة التي كان من أعلامها فان غوغ وبول غوغان على إظهار تلك الخصوصية في وجوه شخوصه وطريقة تلوينهم"وتظهر صورة المرأة جلية في أعمال لوترك وخاصة تصويره لبنات الليل في إعلاناته لملهى الطاحونة الحمراء في حي البيكال في باريس، "كما تأثر بهذا الأسلوب الإنكليزي ويليم نيكلسون Nicholson William الذي قدمه في ملصقاته فقدم تدريجاً ظلياً ينقل فيه روح لوترك من خلال الاختزال لكل الدرجات الظلية إلى ثلاث قيم هي: الأسود والرمادي والأبيض ويمكن اعتبار ملصقه الذي صممه في عام ١٨٩٧ من الملصقات الرائدة التي مهدت لاستخدامات الاختزال الظلي اللاحقة في فن الملصق"وقد اشتهر في إنكلترا أيضاً فريدريك ووكر Walker Fredrick سنة ١٨٧١ الذي صمم ملصقاً لرواية (المرأة ذات الرداء الأبيض) وقد جذب هذا الملصق انتباه أعضاء الأكاديمية الملكية"(١)

(*) الجدارية هكذا وردت في المرجع.

(١) د. محمد بلاسم، التصميم الغرافيكي عبر العصور، مكتبة المجتمع العربي للنشر، عمان، الأردن عام ٢٠٠٩م، ص٧٩-٨٠.

فن الإعلان:

"(يأخذ الإعلان أشكالاً مختلفة ، وله مهمات كثيرة ومتباينة تحدد حسب المعطيات المتوفرة ... والذي يميز الإعلان عن باقي النشاطات الترويجية الأخرى هو مايلي:

١- يقدم الإعلان رسالة متكاملة يمكن التحكم بها... وبما أن المعلن يدفع لحجز المكان (صحف ، مجلات ، ملصقات،...الخ) أو يدفع لحجز الوقت (راديو ، تلفزيون) حيث تظهر لاسالته الإعلانية).

٢- يقوم لإعلان بإيصال رسائل إلى عدد كبير من الناس وبكلفةٍ قليلة للإتصال الواحد ... إن إرسال مندوب للتحدث إلى بعض الزبائن الملرتقبين وتقديم شرح عن المنتج هو وسيلة إتصال سريعة ولعدد كبير من الناس في آن واحد وغالباً ما يتصف الإعلان وخاصة من منتقديه بأنه (فحولة سحرية إلى حد ما) [١]." وكثيراً ماتختار بعض الشركات المعلنة العنصر الأنثوي لمثل هذه المهام للتواصل مع الجمهور لتحقيق ما يسمى بالجاذبية الإعلانية .

مفهوم الإعلام:

يتميز القرن العشرون وبداية القرن الواحد والعشرون بأنه عصر نمو وتطور الاتصالات الجماهيرية، لما تركته من آثار جلية في النظم الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في الدول كما أثرت هذه النظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بأشكال واتجاهات وطرائق وسائل الإعلام وأهمها فن الإعلان والإعلان النسوي الذي يأخذ أشكالاً للمرأة فهي تارة المرأة السياسية أو الاقتصادية أو أنها المرأة المصورة على سلعة من السلع التجارية أو المرأة العاملة في المصنع أو الحقل أو سيدة المنزل.

رغم وجود الاختلاف بين مهمة الإعلامي والمعلن، التي تعتمد على وظيفة كل منهما لاختلاف نظريتي: الإعلان والإعلام إلا أن الإعلام لا زال هو الحامل والرافعة لفن الإعلان الثابت والمتحرك رغم وجود الفوارق الجلية بينهما. وهناك أنماط الإعلان النسوي مثل:

١- إعلان خاص بقضايا المرأة، اجتماعية، سياسية، اقتصاية، تقنية.
٢- إعلان تنتجه المرأة كمصممة غرافيكية وهو يعبر عن وجهة نظر المرأة.
٣- إعلان تكون فيه المرأة عنصراً أونموذجاً لترويج سلعة ما.

ويبدو ذلك في كل من فن الملصق ووسائل الإعلان وحامله (فن الإعلام)، كل وفق وظيفته.

---

(١) جميل سلوم الياس ،٢٠٠١ الإعلان مفهومه وتطبيقاته ، دار الرضا للنشر ، دمشق ، سورية ، ص٩ ، ١٠

جدول وصفي مقارن بين وظيفتي الإعلام وفن الإعلان

تسلسل	معامل المقارنة	الإعلام	فن الإعلان
١	الإرسال	المرسل: الكاتب، المذيع، الرسام، المصور الفوتوغرافي	الفنان المصمم
٢	الاستقبال	المستقبل: هو جمهور معين أو الجماهير.	الجماهير، أونخبة من فرق.
٣	الرسالة	نوع الرسالة: سمعية بصرية	نوع الرسالة: بصرية، سمعية
٤	التغذية الراجعة	تتطلب: الاتصال بالجمهور	لا تتطلب الاتصال بالجمهور
٥	التوجيه	تتوجه إلى شريحة أو عدة شرائح المجتمع لأهداف سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية	يتوجه إلى شريحة أو عدة شرائح من المجتمع لأهداف سياسية اقتصادية اجتماعية ثقافية
٦	التثقيف	اتساع أفق الفرد باطلاعه على ما يدور من أحداث من حوله واطلاعه على الماضي والحاضر واستشراف المستقبل	اطلاع الفرد على آخر الآلات والتجهيزات والسلع المعروضة في الإعلانات التجارية ودعوته للمشاركة في الفعاليات الاجتماعية والسياسية والثقافية.
٧	الترفيه	هو الجزء الغالب في نشر الأفلام والمسلسلات والمسابقات والألعاب المسلية والرياضة والرقص والغناء.	لا يقدم خدمات ترفيهية للجمهور وإنما يقوم بالدعابة لأماكن الترفيه السياحية في الإعلان السياحي.
٨	استخدام التقانات الحديثة	يستخدم التقانات والتجهيزات الحديثة والمعاصرة	يستخدم وسائل التقانات الحديثة في الإعلان الثابت والمتحرك والألوان والخامات والمواد المعاصرة.
٩	الوسائل	الراديو – التلفزيون – السينما – المذيعون – الصحف – المجلات	الراديو للإعلانات السمعية التلفاز للإعلان السمعية البصرية – الصحف – المجلات – المصمم الغرافيكي

ولفظ اتصال communication انبثق من العبارة أو اللفظ اللاتيني communis الذي يعني (عام أو مشترك) أو من اللفظ communicare وهو الذي يعني (تأسيس جماعة أو المشاركة)...

والاتصال في الأساس هو عملية اجتماعية فنحن لا نحقق الاتصال فقط باللغة المنطوقة أو المكتوبة، وإنما أيضاً بوساطة الاتصالات البصرية وهناك أربع وسائل للاتصال.

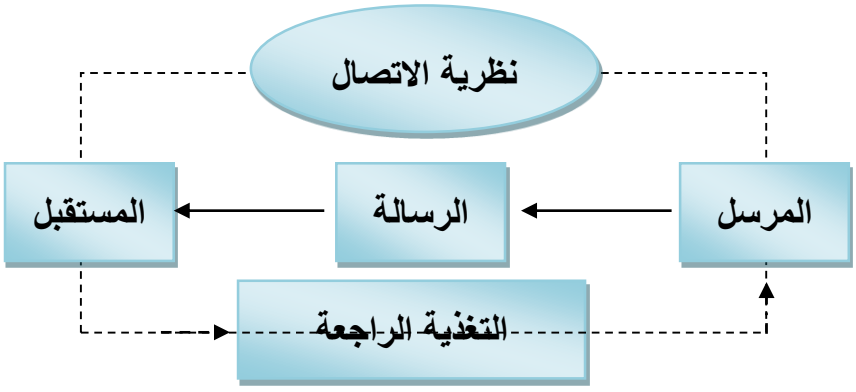
"ويرى إدوار سابير أن هناك فرقاً هاماً بين الاتصال والاتصالات.

فالفرد في رأيه – يعني ما يسميه بالعمليات الأولية أي السلوك الشعوري واللاشعوري الذي يقوّم الاتصال وعنده أن العمليات الأربع هي: اللغة/ الإيماء بأوسع المعاني، الكلمة/ تقليد السلوك الظاهري للآخرين. بالإضافة إلى مجموعة كبيرة يمكن أن تسمى بشكل غامض (الإيماء الاجتماعي) وهو يستخدم الجمع (الاتصالات) الذي يطلق عليه الوسائل الثانوية وهي: (الأدوات، النظم التي تساعد على الاتصال وهو يقدم قائمة بها مثل: شفرة مورس، التخاطب بالإشارة، النداء بالنفير، التلفزيون، الراديو، وقد كان يستطيع بطبيعة الحال أن يضيف آلاف غيرها وتمثل: القلم المعدني، الفرشاة أو قلم البسط وجلد الرق والورق، وآلة الطباعة والفيلم وأجهزة الإرسال التلفزيوني.

كما يشبع بعض الفنون الاتصال مثل: التصوير ، النحت، التصوير الفوتوغرافي السينما، التلفزيوني أو بمعنى أشمل التصميم الغرافيكي بجميع أطيافه.

ولا يمكن قطعاً أن تقويم هذه الأدوات والتجهيزات بعمليات الاتصال لوحدها دون أي تدخل إنساني[1]."

– إن هذا أوجد نظرية الاتصال التي تعتمد على العناصر الأربعة التالية:



١– المرسل: هو الهيئة أو الفرد الذي يود التأثير في الآخرين ليشاركوه أفكاره كالمصممين الغرافيكيين والمفكرين والفلاسفة والمدرسين والمذيعين ورجال الإعلام.

(١) د. اسماعيل سعيد التعليم والإعلام، بحث في مجلة عالم الفكر العددان ١+٢، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، دولة الكويت، ص١٠٠–١٠١.

٢- المستقبل: هو الفرد أو الجماهير التي يوجه إليها المرسل رسالته مثل الجماهير التي تطالع الإعلانات في الصحف والتصاميم الغرافيكية التي تمثل الشركات والمؤسسات العامة والخاصة – من العامة و الخاصة، وكذلك من يصغون إلى البرامج الإرشادية والأطفال الذين يتلقون المعلومات والخبرات المكتسبة بوساطة الرسوم المتحركة والصور المتحركة وتصميم الألعاب الرقمية الذكية.

الرسالة: هي جملة الأفكار والمفاهيم التي يود المرسل إيصالها إلى المستقبل بما يتناسب وقدراته على استيعاب تلك الرسالة.

– ويؤكد جون ديوي أن الاتصال هو (عملية مشاركة في الخبرة) بين شخصين أو أكثر حتى تعم هذه الخبرة وتصبح مشاعاً بينهم ويترتب عليه حتماً إعادة تشكيل وتعديل المفاهيم والتصورات السابقة لكل طرف من الأطراف المشتركة في هذه العملية ويؤكد ديوي على مفهومين في تعريفه الاتصال وهما:

أ. الخبرة.

ب. المشاركة في الحصول على الخبرة.

كما لعبت المطبوعات دوراً هاماً في انتشار الصحافة الحاضن الأول لفن الإعلان في بلادنا العربية وهي الوسيلة الوحيدة للتداول آنذاك وقد وصلت المطبعة الشرق العربي في أوائل القرن السابع عشر إلى (دير قزحيا) من أعمال الشام وفي مدينة حلب أنشئت المطبعة العربية سنة ١٧٠٣، واقتصرت على نشر الكتب الدينية كالإنجيل والتعاليم المسيحية دون غيرها وكانت مدينة الاسكندرية أول مدينة مصرية تقام بها مطبعة أدخلها نابليون سنة ١٧٩٨م وظهرت أول جريدة في الوطن العربي في مصر سنة ١٨٢٨م وهي بعنوان: (الوقائع المصرية).

وكانت الصحف في ذلك الحين إلى الخمسينات من القرن الماضي تلعب الدور الأساسي في انتشار فن الإعلان الصحفي الذي ظهرت منه صورة المرأة بحدود الإعلانات عن السلع أو بالإعلانات الدوائية أو بوساطة الإعلانات عن الأفلام السينمائية التي ازدهرت في مصر في النصف الثاني من القرن العشرين إلى أن انتقلت إلى الإعلانات السينمائية الملونة والتلفاز.

صورة المرأة وأنماط التصميم الغرافيكي في أوروبا (القرن العشرون):

"في الستينيات من القرن الثامن عشر ١٨٠٠م تم تخطيط وبناء عاصمة الامبراطورية الهنغارية النمساوية Austro-Hungarian وتم بناؤها على شكل مدينة حديثة بأسلوب عصر النهضة.... إذ استخدم كل من موريس وفان دوفيلد Henry van de velde وهو بلجيكي عمل مع موريس .. إذ استخدما الذوق المرئي المحلي كدليل على أهمية الأخلاقيات التي كانت العنصر الرئيسي في أفكارهما وكما هو الحال لموريس وفان دوفيلد من فنانين التصميم في فينا وقام الرسام غوستاف كليمت Gustav Klimt الذي كان مسؤولاً في فينا بتشكيل أول جمعية للفنانين عرفت باسم المنعزلة secession التي قادها بعيداً عن الأنماط التاريخية.. إذ طورت له ملصقات معارض الغرافيك للمعتزلة ولغة غرافيكية تشكيلية واسعة وغنية بالتعابير التي مزجت بين الرسم الإيضاحي illustration والزخرفة والنص معاً.... وفي فينا خضعت الأشكال التقليدية للحروف الأبجدية لأساليب جديدة ولم تؤثر على مقدرة قراءة الحروف.

ومن المصممين الذين انضموا إلى الفنانين المعتزلة عام ١٨٩٩ أوتو ويغنر Ottowagner الذي كان له أسلوبه المعماري بالإضافة إلى حروفه ورسوماته المميزة مثال ذلك واجهة مبنى مكتب البرق Die Zeit عام ١٩٠٢ التي كانت مشابه لأعمال غرافيك في فيّينّا إذا استخدم المربع الصغير ليكوِّن فكرة زخرفية هذا المربع الذي ترك أثراً مهماً في عمل الغرافيك في العشرينات من عام ١٩٠٠ وأصبح هاجساً فنياً لورشات عمل فيّينّا[١]."

"ثم أصبح تصنيع وتسويق الحرف الذي صمم عام ١٩٠٣ مساعد أوتووغنر Ottowagner وهو المصمم جوزيف هوفمان Josef Hoffmann والمصمم كولمان موزر Koloman Moser . وكلاهما أستاذان في مدرسة الفنون والحرف في فيينا بدعم من Fritz warndorfer صناعيٌّ راعيٌ لتشارلز ماكنتوش Charles Rennie Mackintoch والرسام الإيضاحي وجامع لرسومات بيردسلي A beardsley[٢]."

ويظهر للمشاهد أن هذا الرسم يحتوي تكويناً هو الأقرب إلى الصور اليابانية إذ يستخدم الرسام الخطوط اللينة لتظهر صورة المرأة برسم تخطيطي مبسط في مشهد قريب من الواقع بأسلوب زخرفي يظهر تأثير الفنون الشرقية في شرقي آسيا على الفن الغرافيكي الأوروبي وبأسلوب رمزي يتعدى النسب التشريحية المألوفة وكذلك التوازن الملحوظ بين مساحتي الأبيض والأسود يشكل منسجم ومتوازن وإلغاء للبعد الثالث.

---

(١) د. يازجي أحمد، تاريخ التصميم الغرافيكي، منشورات جامعة دمشق، ٢٠١١-٢٠١٢، ص٥٨، ص٥٩ (بتصرف).

(٢) نفس المرجع، ص٦١.

"– وكان الإصدار الشهري لمجلة (النبع المقدس Sacred Spring) تبنياً للشكل المربَّع (انظر الشكل٢١ فصل ١ مبحث ٣) ويظهر في هذا الغلاف بورتريه لإمرأة بلونين الأبيض والأسود بأسلوب تعبيري للمصمم الفريد رولر Alfred Roller عام ١٨٩٩ أي نهاية القرن التاسع مطلع القرن العشرين[١]."

وفي الحرب العالمية الأولى بين عامي ١٩١٤–١٩٢٠ والتي دارت رحاها في أوروبا وامتدت إلى بعض الدول شرق وجنوب البحر الأبيض المتوسط لم يكن فن الإعلان قد ظهر في شرق وجنوب المتوسط باستثناء بعض الدول المستعمرة من قبل فرنسا في المغرب العربي أو البريطاني في مصر، في بعض الصحف والمجلات المنتشرة في هذه البلاد. باستثناء لبنان وسورية حيث كانتا تحت الحكم العثماني تسيطر عليهما الأمية والتخلف الاجتماعي إلى أن انطلقت الثورة العربية الكبرى على يد الشريف حسين شريف مكة بمساعدة الإنكليز عام ١٩١٨.

ولا يوجد ما يثبت ظهور الفن الغرافيكي كما هو سوى جهاز الطباعة القديم الموجود في قسم الحفر في كلية الفنون الجميلة جامعة دمشق الذي يظهر وجود ولادة الفن الغرافيكي في شرق المتوسط وفي دمشق على نطاق الطباعة الصحفية البسيطة باستثناء لبنان الذي بدأت فيه طباعة بعض الكتب. (وفي تلك الفترة لم يكن أي حضور لصورة المرأة في النشأة الأولى لفن الطباعة في شرق المتوسط)،في كل من سوريا ولبنان، "وكانت المجلة الشهرية TWEN من أهم الإنجزات النموذجية الألمانية في هذهالمرحلة وكان أول صدور لها في١٩٥٩ وعدة أنها البديل الألماني لمجلةESQUIRE الأمريكية إذ كان لها الشكل الخارجي نفسه تقريباً إذ جذبت اليها لشباب الغني في المانيا وقامت بدمج صورة موسيقى البوب ونجوم السينما وصور الأساتذة مع تقارير ثقافية وإجتماعية موضوعية ،واستخدم مصممها WILLY FLACHAUS ولي فلاكهاوس شبكة من أعمدة ضيقة جداً لإعطاء مرونة كبيرة ...وتعتمد على الصورة بوضعها نوعاً من المعالجة البصرية المؤثرة إن المتأمل لأغلفة مجلة TWEN يلاحظ مدى هتمام المصمم بصورة المرأة ومكانتها الإجتماعية وأناقتها وكذلك إستخدامها كوسيلة لتسويق الملبوسات وإظهار تقليعات الموضة أو إبرازها كممثلة أو موسيقية أوإظهارها بصورة إغرائية فاضحة [أنظر الشكل ٢٩].

– لقد أفرزت ملصقات الحرب في أوروبا أنماطاً تقليدية كانت أساس الدعاية السياسية في السنوات اللاحقة في إيطاليا وروسيا وألمانيا والإلهامات الوطنية التي كانت تركز على قادة فترة الحرب مثل ماركس ولينين... لتظهر التخوف من البلشفية والرأسمالية... وتظهر ملصقات ما بين عام ١٩١٤–١٩١٨ نقطة تحول فقد بدأت الرسوم التوضيحية تفقد وجودها في التقانات المرسومة في الغرافيك المطبوع وذلك لأنه أصبح من السهولة بمكان إعطاء طبعات أبيض وأسود بشكل آلي، إذ ساعدت مصابيح الفلاش وعدسات التصوير في الكاميرات على إعطاء صور أكثر دقة للأحداث والمشاهد وكذلك إضاءات الاستديو والمونتاج أعطت روحاً خاصة للصور الفوتوغرافية وحولتها إلى دراما.

---

(١) المرجع نفسه، ص٦١

في أوروبا التحق المصممون التجاريون مثل برنهارد Bernhard بجماعة الفنانين المبتكرين الذي رأوا إن التصميم الغرافيكي وسيلة لتوسيع هذا الفن إلى الحياة الحديثة، إذ امتنعوا عن استخدام طرق الطباعة التقليدية، واستخدموا الصور الفوتوغرافية لإعطاء تعابير وإيحاءات أكثر عمقاً، تمت معالجتها عن طريق المونتاج الذي أصبح فيما بعد يعدُّ تعبيراً نقدياً جديداً[١]."

المرأة والثورة التقانية المعاصرة في صناعة المعلومة الإعلانية:

"يقدر الناتج الكلي لصناعة المعلومات سنة ٢٠٠٠م بـ ترليون (مليون مليون) عملية حسابية في الثانية الواحدة وهو ما يوازي ٥٠ إلى ١٠٠ مرة الرقم القياسي لسرعته عام ١٩٩٣م... ويجري حالياً تصميم شبكات لنقل البيانات بمعدل ٣ جيكا بايت يمكنها –حسابياً – نقل مضمون يوازي ٥٠٠ كتاب في الثانية الواحدة، ولا يتعدى نسبة استغلال شبكات القمر الصناعي العربي عربسات (٢٨%) ، كما بلغ ثلث المهندسين في وادي السليكون في كاليفورنيا الذين يقدر عددهم بـ ٧٠ سبعين ألف يتحدرون من أصول صينية[٢]."

ونتيجة للتقدم التقاني الراقي الذي توصلت إليه غالب الدول حتى كاد يطلق على العصر الحالي (عصر المعلومات)، وقد توصلت ثورة الاتصالات التي تأثر فيها فن الإعلان والتصميم الغرافيكي الذي قدم أشكالاً جديدة قد تفوق الخيال لمظاهر جديدة لصورة المرأة بطريقة الرسوم أو الصور أو الدمى أو الصلصال المحرَّك. بما يتفق واختصاصات الاستوديوهات الكبرى مثل استديو (والدزني) في هوليود. وأصبح بمتناول حتى طلاب المدارس والكليات والمعاهد لأن ينتجوا أفلاماً متحركة وفي جميع دول العالم بما فيها قسم الاتصالات البصرية في جامعة دمشق، وهذا يعود لهذه الثورة التقانية في الاتصالات.

وإن هذا ما هو إلا دليل على المستوى الذي توصلت إليه سورية مقارنة بأمثالها من الدول المجاورة.

وقد أطلق البعض العديد من التسميات على المجتمع الذي يعيش هذا العصر فتارة يقال:

– مجتمع ما بعد الصناعة، مجتمع ما بعد الحداثة، مجتمع الثورة المعلوماتية.

---

(١) المرجع سابق، ص٧٦، ١٧٧،١٧٨

(٢) نفس المرجع ، ص١٠٧

المرأة وفن الإعلان والشراءلوجيا (بسيكولوجيا الشراء):

تتسابق الشركات والمؤسسات المنتجة للسلع التجارية في جميع مستوياتها للتنافس وخاصة المنتجة منها لسلع متماثلة الاستخدام مثل الأزياء، أدوات التجميل، الأثاث، السلع الغذائية، وسائل النقل... وهكذا إلى اجتذاب الزبائن للحصول على المزيد من الأرباح. باستخدام نموذج المرأة العصرية، مما استدعى هذه الشركات الاستعانة بخبراء في علم النفس والاجتماع وكذلك بالمصممين الغرافيكيين كمستشارين لتلك الشركات. في كيفية الدعاية لمنتجاتهم لجني المزيد من الأرباح.

"وتعتمد فكرة الشراءلوجيا المعاصرة على ربط مفاهيم الإعلان التجاري بمختلف تصاميمه الثابتة والمتحركة، على هيئة الملصقات الجدارية أو السينما المتحركة، الصورة المتحركة، الرسوم المتحركة. وكذلك بأشكال التصميم الغرافيكي الأخرى كمسألة السيطرة على الدماغ البشري بشكل غير مباشر بالابتعاد عن الإعلانات التقليدية المباشرة في افكارها.

مثل: التدخين قاتل، التدخين يضر بالصحة لعدم... وهكذا نجد مثل هذه الرسائل في التصميمات الغرافيكية في إقلاع الناس عن عادة التدخين، ولعل إظهار إمرأة جميلة تستل سيجارة من علبة سجائر هدفاً لاستمالة السيدات للتدخين هي أكثر نجاعة. أو ربما بالانتقال في أفكار التصميمات الغرافيكية بالعمل على ابتكار أو "تخليق" إدراك مناسب لقبول المتلقي الفكرة باختبار ما يناسب (مدركات دماغ الزبون) لجني المزيد من الأرباح.



وتوصلت العديد من الشركات بالسيطرة على (دماغ الزبون) من خلال عقد ثقة بينه وبين "اللوغو" أو الماركة الخاص بالشركة[1]."

أو بما يسمى قدح الشرارة في دماغ الزبون لدفعه إلى شراء السلع، أو ما يمكن وضعه مجازاً تحت مسمى: (الإعلانات الدماغية)[*]. أو التسويق والدعاية الإجبارية واعتماداً على الصورة الإغرائية للمرأة.

---

(١) موقع قناة الجزيرة الوثائقية RT 340، فيلم وثائقي متلفز، ٢٠١٣/١٠/٣١، بتصرف.

(*) عندما تذهب إلى السوبر ماركت لشراء سلعة ما، بعد التسوق والعودة إلى المنزل نكتشف أننا اشترينا سلعاً لا حاجة لنا بها وأن مثلها ربما موجود في المنزل لدى العودة إلى العوامل نكتشف أننا وقعنا تحت تأثير التسويق والدعاية الإجبارية التي أجبرتنا ؟؟؟؟ لشراء هذه السلع الإضافية بتأثير وسائل الإعلان.

الإعلانات الدماغية:

– وتعتمد التصميمات الغرافيكية في هذا النوع من الإعلانات على قدح زناد دماغ الزبون بالسيطرة على "مقداح الدماغ" باستخدام لغة الجسد.

– وبما أن غالب المجتمع الذكوري في غالب المجتمعات هم من يمتلكون المال الخاص بالإنفاق اعتمدت الإعلانات الدماغية على (صورة المرأة) كإحدى أهم الوسائل في العديد من التصميمات الغرافيكية مستخدمة (لغة الجسد) إما بطرق إغرائية راقية أو أحياناً قد تبدو هابطة، إلا أنها قد تحقق أهدافها بالاجتذاب لشراء المنتجات والسلع المعروضة.

– كما تعتمد وسائل الإعلان الحديثة في تصميماتها الغرافيكية على ما يسمى بـ تحسين الوضع مثل: استغلال حاسة السمع والشم، بالدعاية لسلع مثل العطور ولصناعة إدراك رضائي مناسب لاجتذاب الشاري وهذا يعني المزيد من الأرباح.

– والسؤال المطروح عن كيفية "تخليق" (الإدراك الرضائي) لدى الزبون باستخدام لغة الجسد في صورة المرأة وذلك بطريقة (قدح الدماغ) باستثارة (الدماغ الزاحف) لدى المتلقي.

"– لقد أجرى الباحث مارك روز نويغ في جامعة كاليفورنيا تجارب على فئران المختبر حيث كانت غايته تحديد دور البيئة في نمو الدماغ وتطور جينته... وتوصل إلى نتائج مذهلة في تغيرات كيمياء الدماغ وبالتالي في حيوية العمليات الدماغية حيث لوحظ أن ثمة تطوراً مهماً في الاتصالات العصبية عبر تطور اتصالات جديدة في القشرة الدماغية مرتبط بآليات التفاعل بين البيئة والوسط الحيوي المحيط.

وقبل الاستفاضة في عالم التفاعل البيولوجي . البيئي لنمضي نحو البيئة الدماغية كما تقدمها البيولوجيا.

الدماغ: ينقسم الدماغ إلى نصفين كرويين وكل قسم بدوره ينقسم إلى ٤ أربعة فصوص:

الفص الأمامي أو الجبهي Fontal Lobe: يعتبر منطقة عالية التطور وتحتوي على أكثر القدرات الإنسانية، فهو يملك وظيفة التفكير بالعمل وتنظيمه ويساهم في التوقع الحركي . الحسي معاً.

ويؤثر في العلاقة بين الرؤية ووضعية وقوف الإنسان على قدميه بما يذكر بفاعليته على بدء انتصاب الإنسان مثل حوالي مليون ونصف المليون سنة فهو يسهم في التخطيط والتنظيم ويملك أنظمة تحكم على المستوى التنفيذي كما يقوم بتنظيم وتغيير الأفعال.

الفص الصدغي: Temporal Lobe

تتمحور وظائفه في التعرف على الأشياء والوجوه كما يتضمن الذكريات الخاصة بامعارف والخبرات السابقة وعلى علاقة بمختلف مهام الإدراك المعقدة ولاسيما إدراك الكلام.

Parital Lobeالفص الجداري:

يشارك الفص الأمامي في الإدراك البصري والتوجه المكاني العام وله دور هام في تبادل المعلومات بين الدماغ وبقية الجسم، "وفي دخولنا عالم الدماغ البشري والمقاربة بين أقسامه.. فإنه ثمة قسمين دماغيين يتنازعان الأضداد على المستوى البشري فمقابل القسم الحوفي / الطرفي / في الدماغ الذي اختص بالتدين والعاطفة الغيرية نجد أن (القسم الزواحفي) اختص بالعدوانية وسلوكيتها والسؤال المطروح هل البشرية هي حصيلة صراع بين قسم طرفي وقسم زواحفي؟"[١]"

وتوصل الخبراء في التصميم الغرافيكي إلى استخدام (مقداح الدماغ) من خلال دراستهم لتاريخ تطور الدماغ البشري منذ ٤٥٠ مليون عام وهو عمر الدماغ البشري بتطوره خلال هذه الحقب حتى توصل إلى وضعه الراهن فالدماغ البشري مكون من ٣ طبقات :

١- الطبقة الأولى: وهو ما يتعلق باستخدامه في حالات العدوانية، الفرار، استخدام الغرائز والرغبات ويسمى (الدماغ الزاحف).

٢- الطبقة الثانية: وهو ما يستخدم في استثارة الذاكرة والعواطف.

الطبقة الثالثة: وهو الأكثر حداثة في تكوين الدماغ البشري وبه يستطيع الإنسان السيطرة على المسائل الحسابية وممارسة الإنسان باستخدام اللغة، مثال: في إعلان لشركة أحذية تم استخدام صورة المرأة كعنصر تم توظيفه شكلياً من قبل المصمم في روابط علائقية بين الحذاء والأرض، ومجموع الشباب الذين جذبهم جمال الحذاء الذي ترتديه فتاة في منتهى الأناقة يبدو فيه تآلف الوحدات والعناصر في قوة بنائية الأشكال كنوع من الجذب في إثارة الغرائز الفطرية للدماغ الزاحف إذ بدى الأشخاص وهم يزحفون على الأرض تأكيداً لمفهوم الإعلانات الدماغية) التي يستخدم فيها غالباً العنصر الإغرائي لجسد المرأة في عمليات التسويق أراد المصمم أن يحول المعجبين إلى زواحف في مستوى تفكيرهم وعقولهم بل أيضاً في سلوكهم للوصول إلى الفتاة الجميلة التي تنتعل هذا الحذاء، لذا اعتبر الخبراء في فن التصميمات الإعلانية والغرافيكية بأن استخدام صورة المرأة العارية لاستثارة غرائز الزبائن باستخدام نظرية الإعلانات الدماغية وذلك باستثارة (مقداح الدماغ) ألا وهو (الدماغ الزاحف) لإغرائه لشراء السلع كما تراه في العديد من الإعلانات [انظر الشكل ٣٠-٣١-٣٢-٣٣-٣٤]. **ويستخلص مما تقدم:**

١- إن ثورة الإتصالات التي أثرت في والتصميم الغرافيكي الأوروبي و قدمت أشكالاً جديدة لصورة المرأة .

٢- أثرت الإبتكارات الجديدة على خلق أفكار إبداعية مواكبة لهذا التطور في كل من سورية وبعض البلاد جنوب المتوسط وخاصة مصر في مجال الرسوم المتحركة والإعلان.

٣- أدى إدخال العامل النفسي لمجال التصميم الغرافيكي الأوروبي إلى إستغلال صورة المرأة بشكل فاضح أحياناً.

---

(١) د. خليف بشار. نشوء فكرة الألوهة، مراجعة وتدقيق د. محمد محفل، الأهالي. دمشق ٢٠١٠م ص٩-٢٦.

وسائل التصميم الغرافيكي: هناك عدة وسائل يستخدمها المصمم وفق الرسالة الإعلانية لإيصالها إلى الجمهور المستهدف مثل:

١- الترويج للعلامة التجارية.(اللوغو LOGOS)
٢- التحذير بصورة غير مباشرة.
٣- تحسين الوضع بتخليق حالة رضائية لدى الزبون.
٤- صناعة الإدراك المناسب في دماغ الزبون.
٥- ضغط شرارة (المقداح الدماغي) لدى الشاري.
٦- استخدام لغة الجسد (استخدام الصورة الإغرائية للمرأة).
٧- استخدام التقانات الغرافيكية بالخط واللون والمساحة.
٨- استخدام وسائل التسويق العصبي.
٩- التسويق والدعاية الإجبارية بالسيطرة على دماغ الزبون.

المرأة في أشكال الاتصال المعاصر:

تشترك أشكال الاتصال المعاصر إلى اتباع أساليب الترغيب والترهيب فالترغيب بمحافظة الأنثى على شبابها الذي يجب أن لا يزول ولو تقدم بها العمر هو الأسلوب المعكوس لتلك الرسالة الإعلانية ألا وهي الخوف والرهبة من الشيخوخة لدى العديد من السيدات.

وبما أن الرسائل الإعلامية بوساطة الإعلانات المتلفزة في غالب الأحيان قصيرة المدة أو مكلفة أو باهظة الثمن وتدخل أحياناً في الأوقات غير المنتجة في حياة الناس (لحظة الجلوس أمام التلفاز) على سبيل المثال، أو في لحظة المرور في الشارع بالحافلة أو السيارة الخاصة.

إلا أن هذه الرسالة على قصرها لها هدف تطويعي أو تطبيعي بمعنى أكثر دقة ورغم كل محاولات تقييد الصورة الإعلانية وخاصة ذات الإنموذج النسوي من الخروج عن الحشمة وراء الانسياق العاطفي لترويج السلع، إلا أنها تأخذ طريقها إلى المستقبل وهذا ينطبق على جميع وسائل الإعلام الحاملة لفن التصميم الغرافيكي الإعلاني الخلاعي الذي يستغل صورة المرأة.

"ويتفق كل من الحامل (الإعلام) والمحمول (الإعلان) في محاولة السيطرة والتحكم في عقول الناس وسلوكهم اليومي ولكلٍ هدفه وغايته."والإعلان ما هو في جوهره إلا رسالة ولو أنه رسالة مدفوعة، وإذا كانت رسالة فهو إما أن يكون أخباراً أو معلومات أو ترفيه أو الثلاثة معاً مجتمعة فإن رغبة المشاهد أو القارئ للرسالة الإعلانية ترتبط بحاجته للمنتج والمعلومات ، أو القيمة الترفيهية للإعلان نفسه.

وللقراء بلاشك رغبة عارمة في إعلانات عن أسعار السلع كما تباع بالتجزئة في الصحف، وتلك الخاصة بالإصدارات المتخصصة[1]."

وتصدر في الدول الأوروبية والصناعية أو الدول المنتجة للمواد الغذائية أو السلع الاستهلاكية مجلات خاصة بأسماء الشركات توزع مجاناً إلى كافة دول العالم كنوع من الدعاية الإعلانية وفق حملاتها الإعلانية للترويج العالمي لمنتجها. بما فيها الأدوية والعقاقير الطبية.

وكذلك بوساطة المجلات المصورة والمزدانة بأجمل الصور لأشهر نجمات السينما أو عارضات الأزياء، أو ربما باللجوء إلى استخدام اللوحات الفنية العالمية لترويج تلك السلع [انظر الشكل ٢آ–ب مبحث٢–فصل٢] وهنا يختلف دور الصورة التمثيلية ذات الهدف الإغرائي التي تنتقل في الصحيفة بين أيدي المهتمين في بعض العلوم أو الاختصاصات التكنوقراطية الذين ينظرون إلى الإعلانات الأنثوية الأنيقة على أنها (ضرب من الرفاه) أو أنها "إعلانات طفيلية" على المواضيع التي تخصهم.

ففي المجلات التي تسوق الأجهزة الطبية على سبيل المثال فهم يقدمون الإعلان عنها بصورة علمية تعتمد على المسائل العقلانية لبيان حداثة الجهاز ولا يمكن مخاطبة مثل هؤلاء التكنوقراط إلا برسالة خاصة بهم كأن يأخذوا إنموذجاً لفتاة جميلة على هيئة ممرضة أو مساعدة تقف إلى جانب عارض الجهاز، أو أن يدخل المصمم الغرافيكي مداخل غير مباشرة لاجتذاب مثل هؤلاء، بما يسى الإعلان التفاعلي.

– وربما أدى التنافس التجاري بين المنتجين إلى تحويل العديد من وسائل الإعلام إلى مجلات أو محطات تلفزة أو إعلانات هي مخصصة لغايات تجارية محددة إلا أنها لا تغفل دور الأنثى لتلميع الموضوع الإعلاني أو إضفاء نوع من الحميمية أو العائلية استقطاباً للمشاعر الأمومية أو الأبوية وخاصة عند الترويج للسلع المنزلية وألبسة وألعاب الأطفال أو الإعلانات الخاصة بالترويج لبيع العقارات في مشاريع الإسكان.

– ولا يمكن لأي إعلان من الإعلانات مهما كان تصميمه ناجحاً ما لم يمر وفق أدوات الإعلام وبرامجها التي ينتظر الناس مشاهدتها على التلفاز وفي المجلات في أوقات محددة تهمهم ولكل فرد من أفراد الأسرة، ذوق وفق إهتماماته الخاصة،

---

(١) د. علي سعيد اسماعيل، المجلس الوطني للثقافة والفنون، الكويت، عالم الفكر، مج٢٤، عدد ١–٢، سبتمبر، اكتوبر ، ١٩٩٥، ص١٠٤

المرأة والحملة الإعلانية:

تدخل الحملة الإعلانية ضمن مفهوم الأولويات أو الاستراتيجية Stratigique الإعلانية، وفق ما يرغبه المعلن وبمقدار ما يدفع من أموال لترويج سلعته وبذلك يمكنه التحكم بوسيلته أو رسائله الإعلانية.

وتسمى الحملة الإعلانية أو كما تسمى في اللهجة الدارجة (الدعايات) البروباكاند وهي كلمة من أصل لاتيني Propaganda ويمكن تعريف الحملة الإعلانية (في محاولة فرد أو مجموعة من الأفراد الترويج لفكرة للسيطرة بها على عقول وسلوك الآخرين).

وتتميز الحملات الإعلانية بأنها جملة من التصاميم الغرافيكية المترافقة مع الصور التمثيلية والعبارات والحركات وفق برنامج ممنهج للتأثير على الآخرين بهدف الاستجابة لتلك الحملة.

وهنا يقع على المصمم الغرافيكي أن يختار المواضيع الفنية الذكية والجذابة باستخدام المدخل الفني لمواضيعه الإعلانية. وتكون المرأة النموذج الأمثل والأكثر ذيوعاً.

كما يجب على المعلن أن يتفهم إبداعاته التي لا يمكن إلا أن تكون وفق المواضيع والأهداف المحددة مسبقاً من أصحاب الحملة وعليه أن يتصرف فنياً في خدمة تلك المواضيع والأهداف.

– ومن أهم الحملات وأكثرها شيوعاً في أوروبا، الحملات الانتخابية، الحملات ضد الفساد، الحملات ضد الأمراض والمجاعات، وحقوق المرأة، والعنف ضد المرأة، والحملات الدعائية للمغنيات والممثلات السينمائيات والأغاني والحملات للحفاظ على البيئة ،وحروب التبغ والمخدرات... وفي مثل هذه المجالات وإن المصممات الإعلانية لهذه الحملات ليست من الضروري أن تكون المرأة إنموذجاً وحيداً لها. إلا إذا كانت المرأة عنصراً مقرراً سلفاً من أصحاب الحملة نفسها، وعلى المصمم التقيد بها.

ولابد في سياق هذا البحث من معرفة صورة المرأة في أعمال الفنانين المصممين الغرافيكيين الأوروبيين في المجالات المختلفة وكذلك إدراك مظاهر صورة المرأة في بعض الأعمال الغرافيكية وفي إعلانات بعض فنانين شرق وجنوب البحر لمتوسط وإجراء بعض التحليلات الفنية لنماذج من هذه الأعمال الإبداعية للعديد منهم ، والمقارنة بين فن الإعلان الأوروبي وإنعكاساته على بعض الفنانين الغرافيكيين في بعض دول البحر الأبي المتوسط .

(الشكل ٢٥)



إعلان مصمم غرافيكي يستخدم صورة المرأة البورتريه بأسلوب كياروسكورو حول الكبت العقلي وحرية الكلام للمرأة

حملة اعلانية بمناسبة يوم المرأة العالمي ،ألمانيا المصدر: www.jugendessl.onch

(الشكل٢٦)



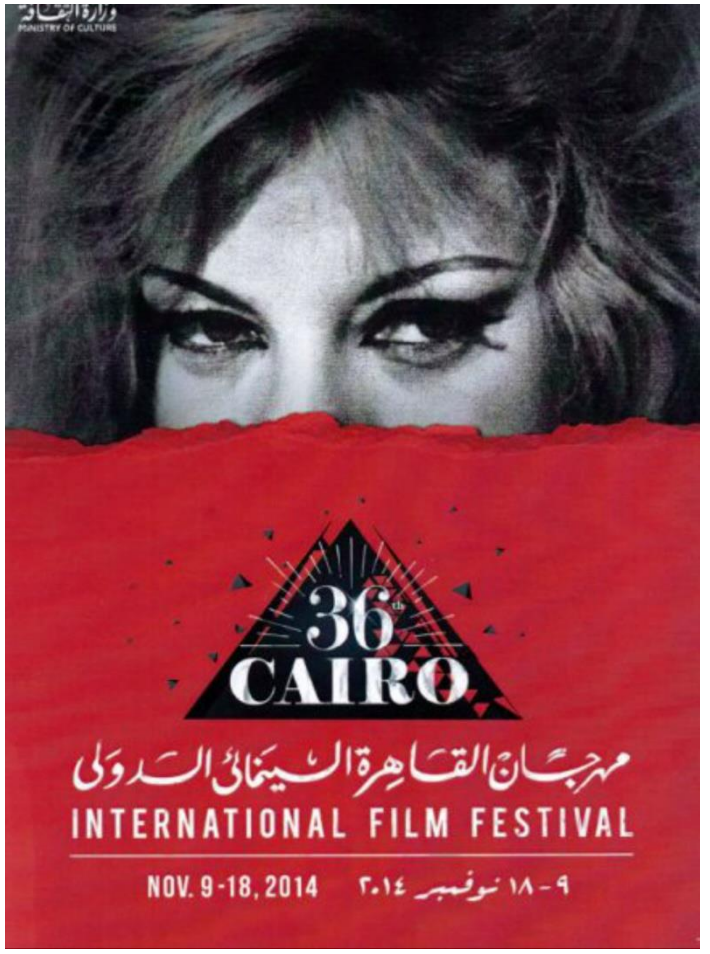
ملصق جداري معاصر يظهر مناهضة العنف ضد المرأة. اليوم العالمي، باستخدام العلامة بصرية، لطخة الكف، للرمز به كجريمة بحق المرأة.

---

*المصدر : المركز الفلسطيني لحقوق الانسان www.pchrgaza-org

(الشكل٢٧-٢٨)





صورة المرأة في الإعلانات السينمائية المصرية في النصف الثاني من القرن العشرين، ٢٠١٤م

(الشكل٢٩)



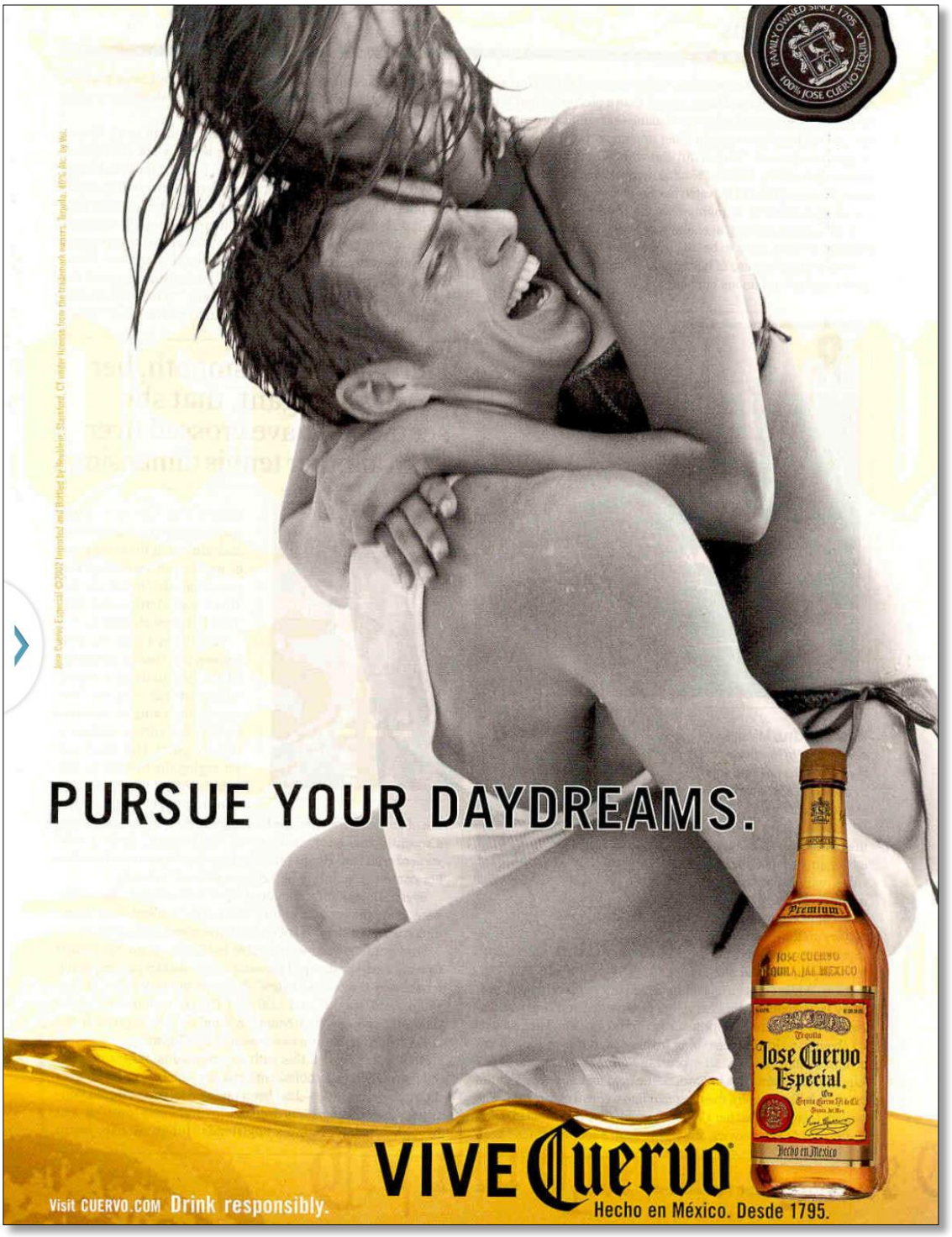
مجلة TWEN الألمانية للمصمم الغرافيكي ويلي فليكهوس willy fleckhaus (١٩٥٦) تظهر فيها صورة المرأة المعاصرة لتسويق بعض صرعات الموضة بأسلوب فني يوازن بين (التايبوغرافيا) والصورة المعلنة .

(الشكل ٣٠)



إنموذج لإعلان دماغي بإثارة الدماغ الزاحف لدى المشاهد. باستخدام العنصر الإغرائي لجسد المرأة شركة بيع أحذية. لشركة ZU (القرن العشرون).

(الشكل ٣١)



إنموذج لفن الإعلان الفوتوغرافي الدماغي الصحفي الذي يستثير الدماغ الزاحف لتسويق نوع من المشروبات الكحولية في أوروبا (القرن العشرون) (ماركة جوز غيرفو) التي تأسست عام١٧٩٥م

(الشكل ٣٢)



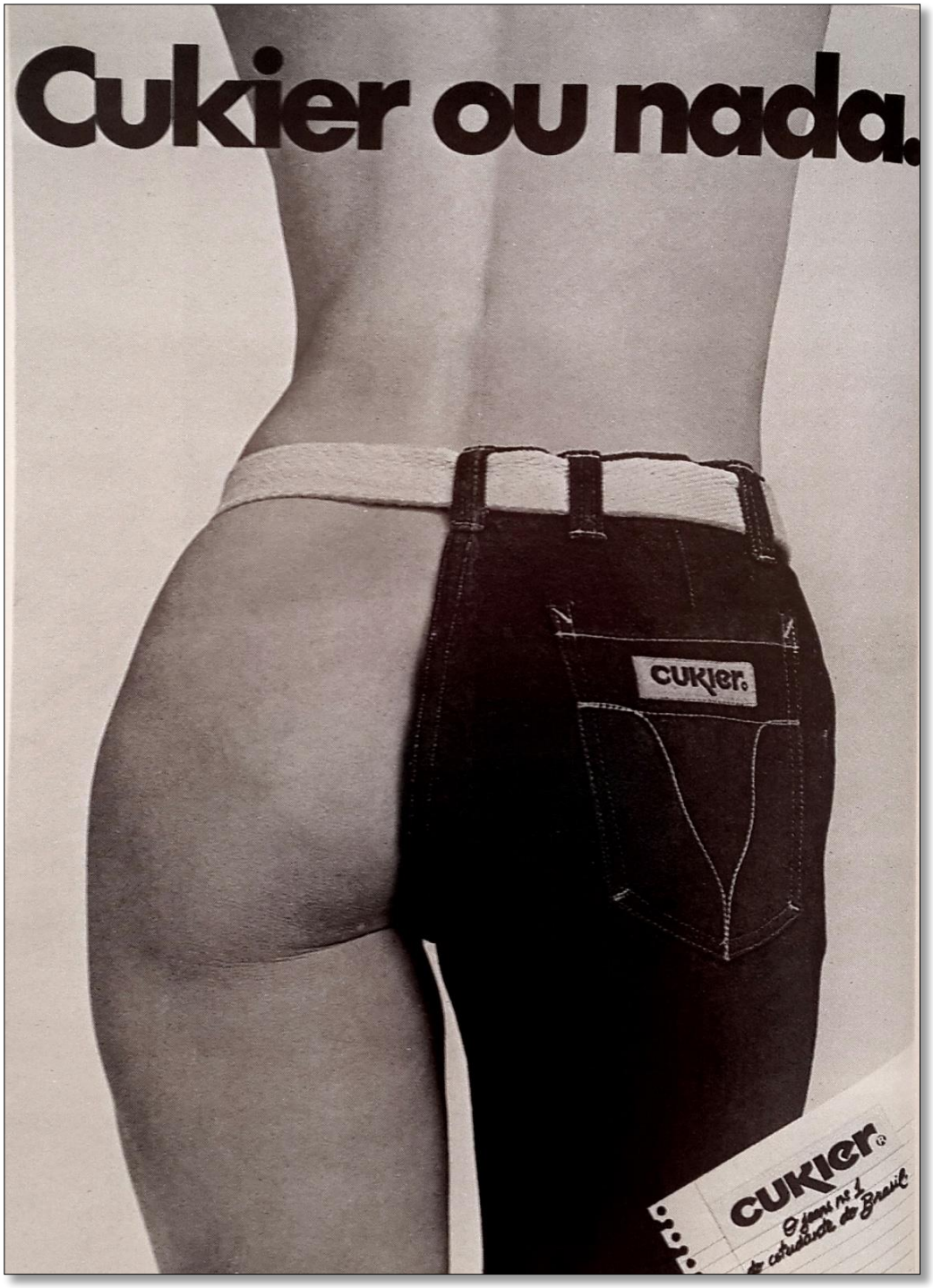
إنموذج لإعلان أوربي تستخدم فيه صورة المرأة الفوتوغرافية العارية لإثارة غرائز المشاهد. لشركة جيفنشي للعطور، وهذا النموذج من الإعلان شائع انتشاره كإعلان صحفي في العديد من الصحف شرق المتوسط. (القرن االعشرون)

(الشكل٣٣)



إنموذج لملصق يعتمد على الصورة الفوتوغرافية يظهر استغلال صورة المرأة سمراء البشرة لتسويق سلعة تجارية لشركة كاباشينو باستخدام أسلوب (الشراءلوجيا) وإثارة غرائز الجمهور المستهدف.(القرن العشرون)

(الشكل ٣٤)



ملصق (ملصق) للمصم الغرافيكي سباسيتيا باربازا Sebastiao barbosa يستخدم جسد المرأة بإسلوب إغرائي كإنموذج لفن الإعلان الدماغي (الشراءلوجيا) لاستثارة الدماغ الزاحف لدى المشاهد لتسويق سلعة تجارية لشركة كويكر لصناعة بنطلونات الجينز. (القرن العشرون).

الفصل الثالث

- المبحث الأول:المرأة في أعمال بعض المصممين الغرافيكيين في أوروبا شرق وجنوب المتوسط
- المبحث الثاني: المرأة في أنماط الإعلان والصحافة والسينما والتلفزة شرق وجنوب المتوسط
- المبحث الثالث:مظاهر صورة المرأة في التصميم الغرافيكي المعاصر (في أوروبا شرق وجنوب البحر المتوسط)
- المبحث الرابع:أنماط التعبير في التصميم الغرافيكي المعاصر(في أوروبا شرق وجنوب البحر المتوسط)
- المبحث الخامس:المظاهر المختلفة لعنصر المرأة في التصميم الغرافيكي الحديث والمعاصر
- المبحث السادس:دراسات وتحليل فني جمالي لنماذج من عينات البحث(تصميم غرافيكي)
- تجربة الباحث الفنية الابداعية.
- نتائج البحث
- توصيات البحث
- ملحقات البحث.
- مراجع البحث.
- الإعلام والتواريخ
- المصطلحات باللغتين الفرنسية والانكليزية
- ملخص البحث باللغة العربية.
- ملخص البحث باللغة الإنكليزية

المبحث الأول

المرأة في أعمال بعض المصممين الغرافيكيين أوروبا شرق وجنوب المتوسط

يَعتبر الكثير من النقاد أن (بيت موندريان) المولود عام ١٨٧٢ من أحد الذين أسسوا لفن التصميم الغرافيكي. بالرغم من أنه كان فناناً تشكيلياً ،وذلك لاستخدامه الشبكات (grids) في لوحاته التي سماها (تكوينات) وكانت الشرارة الأولى لظهور (نظام الشبكات (grids system). في فن الإعلان، وقد تطور فن الإعلان بمفاهيم جديدة خاصة وأصبح المصممون الغرافيكيون يلعبون دوراً هاماً بربط العلاقة البصرية التمثيلية بالسلع المنتجة للسيطرة والعمل على إثارة أدمغة المستهلكين بأسلوب بصري جذّاب بمدى قدرتهم على التلاعب والتعامل الذكي بين اللون والشكل والرغبة باستخدام الصور التمثيلية المغرية للرجال والنساء على حد سواء. وقد لقي إنموذج المرأة في هذا النمط من الفن دوراً هاماً بدأ به الرواد من المصممين الغرافيكيين. في أوروبا وانتقل بعد ذلك إلى أنحاء العالم. [انظر الشكل١–أ] ورغم تلاشي صورة المرأة التمثيلية في أعمال الفنانين التجريديين ممن أسسوا للتصميم الإعلاني الحديث أمثال : بيت موندريان إلا "أن بعض شركات الألبسة استخدمت تلك التصميمات الفنية على الأزياء النسائية التي تُصممها الشركة مثل:شركة(ايف سان لوران) الفرنسية خريف عام ١٩٦٥"(٢) [أنظر الشكل ١–ب]

نشأة فن الإعلان poster في أوروبا :

يعتبر لوترك من الرعيل الأول الذي مهد لنشوءفن الإعلان الأوروبي ومن الذين أهتموا بإظهار صورة المرأة في ملصقاته الجدارية وكان جول شيريه أول من أتبع خطى لوترك وتأثر به.

"وعندما يقال أن الحفر(الغرافيك) الذي يستخدم في فن الإعلان لعلاقة كل من فني (الغرافيك) والتصميم الغرافيكي بفن الملصق كونهما فنان طباعيان، ويوظفان في مجالي الصحف والكتب.

والفن الدعائي أو الإعلان هو ما يعرف بالملصق الجداري و(الملصق المطبوع) الذي يُصمم من أجل أن يفهمه الناس من نظرة سريعة، وهو يجمع مؤثرات بصرية مركزة ومختصرة، لها تأثير مباشر وذات مقدرة على اجتذاب النظر والانتباه، ولكي يكون كذلك ينبغي أن يحتفظ الملصق بالوضوح والتميُّزْ وإن يعبر عن الفكرة بتكوين مبسط ومكثف في كل جزء منه ،وعلى الفنان المصمم تحقيق الفكرة التي يقصدها فإن عليه التغلب على تلك المشكلات. مما يتطلب عصراً ذهنياً عميقاً. أو ما يسمى في المصطلح الفني: القذف الذهني أو العصف الذهني ،إن لهذا النوع من الفن تأثير على الحياة الاجتماعية لتوسيع المعارف السياسية والثقافية ،لقد ساعد التوسع الصناعي الذي حدث في القرن التاسع عشر إلى انتشار فن (الليتوغراف) هذا الفن الذي اكتشف عام ١٧٩٨ من قبل (ألَيوسى سينيفلدر) Alois Senefeldr في ميونخ وعلى الرغم من عدم إتقانه حتى وقت متأخر فإنه كان من الممكن عام ١٨٤٨م طباعة ما معدله ١٠,٠٠٠ نسخة في الساعة الواحدة، وهو يعتمدعلى نظرية جديدة هي مضادة الماء للمواد الدهنية ، وأهم الفنانين الذين مارسوا هذه التقانة من بعده لوترك وجول شيريه الذي أهتم هو أيضاً بموضوع المرأة ،وفي ألمانيا ظهرت أعمال الفنانين: جون رسكن، وليام موريسن اللذان اهتما بالحروف والتقانة والألوان البسيطة، وقد وضحّت أعمالهم التصميمية في حركة (الباوهاوس) في ألمانيا من (١٩١٩. ١٩٢٨) وقد ساهمت هذه الحركة في إثراء وارتقاء

تصميم الملصق بطرق جديدة ،وتأثر فن الإعلان الجداري بالاتجاهات الحداثية في الفن المعاصر وظهرت تأثيرات الاتجاهات المستقبلية، والتعبيرية والمستقبلية والسوريالية جلية في فن الإعلان وطرائق تصميماته

صورة المرأة في الإعلان الحربي والسياسي:

ورغم أن الملصق الجداري كان في بداياته ملتصقاً بالمبدأ التجاري تلبية لحاجات السوق الأوروبية، إلا أن هذا لم يمنع من ظهور (الملصق الجداري السياسي) ضد أشكال الحروب والاستعمار وخاصة في الدول المستعمرة التي تعبر عن روح النضال وشحذ الهمم وروح الفداء من أجل قضايا الحرية وتوعية الجماهير، وكان لهذا الفن الأثر البالغ باستخدامه عناصر متعددة منها عنصر المرأة المناضلة أثر بالغ في اندلاع الثورات ضد الدول المستعمرة. [أنظر الشكل ٢] وقد تحققت لدول مثل (كوبا) أن تحتل مكاناً هاماً في تصميم (فن الملصق الجداري) في العالم، إذ قدم هذا البلد أعمالاً إعلانية ذات استفادة جيدة من تجربتي الشرق والغرب تحمل من فكرها الاشتراكي كل مضامين الثورة ولوغواتها" [(١)]. أما في بولندا (بولونيا) فقد اكتسب الملصق مكانة عالية ومتميزة في الأفكار والتكنيك. (والجدير بالذكر. أن أحد كبار الفنانين وهو المصمم الغرافيكي (جيريزي سيروكفسكي) من أهم المصممين الغرافيكيين البولنديين قام بتدريس التصميم الغرافيكي في كلية الفنون الجميلة جامعة دمشق في النصف الثاني من القرن الماضي). ولفن الإعلان البولوني دور على صعيد الفن الغرافيكي الأوروبي، كما استخدم فن الملصق الجداري لتعبئة الجماهير وإظهار الشعور الوطني إذ استخدمته (الثورة الفلسطينية) ضد التوسع والاستيطان الاسرائيلي في صراعها ضد الحركة الصهيونية العالمية. لتعبئة الجماهير وإظهار الشعور الوطني وكان للمرأة في هذه الإعلانات الدور الهام في الإعلان السياسي الذي يظهر دور المرأة الإنساني في الحربين الكونيتين في مواساتها لجرحى الحرب [انظر الشكل٣-٤] ، وفي أوروبا ظهرت الإعلانات لعدد من المصممين وكذلك بعض المجلات الكاريكاتورية وكانت هذه الإعلانات مكرسة لخدمة المتحاربين، وكانت لويلات الحرب أثرها الواضح على مواضيع الإعلانات التي غابت عنها الملصقات التجارية. ومن أهم الفنانات المصممات الغرافيكيات آنذاك المصممة الألمانية جيس سميث Jesse Smith التي استخدمت رموزها الغرافيكية بكل مهارة وبراعة ووضوح مستخدمة صورة طفلة صغيرة وهي تلصق لوغو الصليب الأحمر عام ١٩١٨ إذ يوضح هذا الملصق استخدام صورة الطفلة لاستعطاف المشاهدين لمساعدة جرحى الحرب بأسلوب رمزي. [أنظر الشكل٥]

---

(١) د.فتحي أحمد، الغرافيك المصري ،الهيئة العامة للكتاب.مصر .القاهرة ١٩٨٥ ص١٩،٤٩.

المرأة والتصميم الغرافيكي في مجال الصحافة Journalisme

وتشمل أشكالاً متعددة وهي:

١. الرسوم التوضيحية Illustrations

٢. رسوم الكاركاتيور Caricature

٣. فن إخراج الصفحة والكتب، Books.

الرسوم التوضيحية في بعض البلاد العربية Journalisme:

"ظهرت الرسوم التوضيحية في الغرافيك الأوروبي لأول مرة فيما سمي (المخطوط المضيء) في العصور الوسطى عندما شرع الرهبان بتزيين(*) المخطوطات بالذهب والفضة، كما ظهرت الرسوم التوضيحية بشكلها الجلي أواخر القرن الخامس عشر وكان الفضل لعامل الطباعة آلبرخت فيشر، أما في البلاد في جنوب البحر المتوسط وفي مصر تحديداً غالباً ما تصاحب الصحف والمجلات الملونة الخاصة بالأطفال وكذلك قد تصاحب القصص الأدبية والشعر والعلوم، والفنون والكتابات الدينية والفلسفية. وكان لصورة المرأة ظهور واضح وقد مارسها العديد من الفنانين في كل من سورية ومصر ولبنان باقتدار وأصبح هذا الفن بعكس اتجاهات ومذاهب في التشكيل الفني أمثال الفنانين ممن احترف هذا النوع من الفن أمثال:

بيكار، والحسين فوزي، وجمال كامل، وكمال أمين، وصلاح عبد الكريم ويوسف فرنسيس، ومأمون وهبة، عنايت، وأبو العينين، وحلمي التوني، ومكرم حنين، ومحمد قطب، واسماعيل دياب، وفتحي أحمد، ومحمد حجي، ونبيل تاج، وسعيد المسيري، محمد أبو طالب، رضا عبد السلام.... وآخرين في مصر. (١)"

وفي سورية في النصف الثاني من القرن الماضي كان بعض الفنانين العاملين في مجال الصحافة يرسمون صوراً جمالية فيها أشكال وتكوينات لعبت بها المرأة دوراً هاماً ولربما كان لها الدور الأكبر في الصور التوضيحية وخاصة في رسوم الجرائد اليومية والمجلات الأسبوعية والشهرية بأساليب تعبيرية يغلب عليها الطابع الرمزي والتعبيري وتأخذ غالباً أسلوب الرسوم السريعة.

أمثال الفنانين: ممتاز بحره، ونذير نبعه، والعديد من الفنانين التشكيليين مثل جليدان الجاسم، وفنانون آخرون، وكان لإنموذج المرأة دورٌ هامٌ في هذه الرسومات المرافقة لنصوص الصحفية وجاء هذا تقليداً لمخرجات الصحف والمجلات الأوروبية.

وكانت صورة المرأة هي المحور الذي تدور حولهاالتصاميم الشكلية للتعبير عن محتوى النصوص المنشورة في تلك الصحف والمجلات بأسلوب فيه المزيد من الجرأة أحياناً. تأثراً ببعض الفنانين الأوروبيين المعاصرين [انظر الشكل٦]

---

(١) فن الغرافيك المصري، فتحي أحمد ، المطبعة العامة للكتاب مصر عام ١٩٨٥ ص٢٧.

(*) أن يزينوا (هكذا وردت في المرجع) .

المرأة ورسوم الكاريكاتير :caricature (النشأة المعاصرة)

كان هناك في الفترة ما بين القرن الثامن عشر والتاسع عشر في فرنسا حركة واضحة المعالم لفنانين فرنسيين مارسوا فن الكاريكاتير في الصحف والمجلات وكان لقوة هذا الفن في ذلك الوقت التأثير على الحكومات والشعب وكانت أعمال هؤلاء الفنانين تترجم الحياة الاجتماعية والسياسية وكانت المرأة تلعب دوراً هاماً في هذه الرسوم وتؤثر فيها، ومن أهم مجلات الكاريكاتور الفرنسية المعاصرة لوكنار آنشينه Le canar anchainé البلبل المقيد وقد تأكد هذا الفن عندما ظهر فن الكاريكاتير في بداياته الأولى عند الفنان الاسباني فرانسيسكو غويا (١٧٤٦. ١٨٢٨م) Francisco Goya وكانت أعماله تتسم بالأسلوب الدرامي الممزوج بالسخرية وهو يتناول المأساة الإنسانية سواء في السياسة أو الحرب.

وهناك أنواع للكاريكاتير منه: الكاريكاتير السياسي والكاريكاتير الاجتماعي الذي يقوم بالتوجيه والنقد الإيجابي الساخر أو أن يكون فكاهياً لإدخال السرور إلى قلوب ونفوس القراء وكثيراً ما يعبر فن الكاريكاتير عن الروح الفكهة التي تعبر عن المرأة المتسلطة أو الحماية المتسلطة وأو المرأة الجميلة المسرفة أو المرأة الساحرة أو انتقاد العادات البالية التي تواجه تربية المرأة وغيرها من المواضيع التي تعرض المفارقات الاجتماعية المضحكة أو رسم البورتريه الكاريكاتيوري ، كما هو عند الرسام الكاريكاتوري السوري حسن الإدلبي. [انظر الشكل٧]

وفي مصر بدأت المجلات والصحف تنتشر وكان الصراع السياسي على أشده وأخذ كل طرف يسخر عن طريق الكاركاتير بالهجوم على الأطراف الأخرى، وكان للمرأة حصة في فن الكاريكاتير) ومن المجلات التي تهتم بالكاريكاتير في مصر المجلات الآتية:

- خيال الظل
- الكشكول
- روز اليوسف

وظهر العديد من الفنانين الذين عملوا في مجال الصحافة أمثال:

- رخا، عبد السميع
- زهدي، صلاح جاهين

أعقبهم جيل ثاني من الرسامين الكاريكاتوريين أمثال:

- جورج البهجوري
- محمد حاكم
- طوغان وهم من الجيل الثاني

وظهر كل من: محمود، مصطفى، حسين، رجائي، إيهاب، وميس، ناجي، حجازي، بهجت، والليثي، وماهر، وشريف. الذين أنتجوا رسوماً في مجلة الكاريكاتيور المصرية .

وفي سورية كان أول رسام كاريكاتيور في مجلة الجندي الرسام (الماردیني)، ومن بعده علي فرزات، وبعض الرسامين في مجلة المضحك المبكي ومجلة الدومري مثل الرسام الكاريكاتيوري فارس قره بيت، وقد تغير عنوانها حالياً تحت مسمى (الدبور) ، وفواز البكدش الذي مارس فن الكاريكاتور في السبعينيات من القرن الماضي في ساحة المونت مارتر Mont Martre في باريس فرنسا والتي عمل فيها كل من الفنانين هنري روسو. وبيكاسو في مطلع حياته عام ١٩١٨[١].

التقانات الرقمية وأثرها في الصورة الفوتوغرافية للمرأة في التصميم الغرافيكي

"يعود الفضل في إمكانية تحقيق المزج فيما بين الثورات الثلاث: المعلومات ، الاتصالات، الحاسبات، إلى ما يعرف اليوم بالتقانة الرقمية Digital Technology التي أتاحت لغة للحوار المشترك بين تقانات وسائل الاتصال من جهة وتكنولوجيا الحاسبات الالكترونية من جهة أخرى حيث أتاحت هذه التقانة المتقدمة إمكانية ترجمة المعلومات بكافة أنواعها إلى رموز (شيفرة) بما يشمل إلى جانب الصوت والنص وذلك مثل (الصورة الفوتوغرافية) وغيرها من العناصر الغرافيكية، مما أتاح إمكانية نقلها في ذات الوقت عبر وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية.... يضاف إلى ذلك ما يوكل لعنصر الصورة الصحفية من أهمية قصوى في إذكاء روح المنافسة الشديدة التي تتعرض لها الصحافة اليومية من وسائل الإعلام الالكترونية المرئية والمسموعة، وبخاصة في عصر سادته (لغة بصرية) جديدة من خلال السينما والتلفزيون وتقانة الوسائط المتعددة Multimidia والوسائط الفائقة Hyper – Media وعبر الانترنت. وغيرها من وسائل الاتصال البصرية التي حولت الحاسبات الآلية اليوم إلى وسائل عرض وتجسيد للمعلومات المختلفة بأبعادها الثلاثة: النصية، الصوتية، المرئية.

---

(١) ومن الفنانين السوريين الذين مارسوا (فن اليورتريه) في السبعينيات من القرن الماضي في ساحة الفنانين في باريس: إبراهيم جلل، مصطفى فتحي، طريف رسلان، عز الدين شموط، خزيمة علواني، مصطفى النشار، عبد الرزاق معاد، ومن الفلسطينيين: سمير سلامة، (الباحثة: معلومات بمقابلة مع د. فواز بكدش)بتاريخ ٢٠١٥/٦/٨م.

كما تحولت معظم الصحف في أنحاء العالم إلى اعتماد نمط الإنتاج الرقمي الالكتروني المتكامل لصفحات الصحيفة وكذا الحال لمعظم الصحف الصادرة في الوطن العربي التي دخلت هي الأخرى خلال التسعينيات السالفة من القرن الماضي عصر الإنتاج الرقمي الالكتروني المتكامل.. واعتمدت غالبها أساسيات (التقانة الرقمية) بالغة التطور التي تختلف عن "التقانة التناظرية Analogue-Technology) التي كانت مستخدمة من قبل في ظل نمط إنتاج الصحيفة التقليدية" [١]."

وقد تأثر فن الإعلان الصحفي وكذلك الملصق الجداري والتصميم الغرافيكي عامة بتلك الثورة الرقمية على صعيد الإعلانات الثابتة والمتحركة وكذلك فسح المجال لتطوير فن الرسوم المتحركة وإعداد المختبرات الرقمية التي سهلت سبل إنتاج أفلام الرسوم المتحركة في صورة لم يشهد لها مثيل من قبل.

ونالت صورة المرأة في فن الإعلان مزايا أحدثتها تلك الصورة الرقمية على صعيد الدقة واللون ووضوح الصورة وإخراج الصفحة في الإعلانات الصحفية. وإخراج الصفحة في المجلات التي تعنى بشؤون المرأة والمرأة العربية بعد أن تم التخلي عن التقانة التناظرية التقليدية وأصبحت الإعلانات الصحفية والجدارية في البلاد العربية وفي سورية تضاهي كبريات الصحف والمراكز الإعلانية والإعلامية العالمية، مما أثر إيجاباً على تكنولوجيا نقل وتسويق الصورة الفوتوغرافية المنضدة الكترونياً، التي دخلت أيضاً نظم النشر الالكتروني في العديد من الصحف الحديثة والمعاصرة.

من حيث مدخلاتها ومخرجاتها المختلفة وبذلك انتقل فن الإعلان الذي يعتمد صورة المرأة من عالم الصورة الفوتوغرافية الفيلمية التي سادت على الملصقات الجدارية حتى التسعينيات من القرن الماض وبالتالي تم التخلي شبه الكامل عن (الفوتوغرافيا الفيلمية Film Based photoghraphy) حيث تم اعتماد التقانة الرقمية أو ما يعرف (بالتصوير الرقمي "Digital Photoghraphy") وقد تظهر أجيال من الكاميرات الرقمية تمتاز بالدقة التحليلية لتفاصيل الأشياء، وخاصة في تصوير الإعلانات الصحفية المعاصرة التي تمثل المرأة [انظر الشكل٨-٩)

. الكاميرا الرقمية... تعريف وفكرة العمل:

"يمكن تعريف الكاميرا الرقمية بأنها آلة تصوير تتيح النقاط والصورة و بسرعة عالية، وتخزينها على وسائط الكترونية متنوعة، وذلك من خلال تحويل الأشعة الضوئية المنعكسة على الهدف إلى (نقاط ضوئية الكترونية Pixels).

اختصاراً لكلمتي "Pictures – Cells" باستخدام أنواع من الشرائح الحساسة للضوء يتم تحويلها فيما بعد داخل الكاميرا إلى (إشارات رقمية "Digital Signals")[٢]."

---

(١) د. النجار سعيد الغريب ، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، الدار المصرية اللبنانية للنشر، ص١٧-١٨، ٢٠٠٣م.

(٢) المرجع السابق ص١٨.

"ولا يختلف استخدام الكاميرا الرقمية كثيراً عن الكاميرا القديمة ، بل هي مشابهة لها تقريباً أما الصور المتلقطة بوساطة الكاميرا الرقمية فلا يتم تسجيلها على فيلم داخل الكاميرا، وإنما ما يحدث هو تجمع الضوء عن طريق مجموعة من العدسات الملحقة بالكاميرا إل (جهاز) حساس للضوء يرمز له بحروف "CCD" اختصاراً لكلمات "Charge Coupled Divices".

وهذا الجهاز مهمته التقاط الإشارات الضوئية وتحويلها على هيئة (صور نقطية) "Bitmapped Image" يتم نقلها إلى جهاز آخر يحول هذه الصورة النقطية من (الحالة التناظرية analogue Image) إلى (الحالة الرقمية Digital Image) ومن ثم يتم تجزئتها من ذاكرة الكاميرا في هيئة 4 (Digital Format) وتتيح معظم الكاميرات الرقمية تخزين الصور باستخدام أحد (التنسيقات القياسية مثل (Pict/Tiff & jpeg) وعادة ما تزود الكاميرات الرقمية ببرنامج يتيح عرض محتويات ذاكرة الكاميرا على شاشة الكومبيوتر في بيئة "Macintoch" أو "Windows" ومن أكثر البرامج شيوعياً.

Adobe Photoshop/PhotoEnhancer/photo Now &photo flash.

وعادة ما يتم توصيل الكاميرا بالكومبيوتر من خلال (منفذ الطابعة) أو من خلال (منفذ المودم)، وثمة بعض الكاميرات الرقمية يمكن توصيلها بجهاز التلفزيون أو جهاز الفيديو –VCR– لرؤية الصورة المخزنة في ذاكرة الكاميرا

"وأيضاً يمكن النسخ عنها على شريط ممغنط (Magnetictape) وإن كانت معظم الكاميرات الرقمية تتيح كافة إمكانية الرؤية المسبقة على عدسة إضافية تسمى (View Finder). [١]."

(١) نفس المرجع، ص ٢٦–٢٧

المرأة والألعاب الرقمية : Gaimes

"لقد أدى انتشار وسائط (التخزين الالكتروني Epectonicstorage Midia) وكذلك (وسائط التخزين المغناطيس Magntic Storage) والذي بدأ في الستينيات من القرن الماضي (بالأقراص المرنة Floppy Disk) ثم الأقراص الصلبة (Hard Disks) وصولاً إلى الأشرطة المغناطيسية (Magnetic Tapes) ذات سعة التخزين الكبيرة ومن ثم في الثمانينات والمتمثل في تقانة (التخزين الضوئي Optical Storage)[١] " الذي سهل لمصممي الألعاب الرقمية من الغرافيكيين المعاصرين والتي تنوعت مواضيعها اعتماداً على تخيلات هؤلاء المصممين، حيث بدأت الألعاب الرقمية البسيطة في الهاتف المحمول. للتطور إلى ظهور صور ثلاثية الأبعاد، برع فيها العديد منهم لتنال بعض هذه الألعاب الرقمية شهرة عالمية، لما تقدمه من صور مثيرة للكبار البالغين واليافعين والأطفال الذين التزموا الأماكن التيتروج لمثل هذه الألعاب أو الجلوس أمام شاشات التلفاز للتعبير عن قدراتهم الذكائية في حل ألغاز تلك الألعاب الرقمية.

وهناك العديد من الألعاب التي تنمي القدرات والمهارات الذكائية وردود الأفعال للصغار واليافعين، والعديد من هذه الألعاب تهتم باختيار نجوم اللعبة من النساء أو الفتيات اليافعات من الرياضيات المصارعات اللاتي يتحدين خصومهن بأسلوب استعراض مثير وكان للمرأة عدة صور في هذه الألعاب المنتشرة في شتى أنحاء العالم [أنظر الشكل١٠] وقد برعت الدول الأوروبية مثل ألمانيا وفرنسا وإنتاج العديد منها إلا أن الصين قد نالت الحظ الأوفر إلا أن مستوى الألعاب الرقمية الصينية هو أقل مستوى فنياً ويميل إلى الطابع التجاري بعض النظر عن العواقب السلبية لمثل تلك الألعاب التي تدعو إلى العنف أو استخدام الوسائل الغير مشروعة كالقتل والسرقة للوصول للحل لألغاز تلك الألعاب التي أصبحت بمتناول الأجيال المختلفة وفي بلادنا العربية لم تعنَ شركات الإنتاج الإعلاني أو المؤسسات الإعلانية أو شركات إنتاج الأفلام الكبرى لإنتاج نوع من الألعاب الرقمية التي تتوافق مع القيم الأخلاقية التي تعتمد على احترام الموروث الشعبي مما حدى بالباحثة، إلى إنجاز لعبة رقمية للطفل العربي ضمن مشروع تخرجها في المرحلة الجامعية الأولى عام ١٩١١-١٩١٢ لتصميم لعبة بعنوان (طربوش المختار) بإشراف الدكتور سوسن الزعبي باستخدام الصلصال المتحرك ذات أهداف تربوية واجتماعية مستخدمة تقانات الوسائط المتعددة Multimidia في إخراج ماكيتات اللعبة التي صممتها.

---

(١) نفس المرجع ، ص٤٩.

إذ اعتمدت الباحثة في تصميم تلك اللعبة على الحفاظ على القيم التربوية والأخلاقية بأسلوب محبب للأطفال واليافعين ،وقد استخدم المصممون الغرافيكيون تقانات متعددة بإنتاج عدد من الألعاب الالكترونية، التي ذاع صيتها عالمياً وكان للمرأة النصيب الأوفر فيها.

صورة المرأة في التصميم الغرافيكي لفن الطوابع:

إن فن التصميم الغرافيكي لفن الطوابع البريية والمالية يعود إلى النصف الثاني للقرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين. وهو إحدى الوسائل الفنية الحديثة التي تم فيها إخراج العديد من المصممات التي تمثل صورة المرأة لأهداف ثقافية أو للتعريف بالدولة المصدرة لهذه الطوابع. إضافة إلى مواضيع أخرى.

"وفي الأول من تموز ١٨٤٧ بيعت أول طوابع بريدية أمريكية مضخمة لتلصق على غلافات الرسائل، وكانت من فئة خمسة سنتات وعليها صورة المخترع والسياسي بنيامين فرانكلين، ومن فئة عشرة سنتات وعليها صورة جورج واشنطن، وظهر أول كاتالوغ خاص بالطوابع البريدية عام ١٨٦٠ ومنذ ذلك التاريخ ظهر كاتالوج الطوابع الخاص بمختلف البلدان ، وإن أول من اخترع فكرة تسنين الطوابع هو المستر أرشار ARCHAR فهو الذي اقترح فكرة التسنين حيث كانت الطوابع تقص بالمقص. حيث أعطته الحكومة جائزة قدرها /٤٠٠٠/ أربعة آلاف جنيه.، ومن الدول المستثناة في إصدار هذا النوع من الفن الغرافيكي للطوابع البريدية هي انكلترا رغم أن البريد المعروف حالياً ابتكر عام ١٨٣٧ باقتراح من مصلح اجتماعي انكليزي يدعى (رولاند هيل) في كتابه (أهمية إصلاح النظام البريدي ووسائله) كان يطالب بتعرفة تعتمد على وزن الرسائل"(١).

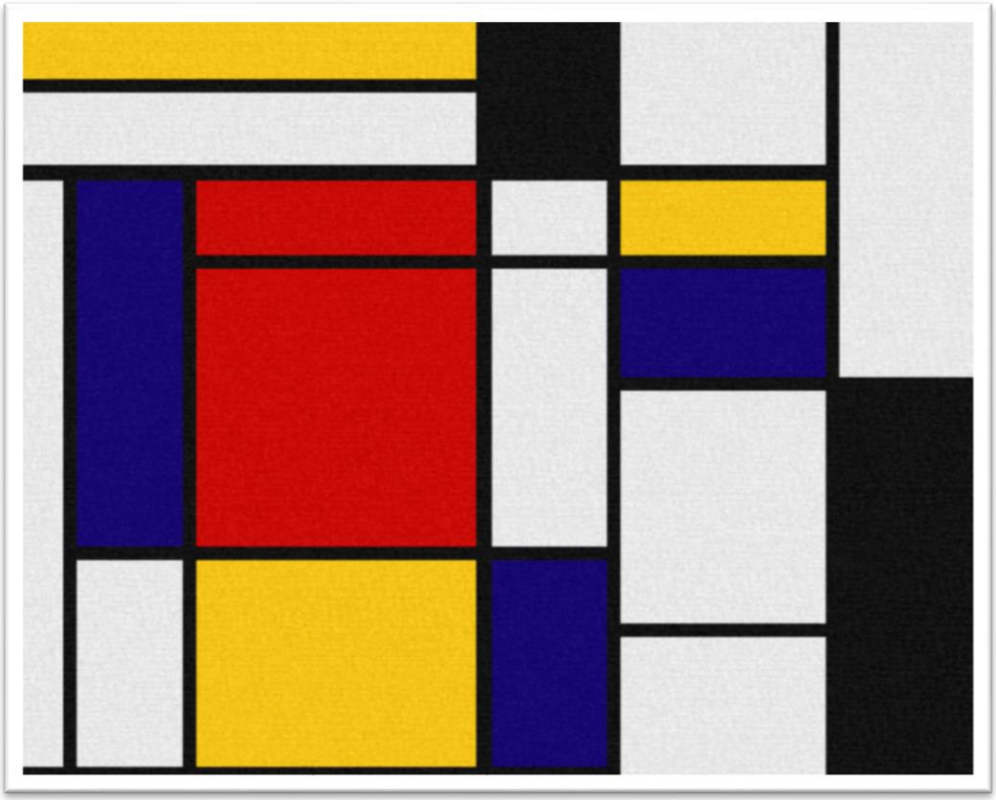
أما فرنسا فكانت من بين أهم الدول المتقدمة في هذا المضمار وظهر جلياً في طوابعا تمثيل صورة المرأة على هيئة بورتريه وصدرت العديد من الدول العربية نماذج لتصاميم طوابع بريدية كان لصورة المرأة دور في إبراز مكانة المرأة ، ففي سورية هناك العديد من النماذج في الستينيات من القرن الماضي تمثل نساء من التاريخ السوري مثل كليبيتا وهي أميرة من بانياس لطابع بريدي بسعر ٢٥ ق.س، وكذلك طابع بريدي يمثل مغنية مدينة ماروي أورنينا. بسعر ٧٠ سبعين ليرة سورية ،كما صدر في فرنسا نماذج لأفروديت. ونماذج تمثل لوحات فنية، وفي مصر ظهر تصميم العديد من الطوابع البريدية تحمل طابعاً فرعونياً وهو طابع بسعر واحد جنيه مصري يمثل إحدى الأميرات المصريات من الأسرة ١٢ وكانت غالبية هذه الطوابع تعتمد في إخراجها الفني على معطيات الصورة الفوتوغرافية في البلاد شرق وجنوب المتوسط أما الطوابع الفرنسية فهي تعتمد الأسلوب الغرافيكي بطريقة الليتوغرافيا. بأسلوب فني واقعي.

إلا أن وسائل الاتصال الحديثة قد حدت من استخدام هذا الإنموذج من التصميمات الغرافيكية للطوابع البريدية التي كان لها هواة جمع الطوابع وتبادلها في شتى أنحاء العالم في النصف الأول من القرن الماضي.[أنظر الشكل ١١،أ،ب،ج،د]

---

(١) موسوعة المعارف الكبرى، مجلد ١٧، ص ١٠٧، ومجلد ٢١، ص ٢١، أ.نجيم يوسف، بيروت ، لبنان، ٢٠٠٧م.

شكل رقم [١-أ]



مصمم تشكيلي غرافيكي للفنان بيت موندريان أول من استخدم الشبكات grids في لوحاته التي سماها تكوينات وكانت إحدى أسس فن التصميم الغرافيكي التجريدي الهندسي الذي تغيبت فيه الصور التمثيلية ومنها صورة المرأة (١٨٧٢-١٩٤٤م)

شكل رقم [١- ب]



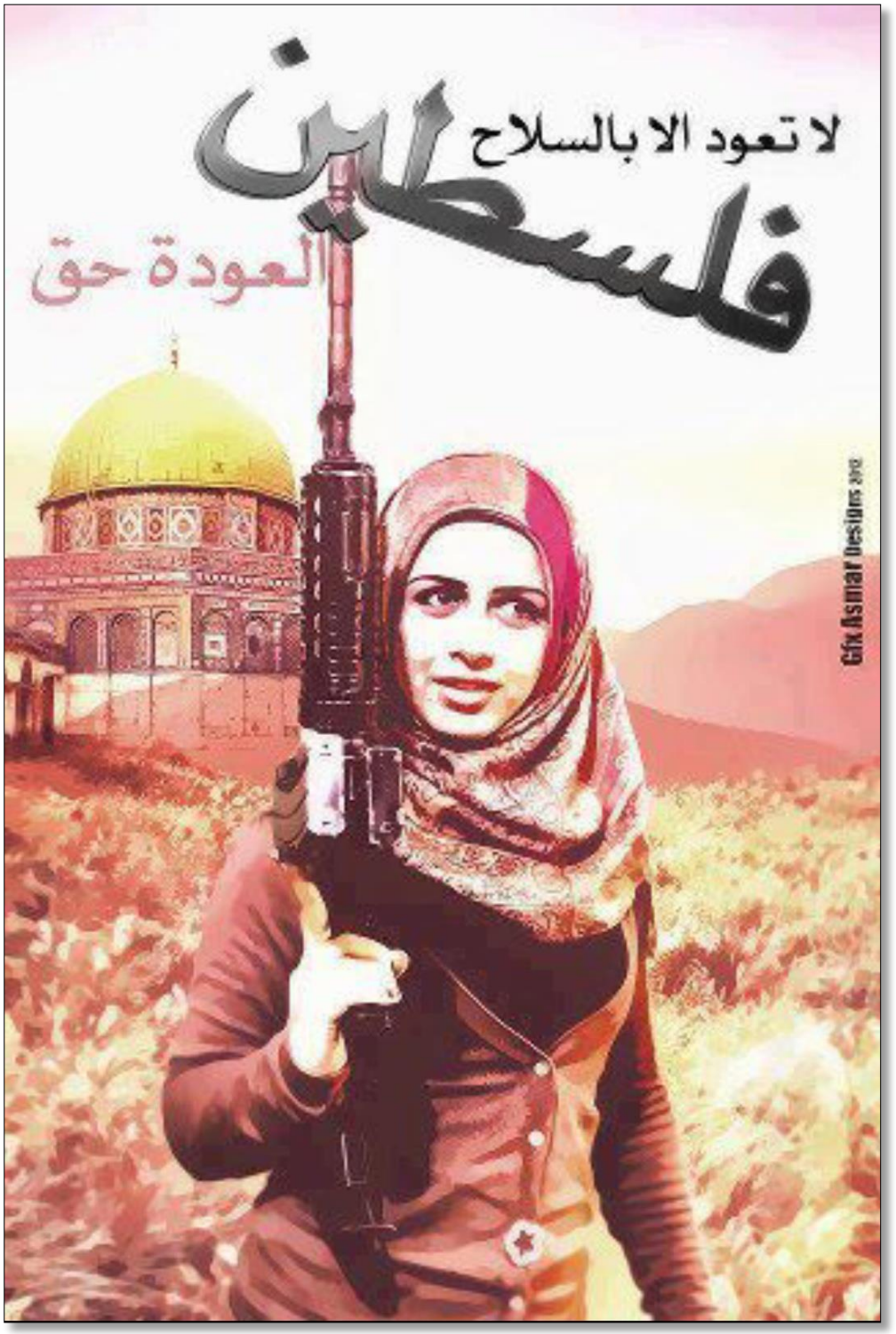
تصاميم أزياء نسائية لشركة (إيف سان لوران الفرنسية) لخريف عام ١٩٦٥ المستوحاة من تصاميم الفنان موندريان

الشكل رقم [٢]



ملصق جداري يظهر صورة المرأة المقاومة للاستعمار يظهر امرأة تمسك بقبضة يدها على السلاح، ١٩١٨م

الشكل رقم [٣]



تظهر فيه المرأة المقاومة الفلسطينية في فن الملصق السياسي ضد الاستيطان

هذا النوع من الإعلانات التي تعتمد على مخرجات الصورة الفوتوغرافية الرقمية بأسلوب إضاءة نوتان Notan

الشكل رقم [٤]



كارت بوستال ، يظهر بالصورة الفوتوغرافية ذو المرأة التي تواسي وتسعف جرحى الحرب ألمانيا، عام ١٩٤٠

الشكل [٥]



صورة لطفلة زمن الحرب العالمية الأولى وهي تلصق الصليب الأحمر كإنموذج لإعلانات الحرب للمصممة الألمانية جيس سميث Smith. حيث استخدمت رموزها الغرافيكية بمنتهى البراعة.(1918)

الشكل رقم [٦]



قصة قصيرة

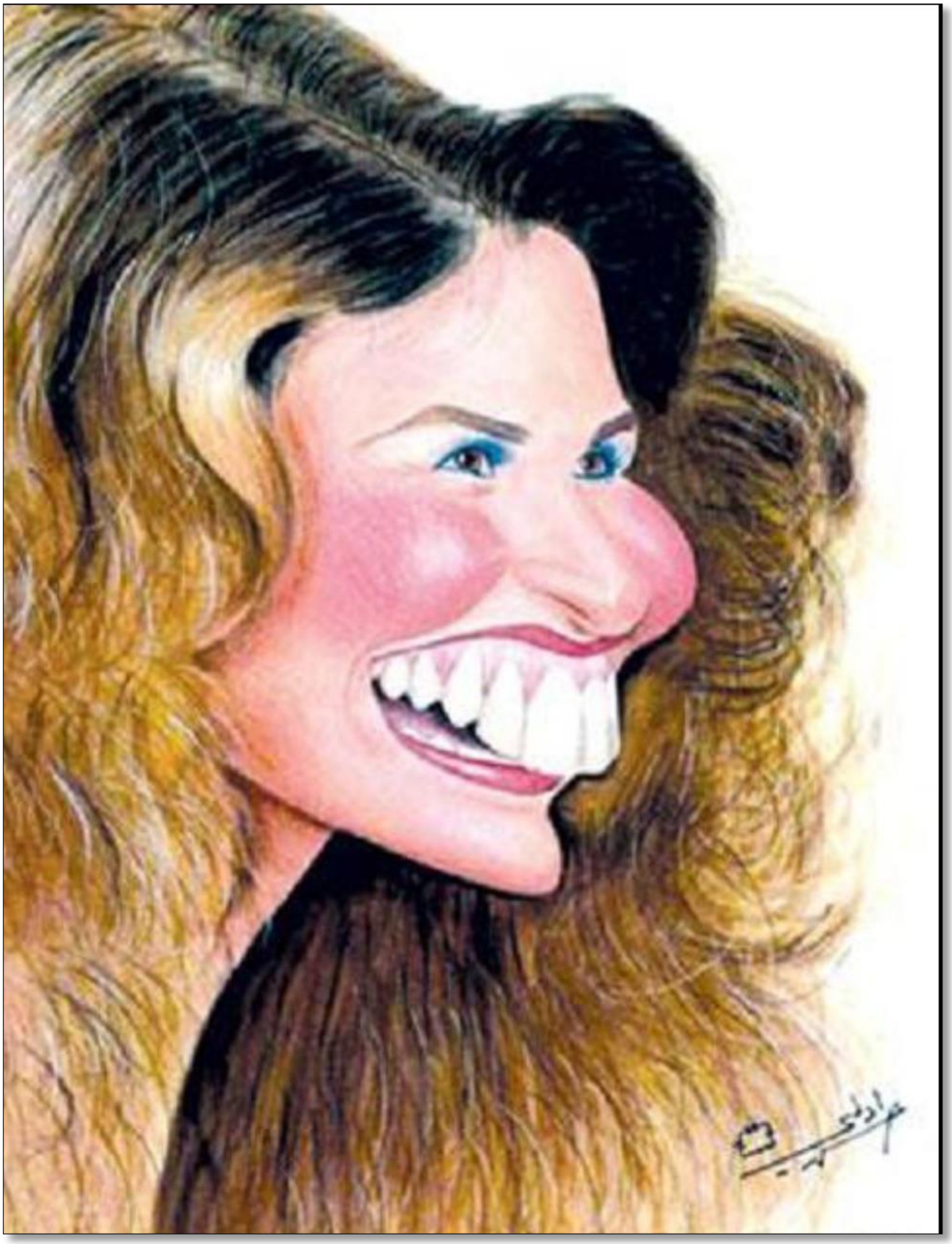
الفزاعة العاشق

حدث بعد ذلك، فقد تعالى صراخهما، وبدا أن ناراً تشتعل بينهما، ثم غادر المكان غاضباً، وأغلق الباب بقوة كادتْ تخلعه، ارتمت حبيبته على أريكة قريبة من الباب، وانخرطت في البكاء، كان صوت بكائها لا يقل جمالاً وتأثيراً في نفسه عن صوت غنائها، قـــدّر أنها حزينة جـدّاً، وفي حاجة إلى قلب يحبّها بشدّة، لقلبه مثلاً، كاد يناديها من مكانه ليسألها عن سبب حزنها، ولكنه تذكّر أنه لا يعرف اسمها، فهو لم يسمع أحداً يناديها باسمها من قبل حتى يعرفه، فكر قليلاً، ثم استجاب إلى قلبه، ترجل من مكانه، وقطع الحقل الصغير، داس من دون أن يقصد بعض حبّات الفراولة الحمراء، لم يقرع الباب، فتحه من دون انتظار، ودخل إلى الكوخ.■

د. سناء شعلان

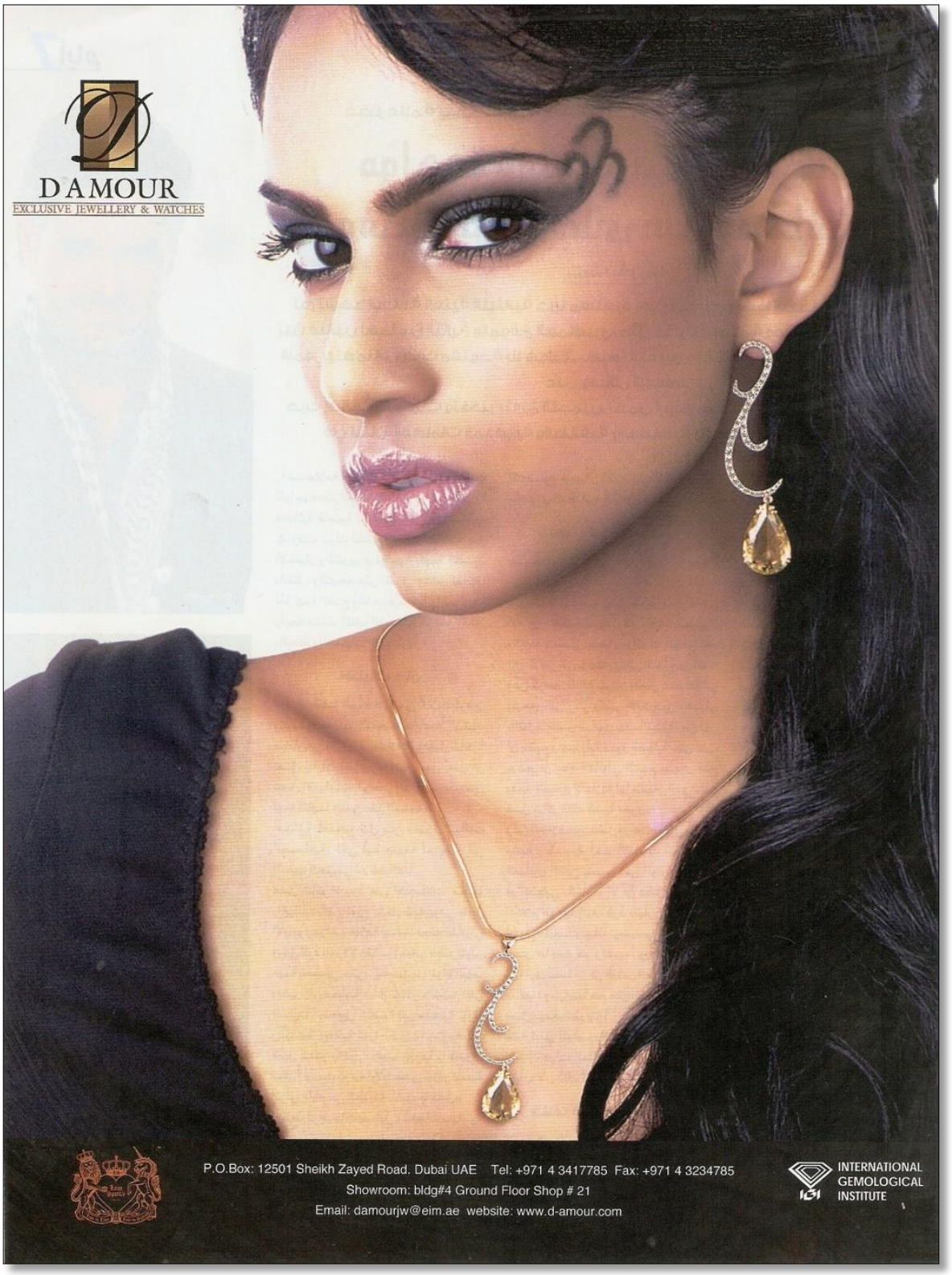
إنموذج للرسوم الغرافيكية المرافقة لمواضيع منشورة في بعض الصحف العربية (قصة قصيرة) مجلةالمرأة بيروت لبنان (القرن العشرون).

(الشكل٧)



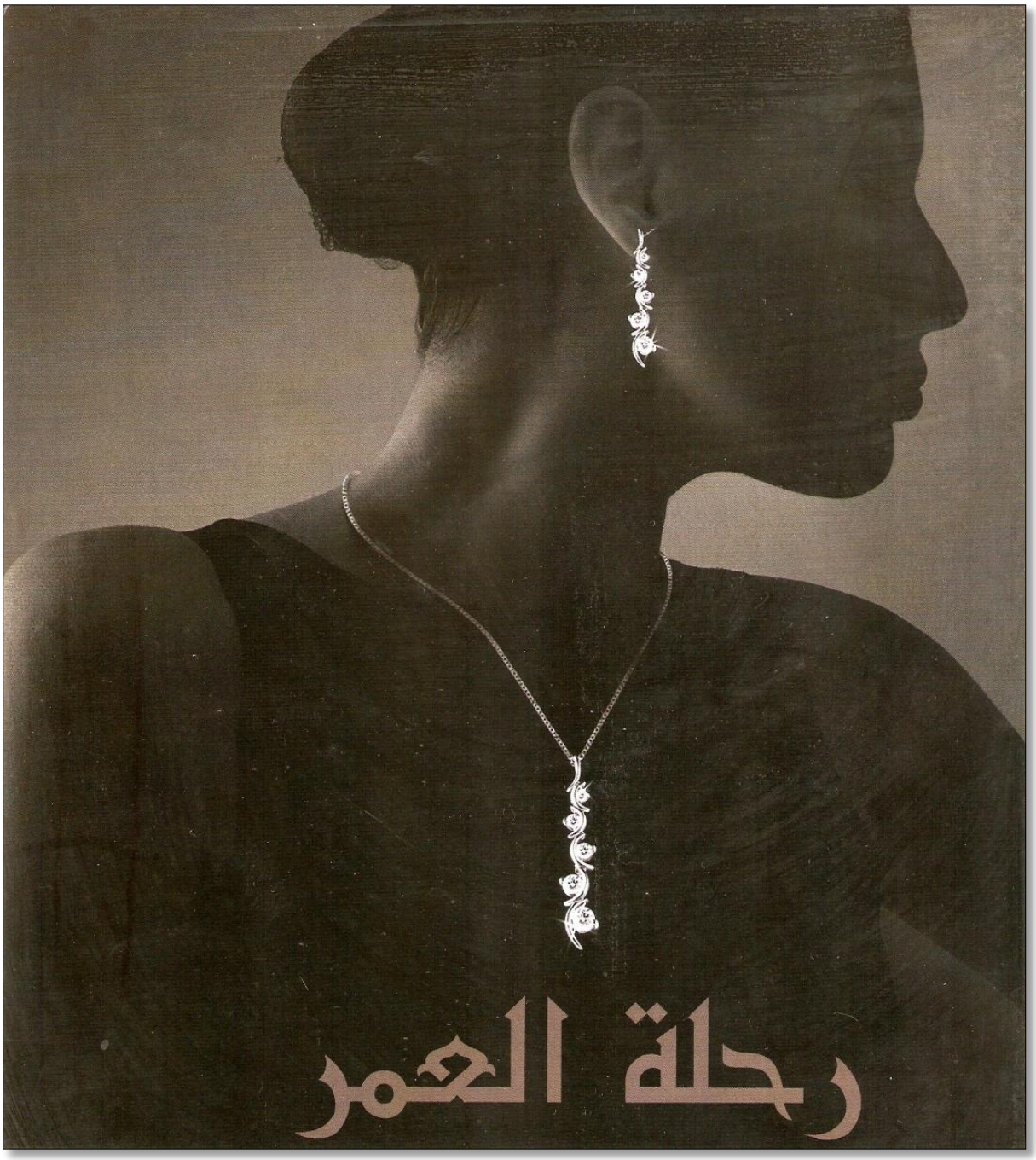
رسم الفنان حسن إدلبي رسام كاريكاتور سوري متخرج من كلية الفنون الجميلة جامعة دمشق

الشكل رقم [٨]



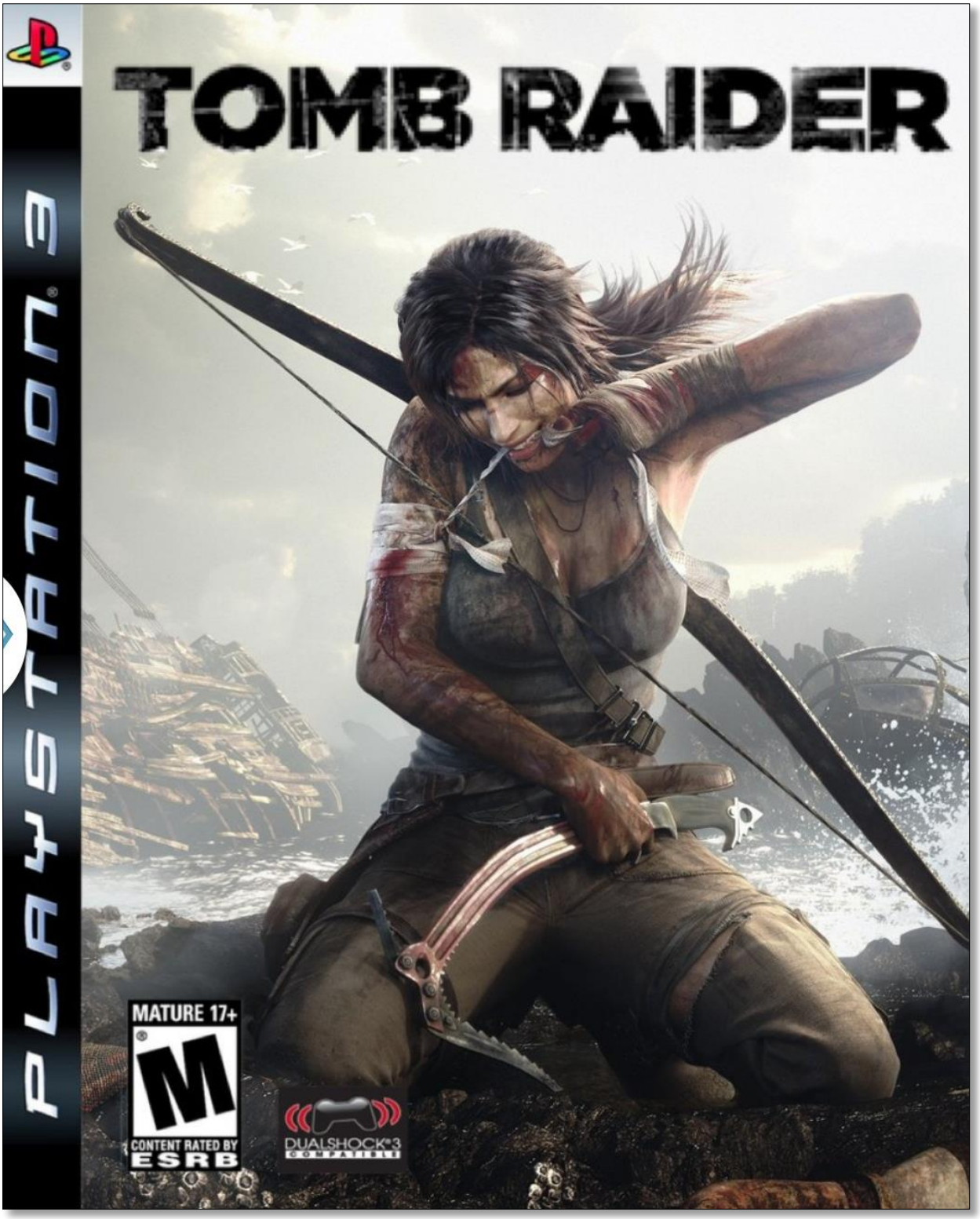
إنموذج لاستخدام صورة فوتوغرافية رقمية في منتهى الدقة للإعلان عن مصوغات بأسلوب ضوئي نوتان notan
(القرن الواحد العشرون) إعلان صحفي مجلة زهرة الخليج ٢٠٠٩/٨/١٥م

الشكل رقم [٩]



استخدام الصورة الرقمية الدقيقة لمخرجات إعلانية صحفية عن سلعة لإحدى شركات المجوهرات بأسلوب ضوئي كونترجور أوسلويت Silhouette (القرن والواحد والعشرون).إعلان صحفي مجلة زهرة الخليج ٢٠٠٩/٨/٥م

الشكل رقم [١٠]



إنموذج لصورة المرأة المصارعة على أغلفة إحدى الألعاب الرقمية الأوروبية صورة رقمية منفذة بأسلوب المايا.
تصميم غرافيكي معاصر يستخدم الوسائط الفائقة Hyper Midia (القرن الواحد العشرون)

الشكل رقم [11–أ]



رسالة تحمل أو طابعين في العالم وقد صدرا في بريطانيا في أيار ١٨٤٠م وعليها صورة ملكة بريطانيا.

(الشكل ١١–ب)



صورة المرأة في طابع بريدي بقيمة ٣٠٠ فرنك فرنسي

(الشكل رقم [11–ج)



صورة المرأة في الطوابع السورية

الشكل رقم [١١–د]



صور المرأة في نماذج الطوابع المصرية (القرن العشرون).

المبحث الثاني

المرأة في الإعلان والصحافة والسينما والتلفزة شرق وجنوب المتوسط.
(تحليل فني جمالي لأعمال فنية ومصممات غرافيكية ،مصر،سورية)

الإعلام والاتصال وأثرهما في صورة المرأة شرق وجنوب المتوسط

صورة المرأة في الإعلام العربي:

"تتبلور صورة المرأة في المجتمعات الشرق أوسطية وخاصة المتشاطئة شرق وجنوب المتوسط وفق عوامل تشكلها لتأتي صورتها الفنية في الإعلام والإعلانات المختلفة وفق هذا التشكل، بفعل العوامل والمؤثرات الاجتماعية والعقائدية والثقافية والاقتصادية لتتحول أحياناً كعناصر في تكوين تلك الصورة تبدو متغيرة الشكل والمضمون وفق الزمان والمكان الذي تنشأ فيه أو ربما تغيب بشكل مطلق. وبفعل هذه المؤثرات والعوامل لا يوجد رأي جمعي على إنموذج جمعي في البلاد العربية على تلك الصورة.

كما هو الحال في شمال المتوسط أوروبا، فلم تعد صورة المرأة من حيث الهيئة والتفكير ذات فوارق ملموسة بين المرأة العاملة أو سيدة المنزل Femme d'intereure وكذلك بين المرأة التي تسكن الحواضر والأرياف فقد توصل المجتمع الأوروبي إلى شبه إجماع على الأبعاد الإنسانية والاجتماعية والثقافية لتلك الصورة مما يؤثر على الفارق في الخطاب الإعلاني والإعلامي باستخدام تلك الصورة كإنموذج في هذين المجالين اللذين يتوجهان إلى الجماهير، من حيث الشكل وهيئة المرأة.

وتسعى المؤسسات الإعلامية والإعلانية المعاصرة إلى استخدام منهجيتها العلمية الدقيقة بدراسة تلك الصورة ومعرفتها ودورها المؤثر في المتلقي لإحدى الرسالتين الإعلامية أو الإعلانية ضمن النظام الإعلامي إذ أصبحت الإعلانات المسوَّقة إعلامياً هي الأكثر مشاهدة على مساحة الجماهير وخاصة الإعلانات المتلفزة. كما تستخدم وسائل الإعلام الإعلانات في الصحف والمجلات والإعلانات على الأغلفة وكذلك الإعلانات المتلفزة أنماطاً وأساليب باستخدام صورة المرأة الشرق أوسطية بعامل التأثير المباشر على المتلقي لتسويق السلع والمنتجات الأوروبية في العالم المستهلك لتلك المنتجات وخاصة ما يتعلق بالموضة Lamode وكذلك تسويق الآلات والتجهيزات والأثاث التي هي في الأساس تصميمات أوروبية معاصرة ومبتكرة. تم تقليدها أو استعارتها من قبل الشركة الأوروبية المنتجة للسلعة.

في هذه الإعلانات قد يرى المشاهد صورة المرأة المحتشمة أو المرأة المحجبة بظهور الوجه (كما هو الحال في الإعلانات التي تنتجها بعض المؤسسات الإعلانية العربية مراعاة للعادات والتقاليد المحلية) أو بعض الإعلانات التي تظهرها بصورتها المغرية كأنثى تحاكي النموذج المرأة الأوروبية فقد أوضحت الباحثة عواطف عبد الرحمن: ارتفاع نسبة الصفحات المخصصة للإعلانات في (مجلة حواء) وأكدت إن هذا يتم على حساب الصفحات المخصصة للتحرير وأبرزت في بحثها الذي أعدته لهذا الغرض إن أهم هذه الإعلانات:

١- الإعلانات التي تثبت صورة المرأة كأنثى فقط.
٢- الإعلانات التي تغير التطلعات الاستهلاكية.
٣- الإعلانات التي تخلق حاجات استهلاكية لا تتلائم مع الإمكانيات المادية.

٤- الإعلانات التي تهدد الصناعات الوطنية.

وكتبت الباحثة الدكتورة فوزية فهيم: ((استخدمت المرأة في الإعلان كأداة جذب وكطعم للتشجيع على الاستهلاك وفي كل الأحوال تظهر المرأة كمخلوق ساذج الأهم له الأكل والشرب والتجميل، فالمرأة تستخدم للإعلان عن السلع لجذب الرجل والمرأة على السواء)).

فالإعلان يدعو المرأة إلى أن تجعل نفسها في دور المرأة التي حصلت على أغلى أمنية بشراء السلعة وهي الرجل، أما الرجل فيغريه بالحصول على المرأة الجميلة التي تعرض السلعة كجائزة لشراء السلعة.

وحتى الإعلانات التي تصور المرأة في مواقع العمل، تصورها على أنها أنثى الرجل وتجذبه. إن استخدام المرأة على هذا النحو في الإعلانات يقلل من نظرة الاحترام إلى المرأة في نفس الرجل وفي نفسها.

وكتبت الباحثة نهوند عيسى القادري: يعمد الإعلام اللبناني إلى صور جاهزة مجردة لا علاقة لها بالإطار الاجتماعي أو بالظروف النفسية والاقتصادية للجمهور هذه الصورة تعمل على تشييء الأمور المعنوية أو أنسنة الأشياء المادية"تم تسليع عيد الأم وتقزيمه إلى مجرد عملية شراء هدايا".

نُفُذ الإعلام إلى المرأة في حلقتها الأضعف، كونها لم تعِ ذاتها بالشكل الصحيح، ولم تعِ دورها الفعلي في هذا المجتمع إلى كونها مادة حية للإعلان، فهي عنصر جذب وجمال وإغراء، من خلاله يتم اللعب على غرائز الرجل لجذبه. من أجل ذلك ولكونها المقرر الرئيسي للاستهلاك العائلي، ارتبط معظم السلع بجسد المرأة، وحتى وإن كان لا يمت إليها بصلة... إن المعلنين باعتمادهم الأساليب النفسية كافة نجحوا في تحويل الفكر النقدي للمستهلك نحو ذاته وليس نحو السلعة. واستكمالاً لإضاءة الصورة المحلية (المستوردة من الغرب) تقدم الرؤية العالمية لهذا الموضوع.

(وجاء في تقرير مالبرايد... وفي الإعلان تُصوّر النساء بصفة عامة إما كربات بيوت Femmes d'enterieures ينحصر اهتمامهن في الاحتياجات المنزلية أو كرمز مغري للجنس يجعل السلع أكثر جاذبية عن طريق التداعي... في استقصاء أجري مؤخراً لم يوافق سوى ٨% من النساء الأمريكيات والكنديات على أن الصورة التي يرسمها الإعلان عن المرأة صورة هادفة[١].

"يقول الدكتور أديب خضور في كتابه "صورة المرأة في الإعلام العربي" (ظهرت الصحافة النسائية العربية عموماً "والسورية خصوصاً" ضمن الإطار العام لمشروع النهضة العربية وتميزت بداياتها بكونها صحافة رأي وصحافة تثقيف صحافة تهتم بـ (فكرة المرأة) صحافة تنظر إلى المرأة كمشروع **إنساني.... وساد في إطار (مشروع** النهضة العربية) (في كتابات ونظرات رموزه) مفهوم المرأة (المثال) المرأة (القيمة) المرأة (الرمز) المرأة الفكرة،... ولكن مع تعثر التحرر الوطني العربي... وكذلك مع تراكم ثروات نفطية تبحث عن مجالات هامشية وعقيمة.. ومع تزايد التعرض للغرب (طبعاً الغرب السطحي أو الشكلي عبر السياحة وسائل الإعلام

---

(١) د. خضور أديب. صورة المرأة في الإعلام العربي، المكتبة الإعلامية، أستاذ الصحافة في جامعة دمشق، ١٩٩٧، ص٤٠-٤١.

المتطورة) إذ بدأ يظهر ويسود مفهوم للمرأة مختلف، استطاع أن يكرّس مفهوم (المرأة السلعة) سواء كانت (عاملة أم ربة منزل) المرأة التي تلبي متطلبات الغرائز الوحشية والشبقية والحيوانية، المرأة الجسد أو لا شيء غير الجسد. الذي يجب اشتهاؤه وامتلاكه وحلت محلها المرأة مستهلكة السلع، سادت هذه النظرة في السلوك والأدب والإعلام والأغاني وحتى الأزياء وتسريحات الشعر والرقص.... وفي إطار عولمة الصحافة النسائية نقول: ظهرت في هذا السياق صحف نسائية عربية في عواصم أوروبية (باريس ولندن) وتتوجه أساساً إلى المرأة في الدول النفطية تمثل هذه الصحافة النسائية "العربية" الجديدة "الرائجة" والمتطورة شكلاً والفقيرة مضموناً اقتران مفهوم "المرأة السلعة" "المرأة الجسد"، "المرأة المستهلكة[١].."

إن فن التصميم الغرافيكي المنتشر على مساحة جغرافيا هذا البحث وهي أوروبا وبعض البلاد العربية المتشاطئة معها في البحر الأبيض المتوسط شرقاً وجنوباً، رغم انقطاع التبادل التجاري المباشر بين أوروبا وتلك الفضاءات القريبة منها لأسباب اقتصادية وسياسية واجتماعية إلا أن الثورة الإعلامية التي نجمت عن انتشار وسائل الاتصال الرقمية التي حولت العالم إلى قرية صغيرة وأصبح بحق أي مصمم غرافيكي أن يطلع على أخذ المنتجات الإبداعية في هذا الفن وانتشار البضائع والسلع الرخيصة الثمن قياساً بالسلع الأوروبية ذات المواصفات عالية الجودة والتي تقوم بتقليدها بعض الدول في جنوب شرق آسيا بدءاً باليابان في الأربعينات من القرن العشرين ومن ثم الصين وكوريا. وبعض الدول التي تقلد السلع الأوروبية وتبيعها في شرق وجنوب المتوسط لأسباب اقتصادية واجتماعية مما أدى أيضاً إلى ضعف في التواصل الاجتماعي وبالتالي انعكس سلباً على فن التصميم الغرافيكي في البلاد العربية باستثناء بعض المكاتب الإعلانية الخاصة التي تلبي حاجات بعض الشركات المستوردة للسلع الدوائية أو المنتجات الاستهلاكية التي تخص المرأة أو السلع والمواد الغذائية الجاهزة إذ تظهر صورة المرأة في هذه الإعلانات الثابتة والمحرّكة هي انعكاس لواقعها "المرأة ربة المنزل"، "المرأة الأنثى" كما تظهر في الإعلانات السينمائية وفق الدور الموكل إليها في الفيلم السينمائي أو ربما "المرأة الجسد" كما هو الحال في الأفلام السينمائية "أبيض أسود" في النصف الأول من القرن الماضي إلى بدايات النصف الثاني منه حيث ظهر الفيلم الملون وانتشرت "أفيشات" الإعلانات الكبيرة في الحواضر العربية التي تعرض صورة "المرأة الجسد" للأفلام الأوروبية وكذلك صور بعض إعلانات السينما للسينما العربية. حتى ظهور التلفاز والمسلسلات الملونة والمتلفزة مما أدى إلى انحسار دور السينما وإغلاق أكثرها في

تلك الحواضر وانتشار الأقراص المدمجة التي هي بدورها أثرت سلباً على دور التلفاز كحامل لمفهوم "الإعلان المتحرك".

---

(١) نفس المرجع، ص ٤٥-٤٦.

(التحليل الفني الجمالي لعينات البحث)

مظاهر تشكل صورة المرأة في الفن الغرافيكي المصري في القرن العشرين

١. القائم على التحليل: الباحثة

٢. الهدف من التحليل الكشف عن المحاور الفنية والجمالية للغرافيك المصري

٣. نوع التحليل: تحليل وصفي جمالي على منهج بابا دوبولو أستاذ علم الجمال في جامعة السوربون ، باريس ، فرنسا.

٤. إجراءات التحليل:

- العالم الظاهراتي
- العالم الممثل
- العالم الفني
- العالم المعنوي

٥. عينات البحث: مجموعة من الوحات الفنية الغرافيكية (عينات قصدية)

٦. مجتمع البحث: عدد من الفنانين والفنانات الغرافيكيات في مصر في القرن العشرين.

مظاهر تشكل صورة المرأة في الفن الغرافيكي المصري في القرن العشرين:

"عاد الكاتب المصري قاسم أمين في مطلع القرن العشرين الماضي ليكتب حول موضوع تحرر المرأة المصرية، وعرض لقضايا ومشكلات المرأة في ثلاث مناسبات في رده على الدوق ٠داركو) عام ١٨٩٥، وفي كتابه "تحرير المرأة" عام ١٨٩٨ ثم في كتابه الثالث "المرأة الجديدة" الصادر عام ١٩٠٠م.

وكان همه الرد على دعاوى المفكرين الاستعماريين الفرنسيين حول طبيعة الإسلام وطبائع المصريين والمظالم التي تتعرض لها المرأة المصرية والمتمثلة في استبداد الرجل... وقد بدأ قاسم أمين في محاولته الدفاعية تقديم تبرير واعتذار... بل بمعنى أن الانثربولوجيين الغربيين يسيئون فهم النظم والتقاليد الإسلامية عن عمد(١)."

ورغم ظهور الحركات التحررية للمرأة إلا أنها لا تزال تعيش قيماً صنعية ذكورية. وإن وصول بعض السيدات إلى مراكز مؤثرة ما هو إلا امتثال إلى القيم والأخلاق الذكورية السائدة.

ولعل هذا ما سوف يبدو في الأعمال الفنية الغرافيكية المصرية إذ أخذت المرأة حيزاً في أعمال الفنانين والفنانات الغرافيكيات وربما نجم هذا عن مساهمة المرأة العربية والمصرية والسورية خاصة في الانخراط في الحركات التحررية القومية واليسارية في النصف الثاني من القرن الماضي، إلا أن هذه الصورة الانثربولوجية المتفائلة عن واقع المرأة في العالم العربي لا تزال صورة المرأة قاتمة.

"فقد ورد في تقرير المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (الأليسكو) أن نسبة الأميين العرب هي بحدود ٦٠-٧٠ مليون مواطن فيما سجل تقرير التنمية البشرية عام ٢٠٠٩ إن نسبة غير المتعلمين وغير القادرين على القراءة ٦٥ مليون مواطن، وتشير التقارير على أن نسبة النساء الأميات تتجاوز الـ ٥٠% من الأعداد الواردة في حد أدنى(٢)."

المرأة في المتخيل الذكوري للغرافيكيين المصريين:

وفي التشكيلات الفنية الغرافيكية المصرية نرى صدقية هؤلاء الفنانين في عرض الصورة الحقيقية عن واقع المرأة في القرن العشرين كما تظهر لنا النماذج النسوية المصورة قدرة الفنان المصري على استحضار مفردات الجو العام لوضع المرأة المصرية في القرن العشرين وخاصة في فن الإعلان السينمائي الذي ظل سائداً حتى بدايات النصف الثاني منه .

كما يعبر هذا الفن عن تطلعات وآمال الفرد والمجتمع بخلق مثل جديدة قد تضع المرأة بموازاة الرجل، خدمة لبعض الأفكار الثورية التي تنادي بتحرر المرأة منذ مطلع القرن الماضي.

---

(١) جزماتي نذير، المرأة بين المشاعية البدائية القرن الواحد والعشرين، ص٦٨، دار النور.

(٢) جزماتي نذير، المرأة بين المشاعية البدائية إلى القرن الواحد والعشرين ٢٠١٣، ص٧٢.

صورة المرأة في أعمال الغرافيكيين الرواد:

لقد تناول غالب الفنانين في مواضيعهم المرأة كإنموذج لغالب أعمالهم وهم: جيل الرواد، الجيل الثاني، الجيل الثالث، الجيل الرابع.

الحسين فوزي:

"ولد في القاهرة عام ١٩٠٥، حصل على دبلوم الفنون الجميلة في القاهرة عام ١٩٢٨ شارك في بينالي فينيسيا عام ١٩٣٨ واشترك في صالون باريس عامي ١٩٣٢-١٩٣٣ ويعد من رواد الفن الغرافيكي في مصر والبلاد العربية ،تولى تدريس الغرافيك في قسم "الغرافيك" بعد أن تسلمه من الفنان الفرنسي بونارد رايس Bernard Ryes مؤسس القسم(١)."

ومن لوحاته التي تطرق فيها إلى إنموذج المرأة (لوحة الدلالة) ويقول الناقد فتحي أحمد: "في صورة الدلالة التي رسمها "الحسين فوزي" عام ١٩٤٠ تتضح قدرته العميقة في استحضار الجو العام للمرأة المصرية في الأربعينيات ، والتي لم يكن يسمح لها الزواج الخروج لشراء حاجياتها من خارج المنزل.

التحليل الفني: تحليل عينة البحث رقم (١)

- **اسم الفنان: الحسين فوزي**
- **اسم العمل: تحت بوابة المتولي.**
- **التقانة: حبر صيني**
- **العام ١٩٦٣**

١- **العالم الظاهراتي: Lemonde phénominal**

ويتسم أسلوب الفنان من حيث المعالجة والاهتمام والإغراق في التفاصيل الدقيقة للمشهد العام في تصوير المشخصات الآدمية والأقمشة والاهتمام بمعالجة وتوزيع الأضواء والظلال والاهتمام بالزينة والزخرف،... وهي تخضع للواقع المرئي ومحاكاة الطبيعة. [أنظر العينة ١]

ومن أعماله التي تظهر فيها المرأة كإحدى عناصر المشهد العام للصورة وخاصة المرأة الريفية. فهو يصور في لوحته (تحت بوابة المتولي المرأة المصرية وهي تتسوق مما يظهر مشاركة المرأة المصرية في النشاط الاجتماعي والاقتصادي، كما أنه أظهر المرأة كعنصر أساسي في أعماله:

- حاملة البلاص اليونوليوم عام ١٩٦٢م.
- بنت الشاطي ليونوليوم عام ١٩٧٠م.
- القمقم ليونوليوم عام ١٩٧٢.
- البحث ليونوليوم عام ١٩٦٢.
- رسوخ – حفر على الليونوليوم عام ١٩٦٢.

---

(١) د. فتحي أحمد ، فن الغرافيك المصري ١٩٨٥ ، المطبعة العامة للكتاب ص٢٧

إن هذا يظهر للباحث أن بواكير الفن الغرافيكي في جنوب المتوسط كانت قد استخدمت أيضاً صورة المرأة كعنصر جذاب يوحي بدوره الهام في الحياة الاجتماعية بأسلوب رمزي مبسط. كما اتجه الفنان إلى البحث والتحليل والاتزان المعماري وتأكيد الكتلة للتعبير مظاهر الكنوز المعمارية المصرية الدفينة.

٢- العالم الممثل: Le monde présenté

ويمكن القول إن تمثيل صورة المرأة في الفن الغرافيكي المصري ظهرت ولأول مرة في أعمال الفنان المصري الحسين فوزي عام ١٩٦٢ بالتعبير عن دور ا لمرأة الريفية المصرية التي تعمل في الحواضر الكبرى وكذلك بائع العرق سوس، في كنف العمارة الفاطمية العملاقة الغنية بالزخارف كما يبرز الفنان الغرافيكي الربط بين زمنين في مشهد واحد، زمن العصر الفاطمي وزمن القرن العشرين الذي يعيشه الفنان لجمع مظهرين حضاريين مختلفين الأول كانت رموزه التشكيلية عناصر العمارة والثاني رموزه النساء المصريات في السوق الشعبية التي يرمز لها بائع العرق سوس.

٣- العالم الفني Le monde Artistique

إن الفنان يستخدم تقانة الخدش الحذرة التي تأخذ شكل النقط أو الدائرة البيضاء الصغيرة جداً التي تخضع للمساحة اللونية بين الفاتح والغامق إذ أوجد لنفسه اتجاهاً فنياً خاصاً وحلاً تصويرياً للوحة، ويدخل هذا في التقانات الغرافيكية الحديثة مع الاهتمام بخلفيات الإطار التشكيلي.

ويقترب أسلوبه من الاتجاهين الرمزي والتكعيبي التحليلي مستخدماً خطوطاً رصينة هي أقرب إلى الفن المصري القديم وبوقفات رمزية مثالية قريبة من تماثيل النحات محمود مختار.معتمداً على صلابة التكوين وصراحة الخطوط إذ تبدو عملياته النقطية وكأنها توحي بانتشار الضوء في عتمة المساحات بأسلوب منسجم هو قريب من أعمال وأشكال في خيال الظل كما في عمله (حاملة البلاص) و(بنت الشاطئ).

٤- العالم المعنوي Le monde nominal

تعبر المترادفات التشكيلية في لوحته بوابة المتولي عن الوجدان العاطفي المصري حيال المرأة الفلاحة الكادحة كما هو الحال عند الفنانين الأوائل أمثال محمود مختار، يحاول الفنان استخلاص لغته التشكيلية من رؤيته الفنية الذاتية للمرأة بأسلوب واقعي تقليدي في ميل نحو الاختزال للتعبير عن المعاني الضمنية لحوَّاء المصرية.

شكل عينة رقم [١]



تحت بوابة المتولي – رسم حبر شينى الحسين فوري ١٩٦٣م

الفنان الغرافيكي نحميا سعد:

تحليل عينة البحث رقم (٢) (لوحة غرافيكية)

- **اسم الفنان : نحميا سعد**
- **اسم العمل: حصاد القمح.**
- **التقانة: حفر على المعدن**
- **التاريخ: ١٩٣٧**

"التحق بقسم التصوير بمدرسة الفنون العليا، تتلمذ في فن الغرافيك على يد الفنان الفرنسي برنارد رايس وهو من مواليد الصيد عام ١٩١٢م حصل على الميدالية الذهبية لمعرض باريس عام ١٩٣٧م.
شارك مع محمد ناجي ومحمد لبيب ومار جوفيون في إعداد لوحات "الكتاب السياحي" "مصر أرض الرحالة" الذي صور حنا مية معرض باريس[١]."

١- **العالم الظاهراتي: Lemonde phénominal**

تُظهر أعمال نحميا سعد قدرته العالية في تناول موضوعاته التي تأخذ عنواناً آخر لا يدل على محتوى اللوحة شأن الفنانين الرواد المصريين أو السوريين الذين يظهرون أنموذج المرأة كعنصر أساسي ولكن بخطاب آخر نحو المتلقي.
مثال: العمل الغرافيكي بعنوان (حصاد القمح) حفر على معدن الزنك يظهر لنا الفنان نسوة ثلاثة يقمن بأعمال الحصاد بإيقاع فني وبخطوط رقيقة بين أكداس الحصاد لإظهار درجات التباين والتضاد بين درجتي الأبيض والأسود بأسلوب واقعي تمثيلي.
ولم يظهر المشهد العام في هذا العمل أية عناصر أخرى سوى ثلاث نساء فلاحات يعملن في الحقل بإيقاع حركي ودرجات هامسة من الخطوط الرقيقة التي تعبر عن الأنوثة والقوة
كما يظهر لنا الفنان في عمل فني آخر بعنوان (النيل) صورة امرأتين وهن يحملن قلل الماء بأسلوب فني جذاب (حفر على الخشب) يظهر سيطرة الشكل الأنثوي على مساحة اللوحة وكأنهن مجسمات سوداء تضيء وجوههن أنوار خفيفة، وقد احتفظ بالخط الخارجي فبدت وكأنها تسيطر على فراغات اللوحة على عكس ما يظهر في لوحته (حصاد القمح) [انظر العينة ٢].
وكذلك لوحته (أحمال البرسيم) حفر معدن على الزنك التي تظهر لنا صورة المرأة الريفية في حالة استراحة على أكوام البرسيم بعد عناء وهن يجلسن على أكوام البرسيم بإيقاع بصري جذاب وبظلال رهيفة هامسة ليؤكد الفنان فيما بين سطور رسالته .. أن الفلاحة هي رمز للقوة والرقة والجمال.

---

(١) نفس المرجع (فن الغرافيكي المصري)

٢- **العالم المعنوي Le monde nominal**

يظهر الفنان نحميا الفلاحات الثلاثة وكأنهن كتل مشيدة بين أكداس القمح الرهيف الخفيف والمعبر عنه بملامس خطية مبسطة، إن تأثر الفنان بالمشيدات الحضارية المصرية قد أوصى له بمثل هذه الأشكال للتعبير عن معاني القوة والرسوخ في التباين الشديد بين الأبيض والأسود. ليضمن لعمله الفني استمرارية العناصر التشكيلية للفن المصري القديم

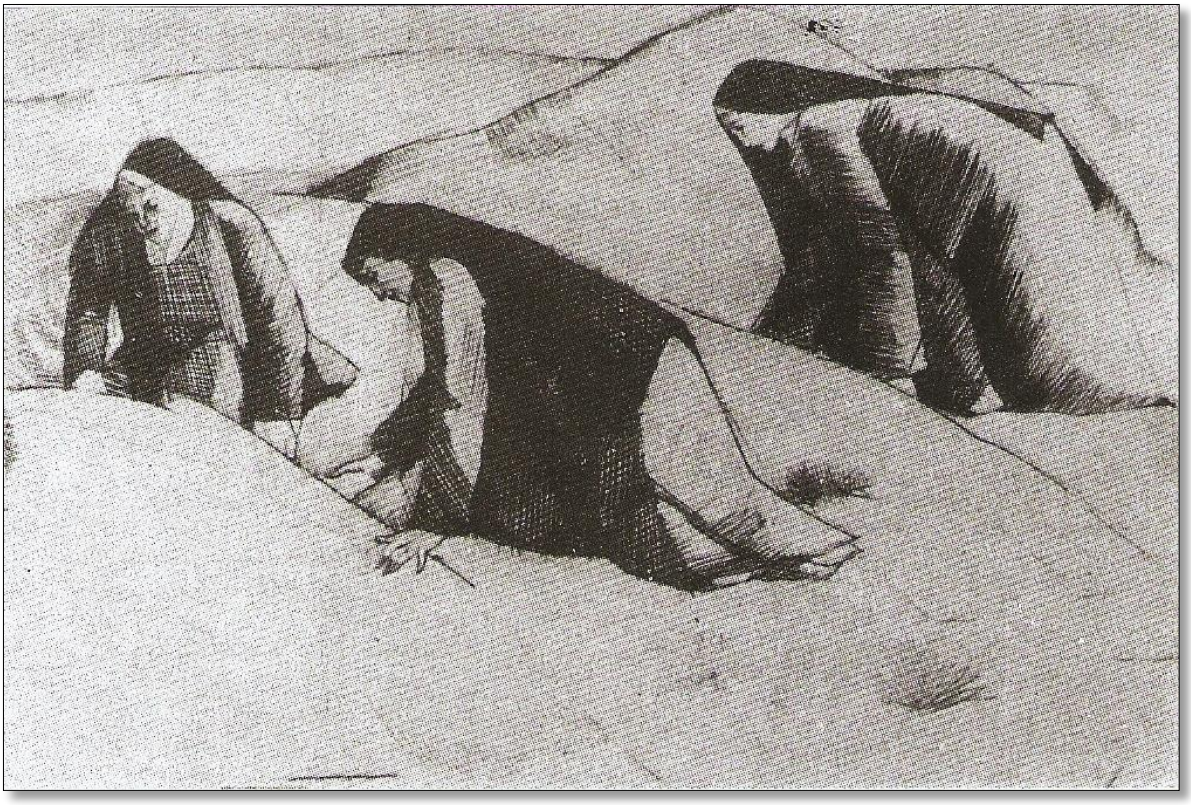
٣- **العالم الفني Le monde Artistique**

يهتم الفنان الغرافيكي نحميا بإظهار صورة المرأة المصرية الجميلة والقوية باستخدام الظل والنور المسيطر بشكل واضح تعكس قدرته على الاهتمام بالشكل وإظهار درجات الضوء بأسلوب التضاد وبمنهج أكاديمي تأثيري يعكس قدرته التقانية العالية في التناول والأداء الفني الذي أظهر تمكنه في هذا المجال.

٤- **العالم الممثل: Le monde présenté**

إن العناصر الممثلة في اللوحة أكوام الغلال الوفيرة وكذلك المرأة المصرية الفلاحة التي رسمها الفنان بحجوم تعادل أكوام هذه الغلال إن الربط التمثيلي بين عطاء الأرض الخصبة إلى جانب تمثيل المرأة المصرية التي هي كالأرض في مكانتها. إنه نوع من عالم يمثل البعد التاريخي لتمثيل المرأة الأم المعطاء التي مثلتها الميثولوجيا المتوسطية بعشتار شرقي البحر الأبيض المتوسط وكذلك المرأة الفلاحة التي تجني الغلال لتطعم أبنائها، وكأن الفنان يريد أن يرمز إلى الفلاحة المصرية بأنها هي مصر المعطاءة هبة النيل ، الذي لم يمثله الفنان وإنما اكتفى برسم غلاله الوفيرة بأسلوب فني تشكيلي مقتدر، مما يحيي قصة إيزيس وأزوريس في الأسطورة المصرية ٤٠٠٠ ق.م.

عينة رقم [٢]



حصاد القمح

نحميا سعد ١٩٣٧م

ومن الفنانات الغرافيكيات في مصر:

منحة الله حلمي:

"فنانة غرافيكية مصرية أستاذة الفن الغرافيكي في كلية التربية الفنية في جامعة حلوان درست في إيطاليا فلورنسا من مواليد القاهرة ١٩٤٩، حصلت على دبلوم التصوير والغرافيك من (سليد سكول) Slade School عام ١٩٥٥ في لندن ولها أعمال في متحف الفن الحديث في القاهرة.

لم تهتم الفنانة في مواضيع تتعلق بالمرأة أو المرأة المصرية وإنما كان اهتمامها منصرفاً إلى رسم المناظر والمشاهد العامة، متأثرة بأساليب فن الحفر الياباني كما في لوحتها بعنوان (حدائق كيوجاردن) وكذلك في لوحتها (عزبة الورد) حفر على الزنك عام ١٩٦٥.

مريم عبد العليم:

بدأت مريم عبد العليم بالأسلوب التعبيري الواقعي والالتزام القومي والوطني وتناولت في أعمالها المواضيع المصرية والإفريقية.كما هو في لوحتها (إفريقيا والاستعمار) ليونوليوم عام ١٩٦٠ فهي تظهر المرأة الإفريقية شبه عارية الجسد في هيئة امرأتين، وحولهما أطفال أفارقة وهن محاطات بنساء من العرق الأبيض يحملن السلاح للتعبير عن اضطهاد البيض للسود في إفريقيا. السكان الأصليون وكأن المشهد في منظر ليلي. وذلك بإيقاعات ضوئية هادئة تعبر عن مشهد واقعي بأسلوب تعبيري في دعوة إلى التعاطف مع المرأة الإفريقية المضطهدة ومحاربة العنصرية.

أما في اللوحة بعنوان (حسن ونعيمة) حفر ليونوليوم يقول أحمد فتحي: "في لوحة حسن ونعيمة نجدها أكدت مذاقها الشعبي المصري في استلهام المشخصات المصرية والأسطورية التي استوحتها من الملاحم الشعبية حيث يجلس حسن ونعيمة وبينهما شجرة تذكرة بشجرة الحياة في الأسطورة البابلية تطل الشمس عن ورائها كذلك في الخلفية هناك حيوانات أليفة في تسطيح جانبي وبشكل احتفالي بالمدرسة الفرعونية "الفن الغرافيكي المصري، ص ١٣٣)".

قدرية سليم:

عملت مدرِّسة في قسم الغرافيك في كلية الفنون الجميلة من مواليد القاهرة ١٩٤٠ اشتركت في بيتالي البحر الأبيض المتوسط بالاسكندرية ومعرض (أبيثا) الدولي بإسبانيا يتسم أسلوبها بالطابع التجريدي أو الواقعي، أو التعبيري التجريدي التمثيلي كما هو الحال في لوحتها (أسطورة) التي تعتمد على حيود مساحته سوداء تحدد شكل امرأة عادية بأسلوب إيحائي بصري في تشكيلات مركبة أفقياً وشاقولياً بشيء من التنويه البصري بأسلوب مبسط يعتمد الجانب التشكيلي على نظم بنائية تعتمد على توزيع مساحة التكوين إلى أطراف اللوحة، كنظم معمارية قد توحي أحياناً للمشاهد بالأبعاد الثلاثة.

والفتاة المستلقية والرأس المسترخي على الوسادة بأسلوب رمزي واقعي تعبيري. بأسلوب الحفر على (الزنك) كواتنث وكذلك في مواضيعها مثل الأمومة والخياطة التي توضح تأثر الفنانة بالأساليب الواقعية التعبيرية وسحن شرقية بعيدة عن التقاليد الفرعونية في فن التصوير.

آمال أحمد كامل:

حصلت على دبلوم أستاذية الرسم في أكاديمية (سان فرناندو) بمدريد إسبانيا عام ١٩٦٣، لها أعمال في الفن الغرافيكي بأسلوب الطباعة الحجرية الليثوغراف والحفر على الزنك – اشتركت في بينالي الرياضة إسبانيا عام ١٩٧٥ لها مقتنيات في متحف أكاديمية سان فرناندو ووزارة الثقافة.

تطرقت في مواضيعها إلى المرأة في المجتمع المصري وقدمت صوراً اجتماعية مختلفة بأسلوب واقعي تعبيري مثل اللوحات الآتية:

- الشغالة.
- المغنية.
- العوالم. وهذه اللوحات كانت مصورة (غير مطبوعة).
- الأمومة حفر على معدن الزنك عام ١٩٦٥.
- الحمل [المرأة الحامل] حفر على الزنك عام ١٩٧٩.
- الغسيل. حفر على الزنك عام ١٩٧٨م.
- مذاكرة حفر على الزنك عام ١٩٧٨.
- الفرح حفر على المعدن الزنك ١٩٦٣.

يذكر الناقد المصري فتحي أحمد أن الفنانة الغرافيكية آمال أحمد كامل مرت بعدة مراحل وهي أربعة:

المرحلة الأولى بدأتها من عام ١٩٦٢ – ١٩٦٥:

لوحة الفرح: وهي عبارة عن خمس فلاحات مصريات جلسن القرفصاء متحلقان في وضع أفقي على جانبي العروس واحدة تمسك بالدف وأخريات تصفقان في فرح وبجانب العروس جلست والدتها تمسك بيدها مباركة مهنئة وعلى جانبي اللوحة شمعتان تنتصبان وبشكل رأسي تتعامدان على الأرض الأفقية للوحة والخلفية حفلت بالزهور وسعف النخيل، الذي يبدو كريش الطاووس في رقته ومجموعة النساء في تكوين مترابط ترتسم على وجوههن للفرحة أرادت الفنانة فيها زركشة الملابس، مما يذكر بالخطوط المصرية الفرعونية.

ويلاحظ في هذه اللوحة الخطوط المنسقة الرشيقة، إذ نتأكد الشخصية المصرية في هذه اللوحة.

أما في لوحة (الأمومة) توجد نفس مناطق الرؤية الفنية فالأم الجالسة القرفصاء وقد احتوت طفلها الرضيع مستسلمة له وهو منهمك بالرضاعة وبجانبها أمها العجوز وكأنها تسجل هذه اللوحة أمومتين، وكذلك يبرز التأثر الواضح في الأسلوب التصوير المصري القديم[١]."

صورة المرأة في الفن المغربي

"تتبين مقاييس الجمال من فردٍ إلى آخر وفي التاريخ الاجتماعي للشعوب أمثلة كثيرة على هذا التباين الذي يشكل في النهاية صورة صادقة للفن لمسيرته ولتطوره وبالتالي صورة لتفاعله مع الإنسان في وعيه وحضارته[٢]" ويضيف محمد أديب السلاوي في كتابه "التشكيل المغربي" قائلاً: "إننا كشعب يرتبط بالحضارات القديمة يتوفر على عادات وتقاليد فنون تشكل لنا رصيداً جمالياً هاماً. فالزرابي، والحلي، والوشم، والحناء والتزاويق، والنقوش، والحفر، والصناعات اليدوية، والرقصات كلها ألوان لها الرصيد الفخم الذي أخذ يتطور مع الوعي الاجتماعي ومع التقدم الحضاري.

لقد كانت النساء البربريات إلى وقت قريب يزين وجههن بالوشم ويلبسن عدداً كبيراً من الحلقات الفضية والنحاسية ويضعن في أرجلهن "خلاخيل" من فضةٍ أو ذهب ويضعن على رؤسهن قطعاً من القماش الملون حسباناً أن ذلك يضاعف من جمالهن ومن حيويتهم.

إلا أن التطور الاجتماعي الذي عرفه المغرب خلال هذا القرن غير الرؤى الجمالية للمرأة... وللرجال على السواء... ويعتقد أن التطور الذي عرفه الفن التشكيلي المغربي بصفة عامة يوازي تطور الرؤيا الاجتماعية للفن ويعزو السيد السلاوي تطور الرؤية الاجتماعية المغاربية إلى عدة عوامل أهمها:

١- التطور الاقتصادي خلال النصف الثاني من القرن العشرين فكان الفن انعكاساً لذلك التطور.
٢- القدم الاجتماعي كقاعدة للتطور الاجتماعي مما فرض على هذه الإنسان المتطور إحساسه وتذوقه بمفاهيم جمالية جديدة نحو المجتمع والمرأة خاصة
٣- أثر الفنون التقليدية العربية الأندلسية والبربرية التي تعكس أنماطاً معينة من أساليب الفنون
٤- عامل الموقع الجغرافي في كون المغرب تقع جنوب البحر الأبيض المتوسط وشمال افريقيا مما أثر في عاداتها وفنونها

ومع التطور الاقتصادي والاجتماعي في أوروبا وما صحبه من تقدم أساليب المعمار الغوطي وظهور البرجوازية المالية في المدن، عم شعور لدى الفنانين الأصلاء في الغربة وتمثل ذلك في مظاهر تمردهم على المجتمع الذي شعروا اتجاهه بالغبن وساد ما يمكن أن نسميه بلغة العصر بالفنانين المنبوذين البوهيميين

---

(١) المرجع نفسه (فن الغرافيك المصري) فيما يخص موضوع المرأة. (بتصرف)

(٢) السلاوي محمد أديب، التشكيل المغربي بين التراث والمعاصرة، منشورات وزارة الثقافة دمشق، سورية، ١٩٨٣م، ص٣٤.٣٥.

– إن أولى اللوحات التي أنجزها الرسامون المغاربة يرجع تاريخها إلى عام ١٩١٠م وكانت للرسام ابن على الرباطي الذي اندفع إلى الرسم بتشجيع من إحدى العائلات البريطانية التي كانت تقيم في الخليج العربي.
ويكاد أن يكون كل الرسامين المغاربة الذين ظهروا خلال هذه الفترة (١٩١٠.١٩٤٠) تلاميذ لرسامين أجانب وفدوا مع الحماية الفرنسية وخاصة الرسوم الساذجة.[١]"

ولإعطاء صورة واضحة عن الفترة الهامة في تاريخ الفن التشكيلي الحديث في المغرب هناك مثالان: أحدهما في شمال المغرب العربي والآخر في جنوبه (باعتبار تقاسم الهيمنة الاستعمارية بين إسبانيا وفرنسا).

"١- في الشمال كان الرسام الاسباني (بيرطوتشي) مكلفاً من قبل الحماية الإسبانية بالسهر على الفنون الجميلة، وأهم مبادراته تأسيس (مدرسة الفنون الجميلة) تطوان "مدرسة الفنون الاسلامية".

فمدرسة الفنون الجميلة أعدت مجموعة من الرسامين والنحاتين بالمغرب وإسبانيا في حين أحيت مدرسة الفنون الإسلامية، فنون الحفر على الخشب، المعدن، الجبص، الفسيفساء.

٢- في الجنوب قام الرسام الفرنسي (ماجوريل) بمراكش باعداد عدد من الرسامين المغاربة شكلوا فيما بعد الصورة النهائية للاتجاه الساذج في الرسم المغربي[٢]" وكان الفن المغربي يهتم بالمظاهر السياحية والفلوكلورية وقلما تعرض الفن المغربي لصورة المرأة في جنوب المتوسط سوى في أعمال الفنان المغربي أحمد بنسيف تحت عنوان الجَدَّة ١٩٧٧م، ١٩٧٨ [انظر الشكل١٢]

كما ظهر عدد من الفنانات من النساء المغربيات وظل المغرب العربي يهتم بموضوع فن التصوير وفن الحفر الغرافيك Art Graphic حتى نهاية النصف الأول من القرن العشرين ولم يكن للمرأة إلا دور يسير في هذا المضمار.

"– وبعد عام ١٩٥٦ عرف المغرب انقلاباً اجتماعياً لعبت فيه المرأة دوراً أساسياً وأخذت فيه دور القيادة والريادة في العديد من القطاعات والميادين المتعلقة بالفكر والسياسة والمجتمع فكما ولجت التعليم وشاركت في مجالات الصناعات والتجارة والآداب والفنون.

وإذا كانت قاعات العرض الثقافية والتجارية لا تخلو في السنوات العشر الأخيرة من القرن الماضي من أسماء لامعة لرسامات مغربيات فذلك يترجم اصرار المرأة على المشاركة في مجالات الابداع والعطاء والمشاركة.

وهكذا أصبح لميدان التشكيل في المغرب أسماء نسائية لامعة لا تقل أهمية وعطاءً وفهماً ودراسةً عن أسماء بعض الرواد من النساء من هذه الزاوية[٣] "

والملاحظ: أن انتقال (صناعة الورق) عن طريق المغاربة من دمشق إلى إسبانيا في القرن التاسع عشر ومن ثم إلى أوروبا ينشأ ويزدهر بوجود هذه الصناعة فن الإعلان والتصميم الغرافيكي لم يكن له أي دور

---

(١) نفس المرجع ص٣٧.

(٢) المرجع نفسه ص٤٣.

(٣) نفس المرجع ص١٦٧.

في البلاد العربية شرق وجنوب البحر الأبيض المتوسط إلا في النصف الثاني من القرن الماضي والذي واكب ازدهار السينما وظهورها في مصر. وظهور فن الإعلان السينمائي الذي انتشر بموازاة الإعلان السينمائي الأوروبي.

ومن الفنانات المغربيات:

"**الفنانة خديجة الأزرق:** ويقدمها السيد محمد أديب السلاوي قائلاً: موهبة فذة في عالم الضوء واللون. ولدت في مدينة فاس وتابعت دراستها بها، ثم التحقت في الرباط لتخصص في علوم الطب، دخلت العالم التشكيلي دون سابق دراسة للفنون الجميلة، معتمدة على رؤيتها الذاتية لهذا العالم، ... تقول خديجة الأزرق عن نفسها: وجدت في عالم الجمال وكنت دائمة التأمل في النقوش وتلون الفسيفساء التي كانت تزخر بها مدينة فاس ... وما زالت تبحث عن أسلوب يجمع بين أصالة التجريد والواقع. ويمكن للمشاهد لمجموعتها الفنية (١٩٧٨. ١٩٨٠) أن يلمس شعورها الغاضب تجاه الظلم والميز العنصري والعدوان الاسرائيلي والامبريالي على الإنسان العربي[١]"

(ومن الملاحظ أن موضوع المرأة كان غائباً في أعمالها الفنية) وربما يعود لأسباب اجتماعية أو فكرية سائدة في المغرب أو لعدم وجود قوة صناعية وتجارية محلية والتي تكون الأساس لازدهار هذا النمط من الفن.

(١) المرجع نفسه ص١٨٢.

الفنانة مريم أمزيان:

يقول عنها الناقد المغاربي محمد أديب السلاوي: وجه نسائي هام في عالم التشكيل المغربي... وفي مدريد حيث كان والدها أحد المسؤولين العسكريين الكبار بجانب الجنرال فرانكو، تعرفت على التراث العربي الاسباني وأعمال الفنانين الكبار في إسبانيا وفي العالم الأوروبي.

"وفي مدريد أيضاً استشدت شخصيتها الفنية، وعرفت النضج الفكري من خلال مجموعة من الدراسات والأبحاث الأكاديمية الهامة التي أنجزتها بالمعاهد الفنية الإسبانية، ... عرفت في المغرب وفي بعض العواصم الأوروبية. وهي تريد بفنها اكتشاف أعماقها الإنسانية المشبعة بالطبيعة الجميلة[1]"

ومن الفنانين المغاربة الذين تناولوا مواضيع المرأة الفنان بلقاضي ومن عناوين لوحاته وأشهرها:

١- المرأة في الخيمة الخضراء

٢- حلم امرأة

شارك فن سنة ١٩٥٨. ١٩٦١في بينالي الاسكندرية من عام ١٩٦١ . ١٩٦٣ في بينالي باريس فرنسا وعرض في كل من باريس، ومدريد، ولندن، وبروكسل، وزوريخ وهاينا كولومبيا، وكندا.

كما رسم الفنان الفطري محمد بن علال الذي تتلمذ على يد الفنان الفرنسي جاك آزيما مواضيع النساء والأعراس وصانعات الزرابي.

وهو من مواليد مدينة مراكش عام ١٩٢٤م احتضنه العديد من النقاد والفنانيين الأوروبيين. عرض في افريقيا والشرق العربي. ومن عنوان لوحاته (حمام النساء).

لطيفة التجاني:

قال أحد النقاد عن لطيفة التجاني عندما نظمت أول معرض لها بقاعة (باب الأرواح) بالرباط سنة ١٩٧٢ "لطيفة كيان مبني تقيده كثير من العبقرية، وتسنده عصامية فريدة من نوعها".

أثارت انتباه الفنانين والنقاد وبدأت ممارسات الفن ف الستينيات من القرن الماضي. وكما يظفى على أسلوبها استخدام اللون الأزرق ومشتقاته.

كتب عنها الناقد المغربي حسن عثمان في معرضها الأول عام ١٩٧٢ "إن أعمال لطيفة التجاني الأخيرة تندرج . تقانياً. تحت ما يمكن تسميته بالتجريد الهادي...

وكتب عنها الدكتور عبد القادر مختار المختص في التكنولوجيا الفنية (التقانات الفنية): "الفنانة لطيفة مرهفة الحس تترجم أحاسيسها بأسلوبها وألوان صريحة معبّرة".

---

(١) نفس المرجع ص ١٨٣

فاطمة حسن

كتب عنها الناقد السلاوي قائلاً "موهبة ناضجة لها مكانتها المرموقة في عالم التشكيل الفني.... إنها آمنت بخطوطها الصلبة وألوانها الواضحة في أقصى حد ممكن من التعبير وبأقل مايمكن من وسائل الأداء. تستخدم الألوان الحارة المعَّبرة من جذوة الحماس ووحشية الأنفعال.

ومن لوحاتها:

١- الحمام

٢- سوق السبت

٣- الشواية

"كان المذهب الوصفي هو طابع أسلوبها المستمد من الطريقة الزخرفية التي سلكها الفنان (غوغان) وهي من الفنانات الفطريات لم تدخل المدرسة في حياتها ولم تتلق تعليماً وتربية فنية....

قال عنها الناقد محمد أديب السلالي: جاءت . فاطمة حسن . لتمثل لنا (الفوفيزم Fovisme أو الاتجاه الوحشي مع بساطة فطرة البدائي. المتوحش الأسلوب نقي الألوان مع تشويه الأشكال وتحطيم الخطوط والاعتماد النقي على الضوء المتجانس والبناء المسطح...) يقوم عليها فن الفوفيزم عند (مانيس) ولدت الفنانة المغربية فاطمة سنة ١٩٤٥م ساهمت في معارض فنية كان آخرها في (قاعة الأرواح) بالرباط عام ١٩٧٧م.[١]"

ويظهر مما تقدم أن فن الغرافيك وكذلك التصميم الغرافيكي المغاربي جنوب المتوسط لم يكن في مستوى تطوره في كل من مصر وسورية قياساً بالتطور الهائل الذي شهده هذا الفن في أوروبا منذ نهايات القرن التاسع عشر إلى نهايات القرن أو أن يكون معدوماً.

كما أن المرأة لم تظهر إلا في حياء في بعض أعمال فن التصوير، أو على مستوى فنانات تشكيليات وربما يعود ذلك إلى الأسباب التي ذكرها الناقد المغاربي السلاوي. والمنوه عنها في هذا البحث.

صورة المرأة في الفن التونسي:

الفنان التونسي يحيى التركي: ١٩٠١-١٩٦٩

"ومن الفنانين المغاربة الذين تناولوا موضوع المرأة الفنان التونسي يحيى التركي في تونس عام ١٩٠١م من أسرة يعود أصولها إلى جزيرة (جربة) تابع دراسته الابتدائية في المدرسة الصادقية ومعهد (كارنو) الفرنسي اشترك بصالون الخريف عام ١٩٢٢م، ويرد اسمه عام ١٩٢٣ في معرض الصالون التونسي مع ذكر لوحتين له "حنية في سوق الحجامين" "وميدان باب السويقة" وقد لفت هذان العملان اهتمام (بيير بوايه) مفتش الفنون الجميلة ومؤسس مركز الفن (مدرسة الفنون) في ذلك الوقت فعرض عليه منحة دراسية لمزاولة

(١) المرجع نفسه ص١٨٤

تعليمه في المركز وقبل الفنان يحيى العرض.. وسرعان ما تحول الفنان إلى أحد رموز الثقافة التونسية الوطنية وترامى ذكره إلى ما وراء الحدود. فتحدثت عنه الصحف العربية مثل: "اللطائف المصورة" نوفمبر عام ١٩٣١م والصباح المصرية (نوفمبر عام ١٩٣٤ ومجلة "السعادة" المغربية في ديسمبر عام ١٩٣٤م... هاجر إلى فرنسا مرة أخرى عام ١٩٢٦ وأقام في حي مونبرناس في باريس واختلط بالأوساط الفنية وخاصة أعضاء (مدرسة باريس) أمثال: ماتيس، وديران، ومانسيو، وسوتين وماركيه، وكان له هناك علاقة بإمرأة (عراقّة) اسمها (بيرت) من مدينة (روبيه) في شمال فرنسا، أقام معها قرابة ٤ أربع سنوات تطورت خلالها تقاناته ورؤيته التشكيلية، رسم المناظر الباريسية بروح شرقية، وسنحت له الفرصة للعرض في صالون المستقلين، وأقام معرض خاص في تيديسكو في باريس عام ١٩٣١م تظهر لنا هذه اللوحة محاولة الفنان التعبير عن وضع المرأة التونسية الجنوب شرق أوسطية بزيها المحتشم في بيئتها الحضارية. وكان يحيى التركي مولعاً برسم النساء البدويات، والمتسولين ومشاهد المدينة العتيقة، ويتميز أسلوبه بألوانه الصريحة وريشته الدسمة حيث توحي لمساته بالفرشاة اهتمامه بنماذجه المصورة كما اهتم الفنان في مواضيع (زيارة النساء إلى الأضرحة) التي اعتاد رسمها ويصف الأستاذ (علي اللواتي) أسلوبه قائلاً: "هي أعراس لونية في ضوء ربيعي دائم لا تشوبه أية روح مأتمية".

ولعل أهم لوحاته مجموعة النشوة التونسيات بعد خروجهن من الحمام البلدي هناك بعنوان "الخروج من الحمام"[(١)]" [انظر الشكل١٣]

<u>ويستنتج مما تقدم:</u>

إن فن الإعلان في دول جنوب المتوسط لم يكن له دورٌ هامٌ في الحياة الفنية التشكيلية في كل من المغرب وتونس وربما يعود ذلك لأسباب إجتماعية وإقتصادية حيث إمتازت فيه اللوحة الفنية المصورة وبجهود شخصية لبعض الفنانيين والفنانات المغربيات أما فن الإعلان السينمائي في مصر ذو الأسلوب الواقعي الذي كانت فيه صورة المرأة حاضرة في الأفيشات السينمائية التي ترافق تنقل الفلم في بعض البلاد العربية جنوب وشرق المتوسط وخاصةً سورية ولبنان إذ كانت بعض نجمات الأفلام يرافقن شخصياً عروض بعض الأفلام لإغراء المشاهدين لحضور الحفلات ومنافسة العروض السنمائية الأخرى.

<u>صورة المرأة في فن السينما السورية في القرن العشرين</u>

في كتاب للفنانة التشكيلية والممثلة السينمائية السيدة واحة الراهب وهي من خريجات كلية الفنون الجميلة جامعة دمشق بعنوان (صورة المرأة في السينما السورية) تعرض فيه تفصيلاً موضوعياً واقعياً عن واقع المرأة السورية ومظاهر تمثيلها في السينما السورية، وكان هدف بحثها قراءة وضع المرأة وموقف القطاع العام

(١) اللواتي علي، مجلة دار الفكر، مجلد ٢٦، العدد الثاني، اكتوبر ديسمبر، ١٩٩٧م، ص١٤٤-١٤٥، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب – الكويت.

(الحكومي) من المرأة عبر الأفلام التي أنتجها القطاع العام في الفترة ما بين ١٩٦٣-١٩٨٦... كونه يعكس نمط وثقافة وبنيان شريحة من المجتمع والتي تتمثل بطبقة البرجوازية الصغيرة.

أما علاقة المجتمع الذكوري بالمرأة فهو انعكاس ونتيجة أيضاً لعلاقة الطبقات الدنيا بالأعلى منها.

وتعزو الباحثة الراهب اختيارها لهذا الموضوع بهذه الصورة هو قراءة موقف هذه الطبقة وبالتالي قراءة الموقف العام من المجتمع التابع الذكوري عبر الأفلام التي أنتجها القطاع العام ١٩٦٣ إلى عام ١٩٨٦م.

وفي رأيها كسينمائية وتعنيها القضايا الإنسانية عامة وبشموليتها والتي تتبدى لديها بشكل خاص تحاول رصد هذا الخاص لإيمانها بأن للسينما (الفن السابع) دوراً هاماً ليس في تطوير المفاهيم الجمالية للمجتمع وتحقيق المتبعة الحسية له، كون السينما جامعة لكل الفنون الإبداعية.

"وترى الفنانة الراهب أن تحويل البيئة الإنتاجية للمجتمع السوري استدعت عمل المرأة ومشاركتها في الحياة العامة، وكذلك الدور المؤثر للنهضة الفكرية والإيديولوجية المعاصرة، والتي تبدو عاجزة عن التغيير الفعلي في "مجتمع بطريركي تابع"، وترجع التفاوت الثقافي إلى انتمائهن إلى بيئات مختلفة مثل:

- البيئة القبلية في مناطق الجزيرة والبادية.
- البيئة الريفية وهي البيئة الغالبة.
- البيئة المدنية، حيث النظام الأبوي هو السائد في الانتماءات الثلاثة.

وقد أخذت السينما السورية عدة اتجاهات متعددة الأهداف منها:

١- الاتجاه الإصلاحي في فيلم (المصيدة) (الفهد) (القلعة الخامسة).
٢- الاتجاه النقدي التعبيري مثل: فيلم (المرأة الريفية) لمأمون البني، وفيلم (أحلام المدينة) لمحمد ملص، والفيلم الروائي القصير "اللعبة" للمخرج هيثم حقي[١]."

المرأة في وسائل الإعلان السورية:

لقد ظهر فن الملصق السينمائي بظهور السينما السورية على شاكلة الإعلانات السينمائية المصرية والأوروبية السائدة حتى نهايات القرن العشرين [أنظر الشكل١٤]

لم تعد الإعلانات الطرقية أو وسائل الإعلانات الصحفية الوسائل الوحيدة للإعلان عن بيع السلع، وكانت السينما تلعب الدور الأساس في الإعلانات الثابتة والمتحركة الملونة في سورية حتى ظهور التلفاز الأبيض في الستينيات من القرن الماضي، ولم يكن لصورة المرأة أي شأنٍ في تلك الإعلانات.

إلا أن انتشار وسهولة امتلاك عامة الناس التلفاز في البيوت إضافة إلى التطورات التي حصلت في مطلع القرن الحالي على انتشار الحاسوب والانترنت ولَّد تنوعاً في وسائل الإعلان.

---

(١) صورة المرأة في السينما السورية ، واحة الراهب، سلسلة الفن السابع، منشورات وزارة الثقافة، "بتصرف"، عام ٢٠٠١، ص٥ – ٧.

"– وتتضح أهمية اختيار الوسيلة الإعلانية التي يُستطاع من خلالها إيصال الرسالة الموجهة أحياناً إلى الجمهور بشكل عام وأحياناً أخرى إلى فئة محددة ومعروفة مسبقاً من الجمهور المستهدف، كأن يكون مثلاً: السيدات والأطفال أو سكان منطقة محددة[1]." وتختلف أهمية الرسالة الإعلانية وفق طبيعة المنتج والرسالة المراد إيصالها إلى الجمهور المتلقي.

المرأة في أعمال بعض المصممين الغرافيكيين السوريين:

ويعتمد الإعلانات التسويقية في سورية على الإعلانات المتحركة والمتلفزة بأسلوب اللقطات القريبة لصورة المرأة الجميلة التي تعرض السلعة ، أو مجموعة من الفتيات اللاتي يقدمن السلعة بطريقة الغناء المباشر والمبتذل أحياناً والاستعانة بالغناء بعرض السلع بطريقة مباشرة تخلو من الإيداع وغالباً ما يتم ذلك لترويج السلع المحلية، وبقي فن الإعلان السوري في حدوده المحلية بعيداً عن الإبداعات الفنية حتى نشوء كلية الفنون الجميلة عام ١٩٦١ (قسم الإعلان) الذي سمي فيما بعد (قسم الاتصالات البصرية) الذي خرَّج العديد من المتخصصين المبدعين في هذا المجال، إلا أن القوة الصناعية والتجارية السورية لم تستطع استخدام وتوظيف هذه القدرات التي أنجزتها كلية الفنون الجميلة والتي تجلت في إنتاج العديد من الأفلام الكرتونية والإعلانات الفنية الإبداعية المحدودة، وكذلك عدم اهتمام وسائل الإعلام أو رغبتها في استخدام تلك القدرات مما أدى بها إلى الهجرة إلى دول الخليج المجاورة ليأخذ هؤلاء المصممون الإعلانيون دورهم اللائق بهم أو منهم من هاجر إلى دول أخرى وهذا لا يعني غياب فن الإعلان وتنوعه في سورية بالاعتماد على تقليد الإعلانات الأوروبية أي (الإعلان المعرّب) والموازي للسلع المستوردة .

المصممون الإعلانيون السوريون:

المصممة الإعلانية د. سوسن الزعبي، والمصمم الإعلاني د. عبد الناصر ونـوس والمصممـون الإعلانيـون د. أحمد يازجي، د. منار حمادي، د. غسان أبو طرابي، د. فارس قره بيت.

وهناك من الجيل الأول من المصممين الإعلانيين السوريين: د. إحسان عنتابي – المصمم الإعلاني المرحوم عبد القادر أرناؤوط، إن غالب هؤلاء المصممين الذين خرجوا أجيالاً من المصممين المبدعين خلال النصف الثاني من القرن الماضي وبداية القرن الواحد والعشرين لا زال نشاطهم الإعلاني في حدود واجباتهم التعليمية وهناك نوع من الفصام بين المؤسسات الإعلانية الرسمية والخاصة وبين هؤلاء المصممين المبدعين والأجيال التي خرجوها مما جعل فن الإعلان السوري يعيش بعيداً عن التطورات الإعلانية في الدول المتقدمة إلا في حدود ما يتم استيراده من إعلانات معرَّبة تُبَثُّ من قبل الوكلاء المستوردين للسلع والمنتجات الواردة إلى سورية، على وسائل الإعلام السورية بعيداً عن المستوى العالي لتدريس هذا الاختصاص، إن عدم إعادة النظر في بنائية آليات التعامل لاستثمار العقول الإبداعية لفن الإعلان السوري، في كل اتجاهاته وإعطاء المرأة السورية كإنموذج أو كمصممة إعلانية وكذلك كأنموذج لفن الإعلان لا يمكنه التعبير عن دور المرأة

(١) د. جميل سلوم الياس، سلسلة الرضا للمعلومات، دار الرضا للنشر، دمشق، سوريا، ٢٠٠١، ص١١٣.

في هذا الفن ،فالإعلان الذي لا يصل إلى جماهيره بشكل فعال هو غير كاف لتحقيق نتائجه المرجوة وهذا أحد عوامل الضعف في فن الإعلان السوري المعاصر، وهذا ينسحب على جميع الدول المتشاطئة في مشرق البحر الأبيض المتوسط، وإن عدم التلاقح الفكري بين المصممين السوريين، مع المصممين العالميين والاكتفاء بالتلاقح الفكري المحلي سوف يؤدي إلى عقم هذا النوع من الفن فالشجرة التي لا يتلقح طلعها من أشجار أخرى من بساتين أخرى سوف يكثر ورقها ويقل ثمرها ،ولم يأخذ فن الإعلان مكانه اللائق في المشهد العام للمدينة إلى بعد السبعينيات من القرن الماضي حيث تعددت وسائله، ونشأت وسائل إعلامية مختلفة منها:

١- التلفزيون: يبث التلفزيون السوري برامجه من خلال ثلاث محطات رئيسية هي القناة الأولى والثانية والمحطة القضائية، ويختلف أجر البث الإعلاني وفق أجور البث:

فئة ثانية: المنتجات المستوردة عن طريق وكيل محلي... وتعتبر المؤسسة العربية للإعلان الجهة المسؤولة عن تنظيم قواعد الإعلان في سورية وقد وضعت بعض القيود والتعليمات الخاصة بالإعلان على التلفزيون وهي:

١- يمنع الإعلان عن المشروبات الكحولية والدخان والأدوية.
٢- تقبل الإعلانات ضمن الأخبار الرئيسة على أن تضاعف أجور الإعلان.
٣- تقوم المؤسسة العربية للإعلان عن طريق (لجنة مختصة) مراقبة جميع الأفلام الدعائية المقدمة والموافقة عليها قبل بثها.

وتلعب المحددات الإعلامية المباشرة منها وغير المباشرة الدور ا لهام في تحديد الرسائل الغرافيكية إلى الجمهور المتلقي.

<u>صورة المرأة في فن الإعلان و الصحف والمجلات السورية:</u>

"يوجد في سورية ثلاث صحف رسمية هي: تشرين، البعث، الثورة باللغة العربية وهناك صحيفة واحدة باللغة الإنكليزية هي (سيريان تايمز Syria times ولكن توزع بأعداد قليلة) وهناك عدد من المجلات الشهرية وكذلك بعض الشركات التي لها إعلانات طرقية مثل: شركة المستقبل، شركة كونكورد، شركة كواليس، الشركة العالمية، شركة طيف، شركة العارض، شركة نوافذ[١]."[أنظر الشكل١٥]

إلا أن كافة هذه الشركات تعتمد على تصميم (الإعلانات الجاهزة) والتي يحاول أن يكررها أو بنسخها الوكلاء باعة السلع المستوردة مما خلق فصاماً بين (المصممين المبدعين السوريين) وتلك الشركات ولا يوجد في غالب هذه الإعلانات أي دور لصورة المرأة، كما تتناول بعض الصحف السورية مواضيع تُعرَّفْ بدور المرأة في بناء المجتمع السوري المعاصر بأسلوب يتوجه إلى الكبار وكذلك إلى الصغار واليافعين،

(١) نفس المرجع، ص ١٤٤.

مثل مجلة أسامة التي تصدرها وزارة الثاقافة السورية ، كما هو في العدد /٧٣٣/ حزيران ٢٠١٤ الذي يتناول موضوع المرأة تحت عنوان (المرأة تقطف ثمار المجد) وهي السيدة نازك العابد إبنة أول رئيس للجمهورية السورية في عهد الانتداب الفرنسي كأول سيدة عربية تمنح رتبة ضابط، وقد أخرجت الصفحة بأسلوب التصوير الغرافيكي للرسام الغرافيكي عبدالناصر الشعَّال ، إلا في حدود الرسوم المرافقة للمقالات [أنظر لشكل١٦] والنصوص الأدبيـة والسياسية بشيء من التأثر بأساليب الصحافة الأوروبية أو المصرية أو اللبنانية.، وبدأ نشوء فن الإعلان السوري المعاصر بعد إحداث كلية الفنون الجميلة في جامعة دمشق عام ١٩٦١م ،وكان يُدَرَّسْ هذا الفن كإحدى المقررات الرئيسة في شعبة الفنون الزخرفية التي تحولت إلى قسم (الفنون الزخرفية) الذي يضم آنذاك شعبتي (الإعلان) و(التصميم الداخلي) وبعد انفصال قسم العمارة ليتحول إلى كلية مستقلة عام ١٩٧٠م أصبحت شعبة الإعلان تحت مسمى (قسم الاتصالات البصرية) وقسم التصميم الداخلي تحت مسمى (العمارة الداخلية) إلى هذا التاريخ، وهذا يبرز الدور الأساسي لجامعة دمشق في تأسيس فن الإعلان السوري المعاصر في مستوى التعليم العالي، وإن أول معرض لفن الإعلان السوري كان في صالة الشعب في الستينيات من القرن الماضي وهو جملة مشاريع الإعلان التي نفذَّها بعض خريجي الكلية من قسم الفنون الزخرفية إضافة إلى بعض الإعلانات لمعرض دمشق الدولي.
ومنذ ذلك التاريخ يساهم فن الإعلان في الحركة الفنية التشكيلية كفنٍ مستقل له خصائصه. وإنما انصرف المصممون الإعلانيون إلى منافسة الفنانين المصورين في المعارض السنوية. إذ تتميز أساليبهم بطابعها الغرافيكي.

صورة المرأة في الكارت بوستال وتقويم السياحي السوري: CART POSTALE

تعرض الفنون القديمة في كل من سورية ولبنان والعراق وجنوب المتوسط صورً للنساء اللاتي كن يعشن في ظل الدولتين الإغريقية و الرومانية وخاصة في الحواضر العربية مثل:مدينة الحضر،تدمر،البتراءإذ تظهر التماثيل و الأعمال الجدارية الألبسة و الحلي التي كن يتمعن بها لإظهار جمالهن كما قدمت المنحوتات الحضرية والتدمرية والفينيقية و الأشورية والبابلية صورً لهيئات النساء ومكانة المرأة إنجميع هذه المعطيات أوحت للعديد من الغرافيكيين السوريين مثل:خالد معاذ،أن يصمم صوراً عملاً غرافيكياً عن المرأة السورية الريفية (صانعة الأطباق) لتصميم كارت بوستال سياحي بأسلوب الرسم بالحبر الأسود عام١٩٨٦م [أنظر الشكل١٧– أ] سار على نهجه المصمم زياد ذكاري الذي قدم عدة نماذج في لكارت بوستال السياحي عن لأياء الريفية المحلية في المحافظات السورية بأسلوب واقعي يوثق تلك الصورة ، "كما قام المصمم الغرافيكي الدكتور إحسان عنتابي بتصميم أول تقويم سياحي يصور فيه هيئات النساء السوريات في أرياف المحافظات من خلال صور فوتوغرافية بأسلوب جذاب وتقنيات عالية في النصف الثاني من القرن الماضي عام ١٩٨٦م"(١) [أنظر الشكل١٧– ب]

(١) مقابلة شفهية مع أ.د إحسان عنتابي ، قسم الإتصالات البصرية ، كلية الفنون جامعة دمشق ،٢٠١٥/٦/١١م.

(التحليل الفني والجمالي لبعض لعينات البحث)
المرأة في الفن والتصميم الغرافيكي السوري المعاصر
(القرن العشرون ـ بداية القرن الواحد والعشرين)

١. القائم على التحليل: الباحثة

٢. الهدف من التحليل: الكشف عن محاور القياس والتقويم للمصمم الغرافيكي السوري المعاصر وبعض الأعمال الفنية التصويرية للغرافيكيين والغرافيكيات السوريات

٣. نوع التحليل: تحليل وصفي (تحليل محتوى)

٤. إجراءات التحليل:

- البعد الفكري
- البعد التخيلي
- البعد التعبيري
- البعد التصميمي

٥. عينات البحث: مجموعة من اللوحات الفنية (فن التصوير الغرافيكي) والمصممات الغرافيكية لمصممين ومصممات سوريات

٦. مجتمع البحث: الجيل الأول، الجيل الثاني، من المصممين والمصممات الغرافيكيات السوريات المعاصرات.

جدول بياني وصفي للتحليل الفني للتصميم الغرافيكي السوري المعاصر
"المراة في التصميم الغرافيكي السوري" (الغرافيكيون السوريون)

	رقم العينة	اسم المصمم	عنوان العمل	التقانة	التاريخ	الاجراءات
الجيل الأول	١	عبد القادر أرناؤوط	بورتريه بفتاة	أكريليك	١٩٩٨	البعد الفكري البعد التعبيري البعد التصميمي
	٢	إحسان عنتابي				
الجيل الثاني	١	عبد الناصر ونوس	غزة	ملصق جداري	٢٠٠٩	البعد الفكري البعد التعبيري البعد التصميمي
	٢	أحمد يازجي	تكوين ثلاثي للمرأة		١٩٩٨	البعد الفكري البعد التعبيري البعد التصميمي
	٣	غسان أبو ترابه				
	٤	فارس قره بيت				
	٥	زيدان سيلان				
	٦	محمد المللي				

الفنانات المصممات الغرافيكيات السوريات

	رقم العيينة	اسم المصممة	اسم العمل	التقانة	التاريخ	الاجراءات
الغرافيكيات السوريات	١	سوسن الزعبي	بورتريه	ألوان زيتية على قماش	١٩٩٨	البعد الفكري البعد التعبيري البعد التصميمي
	٢	منار حمادي				
	٣	بثينة أبو الفضل				

تحليل فني لعينات البحث (الجيل الأول)

نموذج العينة رقم (١) (فن تصوير غرافيكي)

نوع العينة: لوحة تصوير غرافيكي **Purposive sampl**

اسم العينة: بورتريه لفتاة

اسم المصمم: عبد القادر أرناؤوط

المادة والخامة: أكريليك

تاريخ الإنتاج: ١٩٩٨، معرض أساتذة كلية الفنون الجميلة – جامعة دمشق

العائدية: مجموعة الفنان

إجراءات التحليل الفني:

البعد الفكري:

إن انشطارية الوقائع الخارجية للمظاهر المادية في هذه العينة بورتريه للمصمم الغرافيكي عبد القادر أرناؤوط هي ليست وقائع خارجية فحسب وإنما هي أيضاً المحفز لتفسير جملة من الوقائع الانفعالية ويقع على هذه الوقائع المادية المحسوسة في ضربات سكين الرسم التي استخدمها الفنان مسؤولية المعاني والتصورات والأفكار المرسلة إلى الجمهور المتلقي لمثل هذا النمط من الفن بالتعامل معها كلياً باستخدام الألوان الحارة ومحدداتها القاتمة.

إذ يحاول الفنان تحويل هذه القوى الإدراكية الحسية إلى أفكار إدراكية ذات معاني فكرية ووجدانية هي مبكرة النضج في الرؤية الوقاعية كنظير خارجي لرؤى فكرية يريدها الفنان قريبة من الواقع.

إن ابتعاد الفنان عن التماثلية في رسم الأشكال والألوان ربما يشكل هروباً مقصوداً لخلق نص فني إبداعي يمثل فكر الفنان ووجهة نظره نحو الأشكال والمصورات المادية المستخدمة ربما من خياله. أو أن هذا النمط في التعبير الفني الذي اختاره الفنان قد يجلب له المتعة الفكرية في حرية التناول المتحرر من عالمه المحسوس الجميل إلى فكره الداخلي المبدع.

البعد التخيلي:

إن جملة القيم والعناصر المتخيلة في البناء اللوني والتمثيلي لنموذج اللوحة هو حركة ذاتية حرة نابعة من تصورات واعية لتحويل كافة البراهين الممثلة والمستلة خيالياً من عالم واقعي آخر يريده الفنان وهي قيم خيالية متداولة في الفن الحديث.

وبالتالي فإن المعاني والإشارات في اختزال عناصر جسد الفتاة المتمثل في الوجه والشعر والصدر العاري ما هي إلا تعبير خيالي محدود عن عالم الخيال اللامحدود. في إثارة القوى الجمالية للمتخيل.

هنا يستعير الفنان من عالم اللامحدودية محدودية الصورة التي اختارها للتعبير عن دواخله بأسلوب قد يبدو زخرفياً أحياناً في تنميط العناصر الممثلة مثل استطالة الرقبة وإهمال سُلطة الحدس الجمالي لوجه الفتاة التي قد تبدد قيمة الملامح، لأن مسألة تخيل الحقائق الباطنية الموّحدة لداخله قد تبدو أقل قدرة عن توحيد تلك السُلطة في تفسير هذه التخيلات لما تحمله من شوائب النمطية التي قد تقف أمام الإبداع التخيلي المنتج للغرابات السوريالية.

إن محاولة الفنان خلق وظائف نفسية لعناصر عمله للتأثير في المشاهد تقع هنا ضحية لأطر واقعية مستلة من خيال نمطي قد يبدو واقعاً بين عالمي الأحلام العميقة وأحلام اليقظة .

إن المسألة الظاهراتية في هذه الصورة في تجاوزتها الواقعية التي قد تفتح للمشاهد والمتذوق نوافذ جديدة للحدس والحس والخيال بعيداً عن الغوص في جماليات الأشكال الفنية المألوفة أو الباردة خيالياً ، أو ذات التفجير الجمالي النابع من سمت سلطة الخيال المتحكم.

البعد التعبيري:

إن اللمسات الكثيفة في المساحات اللونية الحارة المؤطرة بعتمات الألوان الداكنة التي تؤطر أحياناً أو تحد من السمات التفصيلية لتعابير الوجه والجسد في رؤية كلية أو شمولية للشكل بأسلوب زخرفي هي موجودات فيزيائية مهندمة للتعبير بأسلوب زخرفي عن القوى المتشكلة للعناصر اللونية.

يحاول الفنان بالتعبير عن البناء الضوئي في عمله الفني أن يوجد نظاماً فيزيائي للتعبير عن حركة الضوء بجمل ضوئية على مساحة البورتريه وباستقلالية عن خلفيتها لخلق توافقات جديدة في المساحات الخلفية الأكثر هدوءاً.

إن مزاوجة فكرتي التعبير الحسي الملموس مع فكرة تحوير الظاهر الممثل مدفوعاً بقوى خيالية داخلية ومحاولة الاقتراب من البُنى الزخرفية الهندسية في أسفل اللوحة.

انضوت جميعاً تحت محتوى التعبير الكلي عن إنموذج بورتريه لفتاة هي نوع من المواشحة بين تعابير حسية ملموسة وخياليات عبر عنها الفنان بريشة خشنة وألوان سميكة. ربما كانت حائلاً دون التعبير عن التدفق الخيالي للحصول على تعبير فني ذو وقع عالٍ في نفس للمشاهد بأسلوب غرافيكي غير منظور .

إن الفنان عندما يرى صورة إمرأة ويتصدى لوضعها إنموذجاً لعمله الفني هي ليست مجرد صورة ينقلها، إلا أنها جملة من التعابير والمعاني والحقائق الملموسة في الزمان والمكان وفرادة الإحساس.

البعد التصميمي:

يرغب الفنان في منحاه التصميمي لعمله الفني أن يتوجه إلى مفاهيم الفن الحديث من تعبيرين أو رومانسية حديثة أو تعبيرية أو انطباعية في آن واحد إلا أنه لايهمل أو ينسى ولاسيما في أسفل تكوينه الفني عن كونه مصمم غرافيكي.

يقول رامبوا في رسالته إلى بيكاسو "سنحرر التصوير من عادته القديمة ونمده بالسحر وسيصبح العالم المادي مجرد وسيلة لاستحضار التعبيرات الجمالية لن تعاد صياغة الأشياء بل سيعبر عن المشاعر من خلال الخطوط والألوان والتصميمات المستمدة من العالم الخارجي" (١).

إن المتأمل لعناصر العمل الفني بورتريه لفتاة كمُصمم فني تصويري غرافيكي يرى أنه لا يحمل فقط مقومات فن التصوير إلا أنه يتعداه إلى مفاهيم حداثية قد تكون إجابة معقدة عن أسئلة يطرحها الفنان أرناؤوط أمام المشاهد لمصمم غرافيكي دون الاهتمام بالتعابير الخفية في وجه الفتاة التي تخيلها.

فهو يحاول إيجاد نوع من الاصطفاف والتراصف لتشكيلاته الفنية بأسلوب تشكيلي، للبحث عن مفهوم جديد لفن التصوير بأسلوب فني لمصمم غرافيكي معاصر.

إلا أنه استخدم إنموذج المرأة موشحاً بشيء من اللمسات الخشبية والبرود للتعبير عن جمالها. وحمَّل موضوع البورتريه رسائل فنية وتشكيلية وتصميمية انصرفت إلى البناء التشكيلي لصورة المرأة في لوحة فنية معاصرة، دون أية فكرة تخيلية جوهرية كافية تمس بشكل مباشر صورة المرأة التقليدية المألوفة.

(١) د. الزبدي جواد، فينومونولوجيا الخطاب البصري، الينابيع، دمشق، ٢٠١، ص ١٤٩.

العينة [١]



صورة فتاة(١٩٩٨) **للمصمم الغرافيكي د.عبد القادر أرنؤوط.**

تحليل فني لعينات البحث (الجيل الثاني)

نموذج العينة رقم (٢) (فن تصوير غرافيكي)

نوع العينة: عينة مقصودة **Purposive sampl**

اسم العينة: بورتريه لإمرأة

اسم المصمم: سوسن الزعبي

المادة والخامة: ألوان زيتية على قماش

تاريخ الإنتاج: ١٩٩٨، معرض أساتذة كلية الفنون الجميلة – جامعة دمشق

العائدية: مجموعة الفنانة

إجراءات التحليل الفني:

البعد الفكري:

إن التحول من (الفكر التجريبي) في الفن إلى فكر (المعرفة التجريبية) هي مسألة تتعلق بإنشائية الفنان الذي يختار مفرداته التشكيلية بعيداً عن الانتقائية للوصول إلى ذهن المشاهد بسياقات فطرية أو بشيء من التواصل بين الظاهر في العمل والداخل الذي يغذي عالمه الظاهراتي.

والمتأمل لإنشائية الملامح الفطرية لصورة الفتاة في هذا المؤلف وفق مفاهيم جمالية شاعرية أو سيميائية تعتمد الإشارة والرمز يلمح الارتباط بين ماهية (الإنشاء الفني) المرتبط بالتاريخ والتراث الشرقي من جهة (والإبداع الفني) من جهة أخرى بأسلوب حداثي معاصر.

إن فكرة النزعة الخفية للفنانين والمصممين المعاصرين السوريين، بالاتصال بالتراث التاريخي للفنون المحلية ربما هي فكرة قريبة من الحقيقة الصرفة للحياة التي تمارسها الفنانة في مؤلفها الفني كي تكتشف أسرار الحياة مثل الحب والفرح والخوف والموت والتوق للخلود.

إن هذا النزوع الخفي المغلَّف بلمسات خشنة وألوان متضادة في عناصر اللوحة تعطي البعد الفكري الذي تتوق إليه بشيء من الفطرية والبراءة.

كما أن فلسفة النص الفكري بهذا العمل تعتمد على براعة اختيار الألوان الحاملة لمعاني الخزن الذي يبدو في عيون الفتاة موضوع اللوحة.

فهذا البريق في العيون الذي اختصر في ثلاث لمسات في عينين متباعدتين هي دلالة على استحواذ مؤلف العمل على انفعالاته بعيداً عن الصنعة الفنية بأسلوب نبوغي يضخم العقل الباطن النابع من وعي فكري داخلي مستمد من صدقية مشاعر المؤلف.

والملاحظ في البعد الفكري لهذا العمل أن هناك ثمة التقاء بين مخزون الذكريات الصورية النابعة من أعماق الفكر الخيالي الملامس لضربات الريشة الدسمة التي تفرض قوة مسيطرة للون للتعبير ربما عن ذكريات فكرية صورية تدفعها اللوحة بكل تلقائية نحو المشاهد لتحديد فكرة التعبير الفني الراقي عن مشاعر المرأة المعاصرة.

٠البعد التعبيري:

"يقول كير كغارد "إن أغلبية الناس يتسمون بالذاتية اتجاه أنفسهم وبالموضوعية اتجاه الآخرين، في حين أن يتمثل الاتجاه الصحيح في أن تكون موضوعياً إزاء نفسك وذاتياً إزاء سائر الناس""[١].

إن خِبرتَّيْ (الموضوعية والذاتية) المتجلية تعبيرياً في ملامح الفتاة موضوع المؤلف التشكيلي الغرافيكي هما تعبير عن تزاوج لهاتين الخبرتين في آن واحد.

فالتحليل العيني الماثل في قسمات وجه الفتاة ذات الملامح المثالية والشقتين الغليظتين والعيون البراقة بعيدة مهوى القرط كما يعبر بعض الأدباء. وفي جيدها قلادة تبرق كعيونها الحزينة وكأنها مغرورقة بدموعها.

هي دلالات موضوعية وذاتية تصب في الرسالة البصرية التي هي الموجه نحو المتلقي، إن هذا الإنموذج الانتقائي لوجه الفتاة ليس رسماً ميتافيزيقياً وإنما هو يرتبط بنائه التعبيري التشكيلي في محاولة لبناء علاقة غرافيكية بين شعر الفتاة الذي يؤطر الإنموذج المرئي المنبثق من العالم الذاتي للفنانة مصممة الشخصية.

إذ تحاول الفنانة وفق إطار تصويري الابتعاد عن الشكل الأسطواني للرقبة للصعود إلى أعلى للتعبير ذاتياً في عيون الفتاة في محاولة واعية للانتقال من العالم الخارجي المرئي الذي يفرضه تصميم الأشياء في عناصر اللوحة للدخول في العالم الذاتي، للتعبير عن رؤاه الفنية المحتجبة إلا في عيون الفتاة التي تعبر ربما عن عالم متوّهم مليء بالعزلة والفراغ والوحشة.

البعد التخيلي:

يزعم السرياليون أن أربعة أخماس الحقيقة البصرية هي كامنة في اللاشعور، وهم يستعيرون لأشخاصهم أجنحة مستمدة من الواقع المحسوس كي تطير في الفراغ.

إلا أن مفهوم الخيال الذي يتجلى في هذا العمل هونمط من الخيال الاستعادي لمخزونات الذاكرة والمشاعر الداخلية بعيداً عن الرموز المجهرية التي يستخدمها بعض السورياليين لإظهار براعتهم الواقعية.

ربما تحاول الفنانة الزعبي الخروج من مخاوف دفينة أوالكشف عن عالم غامض في الحياة بأسلوب واقعي تعبيري هو ليس خيالياً وإنما منتج للخيال. أو أن تعبر بلمسات ريشتها الخشنة بأسلوب واقعي تعبيري لتخيل

---

(١) د. العلوان فارق، إشكالية المنهج الفلسفي في الخطاب النقي التشكيلي المعاصر، دار علاء الدين، دمشق، ٢٠٠٩، ص ٤١-٤٢.

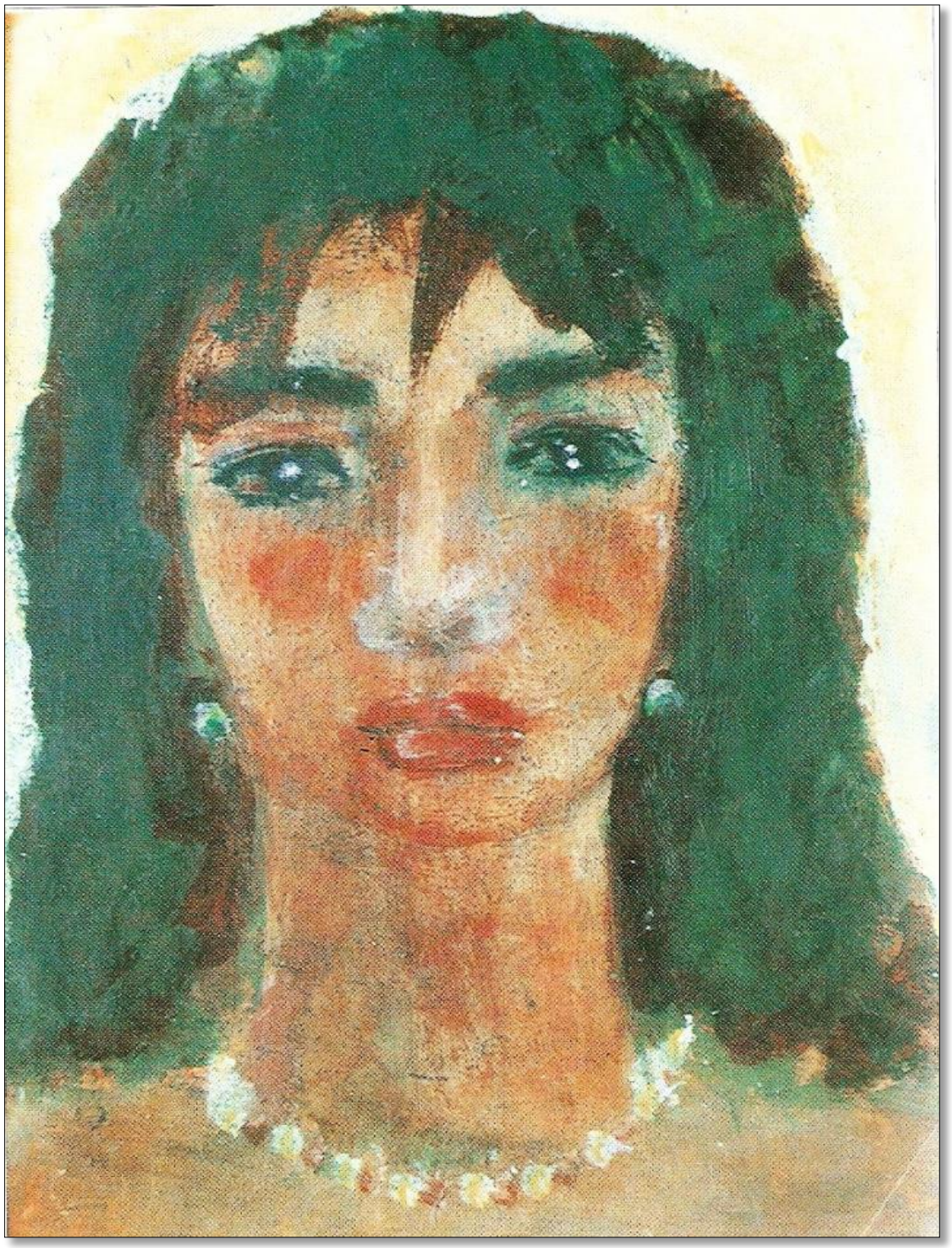
صورة مثالية للفتاة الإنموذج لتخرج بطريقة تلقائية من العالم المحسوس إلى عالم اللذة الحسية في السحر الخيالي للمرأة دون إخفاء لمشاعر دفينة.

البعد التصميمي:

إن المدخل إلى موضوع اللوحة هو مدخل بصري وصفي يحاكي الطبيعة في محاولة لامتلاك الحقائق المشاهدة في ملامح وتقاطيع الوجه، والعناصر المحشَّدة في المشهد الفني فالبناء الهندسي التركيبي لعناصر التصميم في النظام التشكيلي الذي يعتمد الأشكال الأسطوانية والبيضوية والكروية هو نوع من التأكيد على مفاهيم التصميم الغرافيكي بشكل غير مباشر، والذي أطاح به الاستحواذ على الانفعالات وصياغتها في رموز تشكيلية في قالب جمالي يعتمد نغم اللمسات اللونية وإيقاعاتها المعبرة، وهذا ما يلاحظ كسمة في أعمالها التصويرية الغرافيكية.

في هذا التصميم الفني التصويري الغرافيكي الملوَّن استطاعت الفنانة أن تدرك بشكل كلي جملة الأحاسيس وفق عملية إدراكية بصرية مركبة، مهدت للعوامل النفسية أن تأخذ مسارها، التعبيري رغم الاهتمام بالبنائية الهندسية التي حرصت عليها مؤلفة العمل كونها مصممة غرافيكية لا يمكنها إهمال الإحساس بالحجم واللون والمساحة لتجميعها وفق إحساس موحد.

العينة [٢]



صورة فتاة (١٩٩٨) للمصممة الغرافكية د. سوسن الزعبي.

تحليل فني لعينات البحث (الجيل الثاني)

نموذج العينة رقم (٣)

نوع العينة: ملصق جداري ملصق **Purposive sampl**

اسم العينة: مدينة غزة (غزة)

اسم المصمم: عبد الناصر ونوس

المادة والخامة: طباعة غرافيكية

تاريخ الإنتاج: إصدارات كلية الفنون الجميلة بين عامي ٢٠٠٥ – ٢٠٠٩م

العائدية: مجموعة الفنان

إجراءات التحليل الفني:

البعد الفكري:

يحدد موضوع هذا المؤلف العلائقية الفكرية الخفية لفلسفة فكر الشرق القديم المشبعة بتاريات الفن الحداثي المعاصر، ويضع في المصمم الغرافيكي براهين مادية في أشكال مجاميع النسوة النائحات مستمداً ذلك من عمق التراث الأوغاريتي السوري القديم في عيد "(عشتروت أو عشترون) السورية الذي كان يُحتفل فيه في الاعتدال الربيعي. فكانت نغمات الناي ودق الطبول تمتزج بعويل النساء حزناً على (آروني) سيد عشتروت الميت... [١]"

إن استغاثة المرأة بالاتجاه نحو المُطلق تقترن بأدبيات الاحتجاج الراقي إذ يقدم المصمم الفنان في هذا المؤلف مشهداً كورالياً بأسلوب رومانسي حديث وكأن المتلقي يقف أمام مشهد مسرحي رومانسي.

إن "الرومانسية الحديثة" والمعاصرة التي ينتمي إليها هذا المؤلف قد فرضت نفسها على التطور الفكري والفني ومنذ نشأتها الأولى في عمق تاريخ الفن إذ بشَّرت بالتخيل والتخييل كسُلطةٍ بديلة عن العقل وإلى هذا اليوم.

كما يعبِّر المصمم في هذا المؤلف الفني (الملصق الجداري) عن ارتقاء الروح على الجسد لأن الروح هي رمز معنوي فكري استخدمه المصمم إنموذجاً على شكل لوغو لوغو Logo على هيئة شمعة تمثل العلم الفلسطيني جعل فيها عبارة غزة المنضَّدة بأسلوب تابوغرافي مهاداً لهذه الشمعة وكأنها مخزون شعائري لصورة أو إشارة مادية ملموسة.

---

(١) أنظر في البحث: صورة المرأة في المجتمع السوري القديم، فصل أول، مبحث ثاني.

كما أن محاولة المصمم الغوص في التعبير الجسماني المكرر والمنسجم بصرياً في محاولة الدمج بين ما هونابع من الباطن المغيب مادياً وهو صوت الكورال. للمزج بين نقيضي الأنا والآخر. لترتيل إنشودة صماء عصية السماع ومتفجرة المعاني البصرية التي تلهب قلب المتلقي في لغتها الشكلية النابعة من الذات الخرساء المفجوعة.

إن عنفوان الكورال الاحتجاجي في هذا المصمم قد يمثل صراع الأضداد في قانون التحدي والاستجابة المتحكم في الكون منذ الأزل، فنظرة الكورال النسوي الذي يرنو إلى المطلق وينغمس تدريجياً في عتمة خلفية الملصق، هي رابط ذهني بين ظاهرية العناصر المشكلة بأسلوبها التمثيلي الواقعي باستخدام (لغة الضوء) المنبثق من أعلى ويمين المشهد وكأن المتلقي يرى مسرحية (الممثل الوحيد) وقد تكررت صورته في مرايا خفيةتتغمس تدريجياً في عتمة الخلفية بأسلوب مثير للمشاعر وفق نظام بصري يطيح بالمفاهيم التقليدية للاتصال البصري في فن الإعلان المعاصر.

إن هذه الرؤية الفكرية الراقية في التفكير الإبداعي لتعابير الوجود والأجساد العارية تقيم علائق خفية بين الذات والواقع الخارجي ببراعة وحِرَفية ونبوغية سمحت للمصمم أن يفجر المشاعر الجمالية والأخلاقية الراقية أمام المشهد في وقت واحد.

البعد التخيلي:

إن وصف (الخبرة الجمالية) في المواضيع المتخيلة هومشروع أساسي قد يختاره المصمم الغرافيكي، إلا أن هذا الوصف التمثيلي لعناصر هذا المصمم قد لا تأتي مطابقة للصورة المتخيلة والمستلة أساساً من عالم الواقع.

وإن استثمار المصمم لمدركاته الخيالية قد يتعدى حدود الظاهرة المراد التعبير عنها للوصول إلى مجامع قلب المتلقي.

وفي هذا المُصَمَّمْ الإعلاني يجمع الفنان بين أوجه الإدراك والمعرفة والخيال لبناء صورة ماهوية تبدو كإنعكاس تأملي لما يدور في خلده، إذ يستخدم المصمم عناصر واقعية حُقِّقت حاسوبياً، من حيث اصطفاف العناصر الأنثوية للأشكال الممثلة كورالياً، وكأنها تؤدي على مختلف مستويات المنظور الهوائي كسلسلة من التفاعلات الوجدانية للكورس الذي يؤدي غناء بصرياً لتنتج في نفس المشاهد جملة من التفاعلات الإيجابية نحو الهدف الذي ينشده الإعلان وهوشد نظر المشاهد نحو الثلث الأعلى من الإعلان (موقع اللوغو) وفق صورة تمثيلية متخيلة تغلفها العُتْمَةُ.

البعد التعبيري:

إن إبداع الصورة الفنية في المصمم الغرافيكي للتعبير عن انفعالات الناس وكذلك عن المشاعر والأحاسيس قد يبدو شائعاً لمعرفة الفنان المصمم كيف يظهر مشاعر الناس المتولد عن ظروف الحياة وبقيت مسألة

العلاقة بين الفكرين التعبيري والتصويري ماثلة إلى ظهور الاتجاه الرومانسي والتطورات التي أحدثتها الرومانسية الحديثة المعاصرة.

إن ما يقدمه المصمم في ملصق إعلاني عن غزة هو نوع من التسجيل المادي الممثل لعناصر إنسانية تسجل عمليات نفسية تؤثر في المُشاهد.

وفي نظرية (الانعكاس) في علم الجمال الماركسي وكما يراها عالم الجمال (خانشيسون) والذي يقول "غالباً ما تتخذ الاشياء الجامدة تلك الأوضاع التي تذكرنا بوضعيات الإنسان في مختلف الحالات مما ربط هذه النظرية بمواضيع أخلاقية كالكفاح من أجل السلم وتحرير الشعوب المضطهدة..." (١).

إذ نرى المصمم في هذا المؤلف الفني يطبق "نظرية الانعكاس" الجمالية الماركسية بأسلوبه الخاص بصورة غير مباشرة بمدركات حسية لمسية ووجدانية وبرموز تمثيله مبسطة في تناغم بين التماهيات الضوئية التي ترسم الشخوص والأشكال وكأنها فن مسرحي أو سينمائي ليعبر عن العالم الروحي لشعب غزة المقهور في أقل حشد لعناصر للتصوير الغرافيكي التعبيري.

البعد التصميمي:

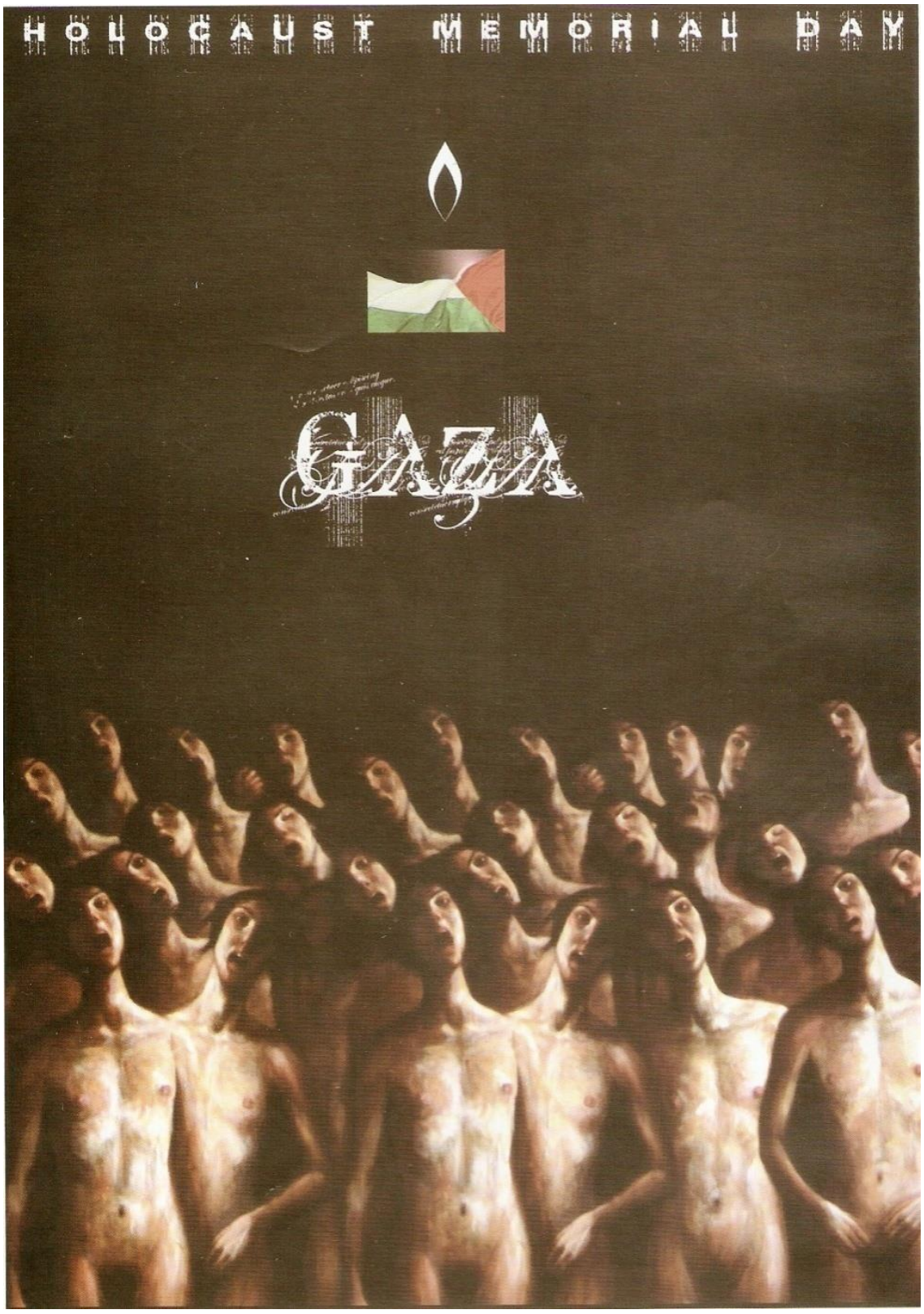
إن المعاني التي تثيرها الرموز التشكيلية في المصمم في أوعية تمثيلية واقعية مكرسة لتلك المعاني هي تستحث في المشاهد أن ينجذب للتعاطف الوجداني مع رموز غزة مثل العبارة الغرافيكية وكذلك صورة العلم الفلسطيني الذي يرمز إلى شمعة موقدة كرمز للعطاء والتفانيلتأخذ وضعاً راسخاًمستقلاً على شكل مثلث هرمي.

إن المفردات الجمالية في التناغم الإيقاعي الضوئي والحركي هومحاولة ناجحة للتعبير عن الانفعالات والعواطف الوجدانية البصرية التي تثيرها الأشكال الرمزية في الملصق.

وإن هذه التجربة على فرديتها والتي تبدأ بالتأثير الفردي والجماعي لجمهور المشاهدين تعطي هذا المصمم سمة اجتماعية في رموز الإعلان التي تبدو سهلة التناول لاتسامها بالرقة والسلاسة وشاعرية الرسالة نحو المتلقي.

(١) د. يولداشبف ليكال، قضايا البحث الفلسفية فيالفن ص ٤٦، دار دمشق ، ترجمة زياد الملا، ١٩٨٤.

العينة رقم [٣]



ملصق(بعنوان غزة للمصمم الغرافيكي عبد الناصر ونوس) ٢٠٠٥م

تحليل فني لعينات البحث (الجيل الثاني)

نموذج العينة رقم (٤)

نوع العينة: عينة مقصودة **Purposive sampl** عن المرأة

اسم العينة: (تكوين ثنائي)

اسم المصمم: أحمد يازجي

المادة والخامة: تصوير زيتي على قماش

تاريخ الإنتاج: إصدارات كلية الفنون الجميلة معرض الأساتذة عام ١٩٩٨

العائدية: مجموعة الفنان

إجراءات التحليل الفني:

البعد الفكري:

إن التطبيقات الظاهراتية الجمالية وهي إنكار معنى الشيء مع الاعتراف بوجودها التي يقدمها المصمم الغرافيكي أحمد يازجي قد تجد مداخلها بين تيارات التعبيرية المعاصرة في البحث عن ماهيات جمال جسد المرأةمن خلال خبرته عن طريق الخيال في محاولة لإدراك ذاته بين ثنائية التعبير والمعنى لخلق رباط بين ذاته والمتلقي.

إن مرجعيات اليازجي تدخل ضمن منهج توفيقي بين الفكر الظاهراتي Phenomenology في أطره الكلاسيكية، باختيار الثنائيات والثلاثيات المثالية لبناء هيكلية فكرية خاصة به ليس بعيداً عن الفكر الجمالي الظاهراتي كمشروع فكري معاصر، كما هو الحال عند ميرلوبونتي الذي يرى "إن الإدراك "البصري" بوصفه عملية ذهنية تتلخص فيها عمليات الوجود ليقيم علائقه بين الإدراك وفعل الجسد الإنساني كونه اتصالاً بصرياً، يمكن إدراك الذات من خلاله، وإن ثنائية التعبير المعني ما هي إلا محور الأساس في اتصال ذواتنا مع الآخرين".

إن هذا التكوين الفني المؤلف من إمرأتين عاريتين هو حالة تعبيرية ذات مفهوم قصدي نحو عالم (المرأة الجسد) مما يدفع إلى إخضاع تصورات الفنان المتجلية والحثيثة إلى فرضيات التجريب الدائم أو إلى تحليل جسد المرأة بهذه التفاعلية الواعية قد يبدو للمشاهد وكأنه من خارج ذات الفنان.

إلا أنه لا يمكن تجريد الوعي عن أية تصورات قبلية مبنية على فكر تشكيلي جمالي أراد الفنان أن يؤسس عليه ملامس في الخطوط والمساحات المتعرجة للوصول إلى صورة شبه يقينية تطرح نفسها بين الوهم والحقيقة الملموسة لتصوراته عن المرأة.

إن هذا ما يسمى في الفكر المعرفي للفن بنوع من (الاختزال الظاهراتي) Phenomenological Reduction، وهو استبعاد ما لا يحيط بالوعي المباشر، ربما يحاول بذلك الفنان أن يلتمس استمتاعاً حسياً. وجمالياً متجدداً في إنموذج جسد المرأة، لأن الفكر الذي ينطلق فيه الفنان المصمم المعاصر غالباً ما تخضع لمفاهيم بصرية في تيارات الرسم الحديث الذي غالباً ما يكسر قواعد الفن. في التركيز على الجسد الأنثوي وصلاته الحركية الدينامية التي تكرس مفاهيم أولية للتعبير عن الجسد في إشارات وإيماءات لحركات الأيدي والأرجل لتعبر عن وعي مرئي للجسد كمركز بصري للجمع بين الحدث الزماني والمكاني والانطباع الحسي للمشاهد.. إن تقويض عناصر الألوان والخطوط والمساحات لتحقيق اندماجية المرئي واللامرئي في آن واحد. ربما هي حالة قصدية أرادها الفنان يازجي تحقيقاً لمبدأ (الضرورة الداخلية) التي طرحها كاندينسكي. بما يحقق اندماجية الشعور الداخلي مع العالم الخارجي.

البعد التعبيري:

إن ما يقصد بالتعبير الفني كما يراه جون ديوي Johon Dewey (هو الاستحواذ على الانفعال وصياغته في وسائط مادية (الألوان والخطوط والأشكال كما في الصورة).

والتعبير الفني هو نوع من السلوك الابتكاري الذي يتجلى في النظام التشكيلي الذي يدخل في البناء التشكيلي التكوين الفني، وما الرؤية الفنية لعنصري اللوحة إلا نمط انفعالي قد تندرج بين خطوطها ومساحاتها مكبوتات نفسية. تجلت على شكل خطوط ومساحات لونية انفعالية. بما يتفق وقول سانتيانا "الفن لذة نشتهيها كأي لذةٍ أخرى، ويرى جان بول سارتر "أن كل مؤلف للفن هو رأي "فكرة" وإن خصائصها روحية بحتة" (١).

إن ما يظهر في هذا المؤلف الفني رمزية إنفعالية بعلامات وإشارات للخطوط والألوان للتعبير عن التسامي التفاعلي لإبهار عين المشاهد وتحقيق ذاتية الفنان.

كما أن الخطوط الدينامية والنزقة التي تلعب دوراً في إشغال المساحات والفراغات والتي تفضحها أحياناً حركات عنيفة للمرأة في يمين اللوحة ربما هوطراز قصدي بعيد عن الصورة المرتشحة عن جسد المرأة ، إذ يسلك الفنان مسلكاً تجريبياً بتصنيف الحركات الجسدية للبحث عن خطوط أساسية للتعبير الفني للخروج عن الإيقاع الحركي.

قد يلتقي مع رأي ماتيس عندما احتجت امرأة قائلة "إن ذراع هذه المرأة طويلة جداً إلى حد كبير فرد عليها قائلاً: سيدتي أنت على خطأ هذه ليست امرأة، إنها صورة!!".

أراد المصمم الغرافيكي الفنان يازجي في هذا العمل التصويري الغرافيكي أن يصور الطيف المعمق لاندماجية ما هو حسي وروحي للتعبير عن طرازه التفكيري في بنائية اللوحة ثنائية أو ثلاثية التعبير بجسد المرأة وفق

(١) د. ليغال يولداشيف، قضايا البحث الفلسفية في الفن، ص ٣١.

ترتيب ممثل تغذيه الخطوط والمساحات بحثاً عن اللذة والمتعة الجمالية لاستدراج المشاهد ودمج انطباعاته الداخلية بواقعه الخارجي.

البعد التخيلي:

إن المتعة الجمالية الإبداعية تنبع أساساً من الفكرة المعبرة عن أحاسيس ومشاعر الفنان، والأشكال الممثلة في عنصري المرأة هي الفكرة الأساس في هذا المؤلف الفني التصويري الغرافيكي.

وإن المتأمل لمستوى حضور الصورة التمثيلية لشكل الفتاتين موضوع اللوحة يستشف للوهلة الأولى أنهما ليستا فعلاً عن إنموذج حي وإنما هو من نسج خيال الفنان. لطالما كان هدف الفنان في موضوعه الجمالي. الذي يتمثل في مدركات ذهنية حسية أو تخيلية أن ينقله مباشرة نحو المشاهد.

وإن المشكلة التي يواجهها الفنان هي إشكالية كيفيات نقل الصورة المتخيلة إلى مستوى الحضور الفني في البناء التشكيلي للمصمم الغرافيكي.

وهذا ما استطاع الفنان يازجي أن يحققه لأن إشكالية التمثيل في أعماله المتخيلة والتي تبدو ضبابية أحياناً أو مختزلة أو أنها تتوارى بعمق الخلفية مما يضع المشاهد أمام صورتين في لحظة واحدة (المرأة الصورة) و(الصورة المتخيلة للمرأة). لأن المرأة الصورة هي حالة عقلية ترتبط بعناصرها الواقعية أما عملية الدمج بين الصورتين المتخيلة والواقعية في آن واحد هي قصدية إدراكية للفنان تنبع من إدراكه الحسي والعاطفي في آن واحد، بهدف البعد عن الصورة النمطية في تكويناته الثنائية والثلاثية للمرأة.

البعد التصميمي:

إن ابتعاد الفنان يازجي عن إظهار التأثيرات الضوئية واللونية وفق تنظيم إنشائي كما يفعل التكعبيون هو انطلاقه إلى خلق توافقية بين الظلال والأضواء والألوان والخطوط كي تتآزر جميعاً بعيداً عن الأحاسيس البصرية للانطباعيين باستخدام الألوان الباردة والحارة لتتحول إلى إنموذجية المتخيل.

إن القراءة الأولى لهذا المؤلف التصويري الغرافيكي لو تم تصويرها بالأبيض والأسود لاختفت السيطرة اللونية التي تؤازر الجوانب الجمالية والمعنوية، لتصبح هذه اللوحة مجرد ظاهرة عقلية حسية تقودها كيفيات الظاهرة الحسية على حساب الظاهرة الشعورية.

وكان هدف الفنان السيطرة على الأشكال الظاهرة بكل مفرداتها لإذابتها في خلفية العمل المحتجبة خلف الخطوط والأشكال والألوان التي تمثل صورة هي بين الخيال والواقع وكأنها حقيقة مؤجلة تتطلب من المشاهد إعادة تشكيل رؤاه للبعد عن التفسيرات السطحية والتقليدية للعمل الفني، في نسيج تكويني ممثل في تشكيلات مختزلة.

العينة رقم [٤]



تصوير غرافيكي للمصمم احمد يازجي(١٩٩٨)م

المصممون الغرافيكيون السوريون:

إلا أن هؤلاء المصممين الإعلانيين تميزوا بنوعمن فن التصوير الذي يمكن أن يُطبق عليه (فن التصوير الغرافيكي) وهذا اتجاه يختص فيه الفن السوري المعاصر، فرضته عوامل مباشرة وغير مباشرة.

إذ نلاحظ من خلال التكوينات الفنية في بنائية الأشكال والألوان تنبع من تفكير حداثي يختلف في طروحاته عن المنهجية التي يستخدمها بعض المصورين السوريين من محترفي فن التصوير بالتأثر في الاتجاهات الفنية السائدة في السبعينيات من القرن الماضي، كما يعكس تجاربهم الفردية، وهذا ربما يعود لضعف القوة الصناعية والتجارية التي تحتاج إلى مصممين إعلانيين يلبوا حاجاتها في سورية، باستثناء بعض الفنانين الذي مارسوا فن الإعلان بشكل مستقل إلا أنه لا يعطى صورة صحيحة عن القدرات الفنية لهؤلاء المصممين السوريين المعاصرين، إلا بشكل ضئيل على مستوى إعلانات معرض دمشق الدولي وبعض الإعلانات للأفلام السورية الناشئة آنذاك.

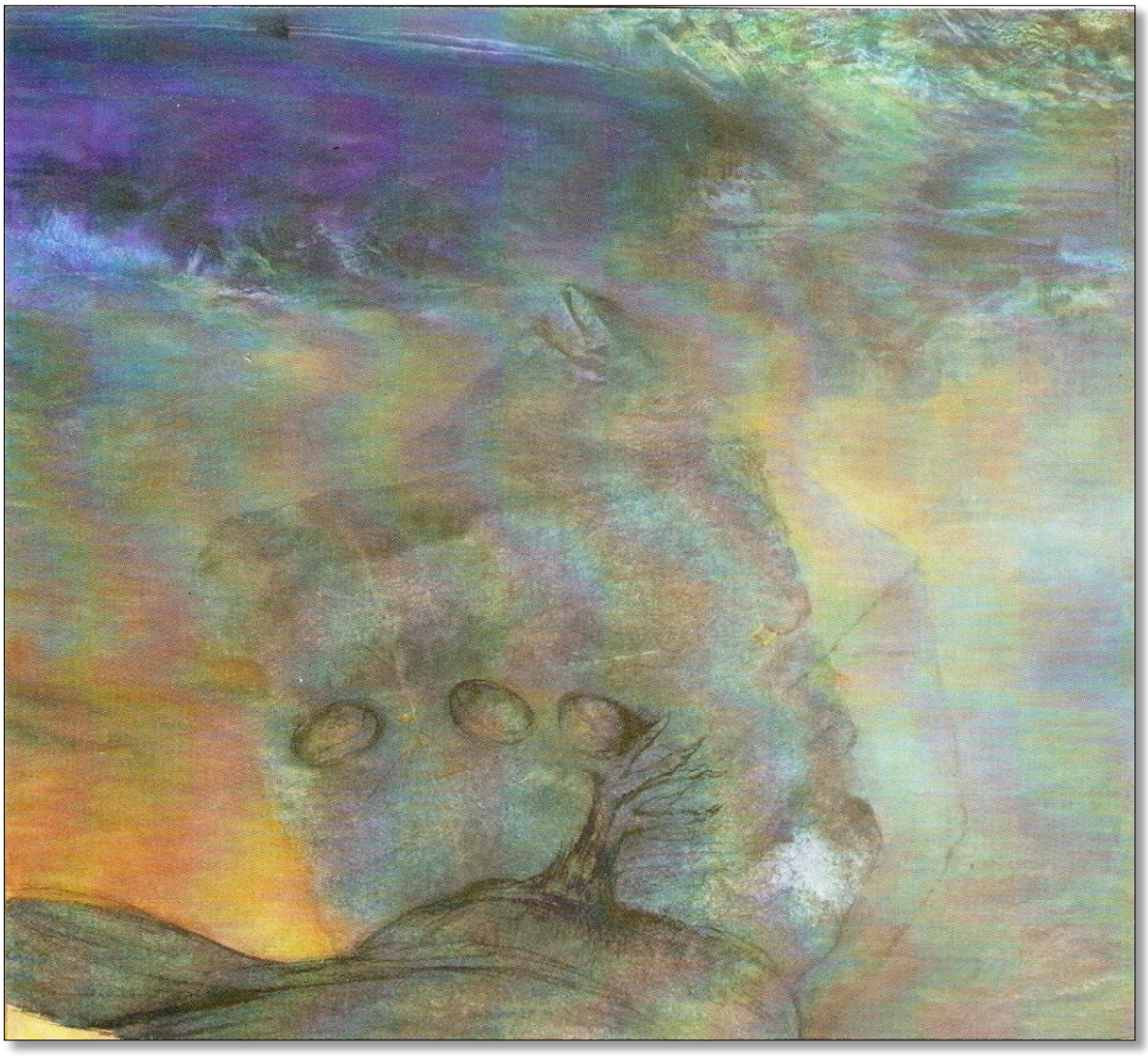
وكان كل من المصمم الغرافيكي عبد القادر أرناؤوط وإحسان عنتابي وكانا هما أيضاً ممن دخلوا حلبة المنافسة في فن التصوير آنذاك.

وقد قدما نماذج لفن الغرافيك السوري إلا أنه لم يتطرقا لموضوع المرأة إلا في إنتاج (فن التصوير الغرافيكي)، والذي يختلف في رؤيته الفنية عن فن التصوير في سورية في النصف الثاني من القرن الماضي، وأخذ أيضاً كل من المصممة سوسن الزعبي وعبد الناصر ونوس دورهما في هذه المنافسة وكذلك المصمم غسان أبو طرابه بأسلوبه التعبيري المميز وزيدان سيلان وأحمد يازجي اللذان تناولا موضوع المرأة في أعمالهم في فن التصوير الغرافيكي بشكل مباشر ويتميز المصمم الغرافيكي ونوس عن غيره من المصممين الغرافيكيين السوريين أن أعماله تمثل أسلوباً فريداً في معالجة صورة المرأة في كلٍ من (فن التصوير الغرافيكي) وكذلك في ملصقاته الإعلانية التي تناولها في العديد من إعلاناته عن المواضيع السياسية. ليعطي الصورة الحقيقية لفن الإعلان السوري المعاصر.

أما كل من المصممتين الغرافيكيتين، بثينة أبو الفضل وكذلك المصممة منار حمادي فلكل منهن إتجاه مختلف في معالجة الصورة، وقد تطرقت المصممة أبو الفضل لصورة المرأة في أسلوبها المميز في معالجة الصورة الفوتوغرافية، وأما المصممة منار حمادي فهي تتناول مواضيع تجريدة يغلب عليها الأسلوب الرمزي التعبيري في منهج خاص بها.

وتتميز أعمال المصممة الزعبي بالتعبير الصادق عن مكنونات رؤيتها الفنية نحو الإنسان والطبيعة في محاولة منها إلى أنسنة الطبيعة لإضفاء الحياة إلى الجمادات التي يمر المرء قربها وكأنها رسالة من المصممة إلى المتلقي كي يتأمل كل ما في الكون الذي يزخر بالحياة بحيوياته وجماداته، كما هو في مفهوم التعبير عن انشطارية اللوحة بين المادة والوجدان العاطفي أما أعمالها في فن التصوير الغرافيكي هي تمزج بين العقل والوجدان بذكاء عاطفي ظاهر وقد تناولت موضوع المرأة في العديد من أعمالها التصويرية شأنها شأن العديد من المصميين الغرافيكيين السوريين المعاصرين، الذين وجدوا في إنموذج المرأة ضالتهم المنشودة

كالمصمم الغرافيكي أحمد يازجي في فن التصوير الغرافيكي والمصمم عبد الناصر ونوس في ملصقاته الجدارية والتي عبر فيها عن خلاصة أحاسيسه للتعبير عن صدقية فن الإعلان السوري الحديث في معالجة بعض قضاياه المعاصرة، بأسلوب رومانسي حديث.(أنظر ١،٢،٣)



١ – إنموذج لفن التصوير الغرافيكي السوري المعاصر للمصمم الغرافيكي الدكتور إحسان عنتابي(١٩٩٨)



٢– إنموذج لفن التصوير الغرافيكي السوري المعاصر للمصمم الغرافيكي الدكتور غسان أبو طرابة(١٩٩٨)



٣- إنموذج لفن التصوير الغرافيكي السوري المعاصر للمصممة الغرافيكية الدكتور منار حمادي١٩٩٨م

الشكل رقم [١٢]



صورة الجدة – أحمد بنيسف – عمل واقعي من كتاب (التشكيل المغربي) وزارة الثقافة سورية ١٩٧٨

الشكل رقم [١٣]



"الخروج من الحمام" يحيى التركي - تونس عام ١٩٠١

الشكل رقم [١٤]



إعلان سينمائي سوري وتظهر فيه سمات الإعلان الدماغي الذي ستثير الدماغ الزاحف للمشاهد ويعتمد على أسلوب تصميم الصورة الفوتوغرافية (القرن العشرون)

الشكل رقم [١٥]



صورة المرأة في إعلان أوروبي مستورد في الصحف المحلية لتسويق سلع دون الاعتماد على المصممين السوريين المحليين باستخدام الصورة الفوتوغرافية الرقمية بمنتهى الدقة بأسلوب إضاءة نوتان (القرن العشرون)

الشكل رقم [١٦]



صورة غرافيكية حول نص صحفي موجه للأطفال اليافعين يعرف بدور المرأة السورية،

السيدة نازك العابد كأول سيدة تمنح رتبة ضابط

تصوير غرافيكي للرسام السوري عبد الناصر الشعال – مجلة أسامة العدد /٧٣٣/ حزيران ٢٠١٤ – ص ٢٠

الشكل رقم [١٧– أ]



تصميم كرت بوستال سياحي في الخمسينيات بإسلوب غرافيكي من القرن الماضي للفنان السوري خالد معاذ١٩٨٦ م.

(الشكل رقم١٧– ب)



صورة فوتوغرافية مأخوذة من التقويم السنوي لعام ١٩٨٦ للمصمم أ.د.إحسان عنتابي يُظهر فيها جمالية تصاميم المصوغات في الريف السوري

المبحث الثالث

مظاهر صورة المرأة في التصميم الغرافيكي المعاصر

المرأة بين الحقيقة والجوهر في الإعلان المعاصر :

إن الحقيقة La véritée هي مرآة الواقع والطبيعة هي أساس المصدر لحقائقها لجميع المعلومات التي يحتاجها المصمم.

والحقيقة هي كل ما أوجده الخالق في الطبيعة، ويستخدم الفنان المصمم مهاراته للاقتراب منها على أسس قوية من النظم الجمالية والبناء التشكيلي لإثباتها في الفن.

والمرأة كعنصر فني هي كائن حي قابل للتغير والنمو والاختلاف في المنشأ والتفكير والثقافة والتباين، ولا يمكن تصوير الحقائق كما هي وكما يهدف العمل المصمم.

مثال: قد تظهر في إحدى وسائل الإعلان إمرأة وكأنها من الطبقة الاجتماعية المخملية وهي في الحقيقة من طبقة فقيرة تماماً كما تفعل بعض الشركات الإعلانية الأوروبية التي تقوم بحملات موسمية جرياً للبحث عن عارضات أزياء في العديد من الدول الأوروبية والبلاد العربية أو الإفريقية ليتعاقدوا مَعَهَّنَ أو بموجب مسابقة لاختيار عارضات أزياء من الشابات ممن تنطبق عليهن المواصفات المطلوبة لهذا العمل وبعقود مالية مغرية لتسويق الثياب الفاخرة باهظة الثمن أو السلع المختلفة الخاصة بجمال المرأة أو أن يكُنَّ إحدى نماذج الإعلانات الطرقية.

إن ظهور تلك الفتيات من هذا المنشأ الفقير بعد تصويرهن بالألبسة الفاخرة في المجلات ذات الطباعة الملونة المتطورة [أنظر الشكل١٩] يظهرن وكأنهن سيدات من الطبقات المخملية في المجتمع المعاصر فيه مغالاة في إخفاء حقيقة المرأة سعياً وراء إغراء الزبون انطلاقا من وضع هالة من الجماليات المزيفة بوساطة الماكياجات وبرامج التنحيف القاسية وفي الحقيقة الصارخة إن استخدام فتاة من طبقة اجتماعية فقيرة بعقد مغري لبيع السلع غالية الثمن لسيدات أو أسر من الطبقات البورجوازية أو إلى السيدات أو من صاحبات الأموال اللاتي يقتدين بالموضة التي تُروِّجْ لها شركات تجارية بوساطة وسائل إعلان غرافيكية معاصرة ربماهي نوع من الزيف لدرجة أن عارضة الأزياء نفسها قد لا تستطيع بدخلها المتواضع شراء المعطف أو الثوب الفاخر الذي ترتديه.

كماأن استخدام عارضات الأزياء ووضع هالة جمالية حولهن وتشغيل ورش التجميل المشهورة عالمياً هي حملات لا تقترب من الحقيقة والواقع المُعاش للفتيات العارضات.

إضافة إلى تشغيل النساء في ورش الخياطة في دول العالم الثالث كمجندات في صناعة ثياب المرأة المعاصرة هي من سمات القرن العشرين، وإلا أن ابتكار الإنسان الألي قد قلل من شأن استخدام المرأة في إنتاج الزي النسائي. مما أثر أيضاً على فرص عمل جديدة للمرأة.

واقتصر عملها في عمليات عرض الأزياء والحلي والإعلانات الجدارية أو السينمائية والصحفية لذلك المنتج. [أنظر الشكل٢٠]

الصورة الغرافيكية للمرأة:

تختلف أشكال الصورة الإنسانية وفقاً لمكوناتها العقلية والعاطفية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتاريخية. والمرأة أيضاً لها تلك الصور المختلفة لأنها تعكس شكل المرأة وهيأتها وجمالها. في الصورة الغرافيكية فيرى في هذه الأعمال صورتها المتغيرة عبر التاريخ، وربما يعود ذلك للاختلاف بين المجتمعات البدائية والبدوية أو الجبلية أو السهلية والنصف حضرية أو الريفية الزراعية وكذلك في بعض البلاد الباردة والمعتدلة والحارة ومكانة المرأة في هذه المجتمعات، مما يؤثر على شكل ومستوى تلك الصورة والحاجة إليها كما هي مفاهيم كل مجتمع على حدة. لاختلاف اللباس ووسائل الزينة وتغير الأفكار والمعتقدات، مما يعطيها تنوعاً غرافيكياً قد يميز مجتمعاً عن آخر.

وتؤثر بعض المعتقدات لدى بعض المجتمعات بحجب صورة المرأة نهائياً عن الناس خشية فتنة المجتمع الذكوري بجمالها مما أدى إلى حجب المرأة نهائياً في تلك المجتمعات وتبلغ المغالاة حتى حجب اسمها أيضاً فـــلا ينطق باسمها فيقال بنت فلان من الناس...!!! ويقال: صوتها عورة وبالتالي لا دور للمرأة (لا صوتاً ولا صورة)!!!

لذا تختلف هيئة المرأة في الأعمال الغرافيكية وفق الموضوع الذي يتناوله التصميم الغرافيكي أو الأعمال الغرافيكية أو الفنون التشكيلية. (وخاصة في البلاد العربية المتشاطئة مع أوروبا.

ويُرى في كثير من الإعلانات والملصقات تنوع تلك الهيئات للترويج عن المنتجات الصناعية والزراعية أو حتى عن إعلانات أفيشات Afiches السينما التي تحكي القصص المختلفة التي تصوِّرْ هيئة المرأة بأسلوب مسرحي قد يكون واقعياً أو قريباً من الواقع في الأفلام السينمائية [أنظر لشكل٢١] والمسلسلات المتلفزة والإعلانات المتحركة التي انتقلت من أوروبا إلى بعض البلاد العربية في بدايات القرن العشرين أو التي انتقل إليها الفن السابع فن السينما مبكراً مثل مصر في النصف الأول من القرن العشرين وإلى بلاد الشام في (النصف الثاني) منه، إذ تظهر تلك الإعلانات المرأة كربة منزل في هيئتها وجمالها التقليدي أو الفتاة العصرية التي ترتدي أفخر الثياب وأحدث الموضات، أو أن تظهر لنا المرأة الريفية في ثيابها البسيطة المحتشمة، أو تلك التي ترتدي الأقراط والحلي والثياب المزينة بالزخارف الشعبية أو المرأة البدوية التي تحاول مضاعفة فتنتها الجمالية بوساطة فن الوشم على الوجه والأكف، كذلك التباهي بزخارف الحناء على الأكف والأيدي ولبس الحلي من الذهب والفضة والخلاخيل (الحجول) وكذلك الأقراط (التراجي)(*) التي ترتديها النساء من الطبقات الغنية [أنظر الشكل٢٢] وكذلك ظهور نجمات السينما بأحدث الموديلات المعاصرة بأسلوب إغرائي لليافعين وخاصة التي تتعلق بأفلام العنف والجنس.

(*) "التراجي" هي نوع من الأقراط الذهبية وربما سميت هكذا نسبة إلى تركيا كونها كانت تصاغ أيام الأتراك. وهي شائعة في المدن والأرياف الشرقية السورية.

كما تظهر الإعلانات السياحية في البلاد شرق وجنوب المتوسط المرأة في ثيابها الريفية ذات الزخارف الجذابة ارتدائها الثياب المعاصرة للإعلان عن المنتجات المنزلية أو المواد الغذائية في القنوات الفضائية والتي يكون غالبها تقلياً لإعلانات الأوروبية المتحركة منسوخة عنها بعد تعريبها، أي دبلجتها Doblag ولا زال الإعلان المتحرك في جنوب وشرق المتوسط مرتبط بالسوق التجارية الأوروبية وكذلك في ترويج السلع القادمة أوروبا أو أمريكا ومن الصين وكوريا، وغيرها من الدول المنتجة للتكنولوجيا وكما تستخدم صورة المرأة المعاصرة كإنموذج مانيكان(*) لعرض الثياب وهي في مراحل النمو المختلفة الطفلة اليافعة الشابة، وكذلك السيدة الأم أو الجدة التي تنصح الشابات لشراء السلع لخبرتها في التعامل مع هذه السلع... وهكذا.

فن الإعلان بالمشق، المانيكان Manikan**:**

من الوسائل البصرية للإعلان عن المنتجات الصناعية وخاصة الألبسة والثياب للرجال والنساء. والأطفال هي النماذج أو الأمشق(*) لمانيكانات Manikins الصناعية مثل: التماثيل المصنعة وفق المقاييس المثالية لطول ونسب الرجال والنساء والأطفال واليافعين.

والنماذج الحية: المانيكانات النسائية والرجال واليافعين والأطفال من إناث وذكور.

عرف المانيكان تاريخياً لأول مرة في مدينة الحضر العربية إذ تم اكتشاف تمثال نصفي لسيدة غير معروفة عليه بعض النقاط والمحددات التي تدل أنه كان يستخدم على شكل مشق مانيكان يكسى بالثياب.

[أنظر الشكل ١١ مبحث ثاني ،فصل أول]

(*) المانيكان: الإنموذج (المشق) أو المثال الحسن لجسد المرأة ويستخدم لعرض الثياب في واجهات المحلات التجارية المعاصرة.

(*) المشق: : جمعها مُشقْ أو أمْشُق، ويقال قوام ممشوق أي أنه مثال للجمال، وهو في اللغة مفرد مشق أي المثال الحسن الذي يقتدى به، أي المانيكان Mankine أو Mannikin والمانيكان في الإنكليزية يعني أيضاً القزم، المورد الوسيط، ص ٣٦٢ .

مفهوم المشق، المانيكان Manikine

بدأ مفهوم القدوة الحسنة في المشهد الجمالي للمرأة للإنسان القديم عندما قام بتمثيل جسد المرأة في أشكال الدمى الصغيرة للآلهة التي تملك قدرات أقوى قدرات البشر أو تلك التي تسيطر على قوى الطبيعة أو القوى العاطفية الخفية لدى الإنسان مثل الحب، الخوف، التطير، الأمل، القوة الشجاعة وتم صناعة الصور المجسمة والمسطحة لأشكال آلهات وفق نظم جمالية انتقلت فيما بعد إلى أشكال وهيئات وألبسة الملوك والأمراء والشخصيات المعروفة في الطبقات الاجتماعية الراقية وأصبح هذا الإنموذج يدفع عامة الناس إلى تقليد هؤلاء من عالية القوم بدافع التقليد والتَشَّوُف.

وعندما نشأت الطبقة البورجوازية les Pourgois في المجتمعات الأوروبية وظهرت مصانع النسيج والأقمشة ومعامل صناعة الثياب وخاصة النسائية منها. بدأت الحاجة إلى عرضها في المحلات العامة بصورة مباشرة على الجدران أو تعرض على الحبال كما هو الحال في الأسواق العشوائية أو الأسواق الشعبية دون أية وسائل لعرضها وإعلانها للبيع، إلا أن التطور التقاني في الفنون الجميلة والفن الغرافيكي.

قدم للمجتمعات الحديثة وسائل أكثر حداثة للعرض بوساطة النماذج الصناعية لتمثال المانيكان Mannikin لتسويق الثياب لإغراء الزبائن وعرضها في واجهات المحلات التجارية أو في الهواء الطلق. وهناك وسيلتان للإعلان والعرض بالمانيكان: المانيكان الصناعي وهي الدمى المصنعة للإعلان والعرض الدائم في المخازن والمحلات، والمانيكان الطبيعي وهو المرأة الإنموذج الحي للإعلان وعرض الأزياء في حفلات العرض الخاصة.

متى ظهر فن الإعلان بالمانيكان: Mannikin

إن أول من مهد لمفهوم المانيكان هو النحات رودان الذي نحت النساء بصورة كان يُظن أنه يصنع القوالب بالطباعة على أجساد النساء علماً أن فكرة المانيكان هي فكرة قديمة.

وكانت قديماً مهنة تفصيل وإخاطة الثياب للنساء والرجال عند مختصين إما في بيوتهم أو في محلات، إذ يحضر الزبون إلى ورشة العمل لأخذ المقاسات اللازمة. وكان المانيكان يستخدم فقط لأعمال المقاسات لقص القطع اللازمة وفق الموديل المراد تفصيله.

ومن ثم تطور استخدام هذا المانيكان لعرض الثياب الجاهزة للبيع فيما بعد، وقد أخذ شكل المانيكان أشكالاً مختلفة ونفذ بمواد وخامات متعددة مثل الخشب، الجص، البلاستيك، الأسلاك وللمانيكان عدة أشكال وفق حاجات العرض للإعلان عن السلعة.

أشكال المشق – المانيكان Manikin

١. الجسم الكامل للمرأة لعرض الأزياء النسائية.
٢. الجذع لعرض القمصان والألبسة الصغيرة الشتوية.
٣. الأرجل والأذرع فقط لعرض الجوارب، والقفازات.
٤. الرؤوس لعرض الباروكات – والقبعات.

كما تستخدم صور المرأة الكرتونية المقصوصة بجهاز اللايزر للإعلان عن السلع مثل الكاميرات، وأدوات التجميل كإحدى الوسائل البصرية للإعلان عن هذه المنتجات في الأماكن العامة.

ما النسب الجمالية للمرأة المانيكان؟

تغير إنموذج صورة المرأة التي رسمت بمخيلة المجتمع الذكوري منذ القدم فإن كافة اللقى الأثرية في العصور الحجرية تظهر لنا أن الأنموذج التالي هو للمرأة الممتلئة الجسد ذات الأثداء الكبيرة كتابة عن الخصب وظل هذا المفهوم سائداً لدى الشعوب البائية حتى نشوء الحضارات في شرق وشمال وجنوب البحر الأبيض المتوسط، وظهور الامبراطوريات الكبرى، فأصبحت المرأة المشاهدة في الأعمال الفنية والغرافيكية لهذه الأمم هي المرأة التي تتمتع بالمقاييس التي تخص كل شعب من هذه الشعوب وأصبحت النسب الجمالية تختلف وفق المعتقدات الدينية مما أثر أيضاً على حساب نسبة الرأس كوحدة قياسية على طول جسم المرأة.

فالنسب النموذجية لجمال المرأة عند الإغريق هي أن تكون نسبة الرأس ١/٩ لباقي أجزاء الجسم، قياسياً بالرجل وهي ١/٨,٥.

أما في الفن الرافدي فكانت البيئة ١/٦ من نسبة الجسم ولربما كانت هذه النسب لأسياب عقائدية، كما اعتمد الرافديون على السحن السيميترية ذات الملامح الموحدة: مثل العيون الواسعة، الحواجب، المقرونة الشفاه الغليظة، أما المصريون فكان نموذج المرأة يعتمد على نسب قريبة من النسب الإغريقية والمرأة الممشوقة القد ذات الحواجب المرسومة والعيون الواسعة والشفاه الغليظة كما هو الحال في وجه نفرتيتي وكيلوباترا.

أما القيم الجمالية لإنموذج المرأة هي أعمال فنية نحتية أو جدارية أو غرافيكية مرسومة على الأواني الفخارية والسيراميك هي كل من الآلهة أفروديت وفينوس، وأشهر تماثيل فينوس هو تمثال فينوس دوميلو. في متحف اللوفر في فرنسا، والكثير من صور فينوس في اللوحات الجدارية من الفريسك والموزاييك وحالياً بأخذ شكل جسد المرأة ووجهها صورة سائدة وفق مقاس المعاصرة للعبة (باربي) والتي تحولت إلى لعبة للأطفال من الإناث لترسيخ تلك الأفكار في الجيل المعاصر، وذلك لأهداف تجارية، لكون غالب السلع التي تنتجها المصانع الحالية تُصممْ في مقاساتها على النسب الجمالية لهذا الأنموذج النسائي (باربي).

مما حدى بالعديد من النساء للتسابق إلى مراكز التجميل لدفع المبالغ الطائلة للاقتداء جمالياً بتلك اللعبة. وانعكس ذلك على تصميم القصص ذات الصور الواقعية للأطفال [أنظر الشكل٢٣]

مما يوضع أثر فن الإعلان وخاصة الإعلان المُجسَّمْ (المانيكان) في نفوس عامة الناس للسعي للتشبه بجماليات أنموذج باربي، كالأنف الدقيق والخدود الممتلئة والشفاه الغليظة والعيون الواسعة والحواجب السيفية الدقيقية. اعتماداً على عمليات تجميلية أو جراحية قد تكون خطيرة مثل عمليات: شفط الدهون، وحقن السيليكون وتجميل الأنف، أو في أدناها ممارسة الرياضات القاسية للوصول السيدات المعاصرات إلى النسب الجمالية لأنموذج (باربي) .

صورة المرأة في الإعلام المعاصر:

أصبح فن الإعلام العالمي والعربي والمحلي هو الحامل للعديد من الإعلانات الثابتة والمتحركة وخاصة المتلفزة منها وما ينشر في الصحف والمجلات. وعندما يتم التحدث عن الإعلام فإننا نقصد الخطاب الإعلامي بوسائطه الإعلانية المختلفة المباشرة فيها وما يقع ما بين السطور في (الإعلانات اللاقصدية) والتي تؤثر على أكبر مساحة من المشاهدين.

وبما أن المرأة هي في مقدمة ما يود الإعلان الإعلامي الوصول إليها أو بوساطتها إلى أكبر مساحة من الناس بأساليب التصميم الغرافيكي المختلفة.

"لقد تم تفصيل "الشخصية الأنثوية" على مقاس دور المرأة المنزلي في (المجتمع الأبوي)... وقبل أن تكون المرأة أنثى هي المرأة التي تلعب الدور الهام في بناء المجتمعات الإنسانية وقيادتها ، وربة المنزل السيدة الطموحة التي تربي وتغرس في نفوس أبنائها القيم الجمالية والأخلاقية الراقية من الموروث الحضاري والقائم على مفاهيم المحبة والعطف والتسامح والمشاركة والتعارف. لا كما تقدمها بعض وسائل الإعلان المحمولة على الفضائيات بصورها الدرامية السلبية أو المشوهة أحياناً، إلا أن الصورة التي تعكسها بعض الوسائط الإعلانية المحمولة على البرامج المتلفزة أو المحمولة على الإعلانات الثابتة في الطرقات والمجلات والصحف ولوحات الإعلانات للشركات المنتجة لفن الإعلان العربي شرق وجنوب البحر الأبيض المتوسط.

لقد ساعد انتشار القنوات الفضائية على إنتاج التلفزيونات العربية لعديد من الأعمال الفنية الدرامية بحكم ما توفر لها من خبرة أو انتشار... في أكثر من مسلسل عربي غير مصري على الشاشات العربية منها على سبيل المثال: الجمّالة، يوم آخر، بنات كريكوس...

وبالطبع كانت المرأة القاسم المشترك في هذه الأعمال الدرامية المقدمة من خلال نماذج بشرية مختلفة... السؤال هل قدمت هذه الأعمال الدرامية واقع المرأة العربية؟.

لقد تزايدت أهمية طرح هذا السؤال بعد أن ثبتت الدراسات والبحوث الإعلامية سلبية وتدني ملامح صورة المرأة سواء في كل مما يأتي:

١- الصحف والمجلات العربية.

٢- المواد الإذاعية والمتلفزة.

٣- المسلسلات العربية.

٤- برامج المرأة.

٥- الإعلانات المتلفزة.

إن موضوع المرأة في المضامين الإعلانية المختلفة وخاصة (الإعلانات المتلفزة) والدراما، ليس في مستوى المجتمعات العربية بل ولا حتى على مستوى المجتمعات الغربية (الأوروبية).

إذ قدم عدد غير قليل من الباحثين نتائج مهمة حول (الغرس الثقافي) الذي تعتركه وسائل الإعلان والإعلام على فئات مختلفة من المجتمع العربي) مثل:

- دراسة بحثية عن الصورة المرأة في الأفلام السينمائية، محمود يوسف /مصر/.
- دراسة بحثية (علاقة المرأة بالرجل) منى حقي (مصر).
- دراسة بحثية (صورة المرأة العربية) مايسه السيد (مصر).

وخلصت بعض توصيات ونتائج هذه البحوث ما يمكن ذكره:

١- تُقَدم صورة المرأة في وسائل الإعلان بصورة سلبية لا تناسب مكانتها.

٢- هناك أثر للمستوى الاجتماعي والاقتصادي على صورة المرأة الممكنة.

٣- إن ترسيخ صورة المرأة بشكل سلبي في الوسائل الإعلانية هو أحد أشكال التمييز[١]

---

(١) د. أشرف جلال حسن، بحث بعنوان (صورة المرأة كما تعكسها القنوات الفضائية) مدرس في قسم الإذاعة ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، منشورات جامعة القاهرة، ص ٤٧٦.

المرأة في فن التصميم الغرافيكي بين الفكرة والصورة والنظرية:

الفكرة: L'idée

هي مجموعة من الصور التي تدور في خيال الإنسان حتى ترتبط ببعضها فتكون لديه صورة نهائية عن الموضوع الذي يبحث عنه فيخرج لنا ما يسمى بالفكرة.

الصورة: L'image:

للصورة أنماط وأشكال مختلفة فمنها الصورة الواقعية لطبيعة والصورة المتخيلة والصورة المركبة، والصورة المبتكرة وهي التي تدور في خيال الفنان ليترجمها على شكل عمل فني غرافيكي لأغراض تفيد الإنسان والمجتمع.

النظرية La théorie

"هي مجموعة من الافتراضات التي يصنعها الإنسان بهدف الوصول إلى إثبات حقيقة ما، وهي بعض الباحثين أنها نظام معقد التركيب، ويعرفها همبل Hempel بأنها مجموعة الجمل المُعبَّرْ عنها بوساطة مفردات محددة وفي مفهوم رينولدز بأنها جملة نظرية وللنظرية جملة من الأس:

١- أن تكون متطورة.
٢- قابلة للتجريب والتجربة.
٣- أن يكون لها منطق داخلي (غير متناقضة).
٤- أن لا تكون متطرفة في التجرد ولا علاقة لها بالواقع.
٥- أن تكون قابلة للإثبات والنفيFalsifability.[١] "

وَيتَّسِمْ التصميم الإعلاني بكل أنواعه على وجود الفكرة والصورة والنظرية الفنية التي ينتهجها المصمم لايصال رسالته الإعلانية إلى المتلقي.

وعملية التصميم الغرافيكي ((التي نعتمدها أنموذج المرأة)) هي عملية ابتكارية تتميز بأنها عمل عقلي وفكري في بداياتها[*] ونهاياتها، وهي ترجمة للسلوك الإنساني وتحتاج إلى حرية التعبير للوصول إلى المنتجة المبتكرة، وفن الإعلان ليس هو غاية في حد ذاته وإنما هو وسيلة يستعين بها المبتكر للوصول إلى هدفه من جماهير المستهلكين أو المهتمين إن كان الإعلان ذا أهداف فكرية أو ثقافية ، أو سياحية كما يجب أن تعتمد فكرة التصميم الإعلاني أو الغرافيكي عامة باكتشاف علاقة جديدة وغير مسبوقة كشرط لتحقيق عنصر المفاجأة للمتلقي ولفت انتباههِ.

---

(١) تاريخ التربية الفنية ونظرياتها، د. محمود عزام، أبو العباس ، الرياض ، السعودية، ص ١٣٠-٢٤٠م.

(*) نفس المرجع، ص ١٣٤.

وهذا لا يتم إلا أن يتابع المصمم الفنان، أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا وأن يكون مطلعاً على أحدث ما توصلت إليه التطورات التقانية المعاصرة ، وأن يطبق أحدث النظريات الفنية في مجال اختصاصه القديمة منها والحديثة اعتماداً على أفكاره المبتكرة وقواه المهارية من خلال إسلوب منهجي لتحقيق "لغة الشكل الفني"، وأن يحشد قواه البصرية وتفكيره وخياله المرتبطة بالقيم والمفاهيم المتحضرة المتفاعلة مع طبيعة المتلقي على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي والثقافي المعاصر، من النظريات الفنية القديمة:

١- نظرية الملكات:

"تعتمد على الموهبة التي يتمتع بها الفنان دون غيره وهي إحدى النظريات القديمة التي استندت على القدرات الصنعية والمهارية والتقليد والمحاكاة والاتزان في النسب والأبعاد وذلك على رأي أفلاطون: "أن عقل الإنسان يمكن تقسيمه إلى مجموعة حجرات كل حجرة تختص بتقوية ملكة معينة... وهي تقوده إلى مهاراته المثالية"[١]".

واعتماداً على هذه النظرية يكون أساس القبول في أكاديميات الفنون الجميلة في العالم باختيار الموهوبين في الفنون الجميلة كالرسم والتصوير، وانتقائهم إلى اختصاصاتها في العمارة أو الفنون التشكيلية أو التصميم الغرافيكي الذي يعتمد أساساً على المهارة والدقة والملكة. التي يجب أن يتمتع بها المختص في هذا الميدان وتمثل نظرية الملكات اتجاهاً مستقلاً بالتوازي مع النظريات القديمة في الفن وهي نظريات الاتجاه نحو الطبيعة مثل:

١- نظرية المحاكاة البسيطة.

٢- نظرية محاكاة المثل الأعلى.

ولازالت هذه النظريات القديمة: تطبق في فن الإعلان كما تطبق في مجالات الفنون التصميمية الأخرى التي تعرض صورة المرأة بأشكال وهيئات تعتمد على موهبة المصمم وإبداعاته الفنية.

فن الإعلان ونظرية المحاكاة البسيطة:

وتعتمد هذه النظرية على التسجيل الحرفي لأحداث الحياة بغض النظر عن المحتوى أو الفكرة فالطبيعة هي المادة الأساسية كي يقلدها الفنان حرفية علماً أن هذه النظرية إن انطبقت على فن الإعلان والتصميم الغرافيكي انطلاقاً من الصدقية المتناهية للصورة المعلن عنها إلا أنها لا يمكن تطبيقها على فنون أخرى كالموسيقا والعمارة فلا أثر للمحاكاة في هذين الفنين، وإنما يمكن تطبيقها في الفنون التشكيلية وفن الإعلان ولا تزال المحاكاة الدقيقة في فن الإعلان وخاصة الصورة الفوتوغرافية تلعب دوراً هاماً في بيان جودة المنتج الصناعي ولذلك في إظهار الوسيط الذي يعلن عن السلعة مستخدماً الصورة الجميلة والمحببة للمرأة مثل: صورة البورتريه أو البورترايه أو الجسم الكامل لجذب انتباه المشاهد العابر.

---

(١) نفس المرجع، ص١٣٤.

وهذا ما يلاحظ في العديد من الإعلانات الجدارية الضخمة وكذلك في الإعلانات الصحف والمجلات وبيع الاكسسوارات الدقيقة التي يلجأ المصممون الغرافيكيون إلى تكبيرها واختيار أدق الكاميرات كي لا تفقد جمالياتها عن تضخيم الصورة في إعلانات الطرق أو الإعلانات السينمائية المتحركة أو المتلفزة ليتم تكبير منتج الكتروني دقيق مئات المرات لتسويقه في ملصق أو حتى في الإعلان عن أدق مثل الفيتامينات والمقويات ومزيلات الصداع الأغذية كحليب الأطفال أو حتى يتم تكبير صورة (حبة دواء) لتظهر من بعيد وكأنها منتج عملاق تم تصويره بحذاقة ودقة.

وقد تكون المرأة عنصراً هاماً في الإعلانات التي تشهر الإكسسوارات التجميلية مثل: المصوغات، القلادات، الأقراط. فيصور تصويراً في منتهى الدقة بيد إمرأة وفق مشهد يظهر فيه جمال الخاتم أو الأساور أو الساعات وكذلك جمال ورقة يد المرأة التي تلبس هذه السلع وبألوان أخاذة. بتصوير الأيدي وللقلائد تصوير الأجياد الرقيقة الناعمة.

كما تستخدم جماليات المرأة في عرض أنواع الأحذية بكل دقة وتفصيل لتظهر براعة الصنعة وأن هذه الصنعة هي متقنة وللنساء الجميلات فحسب.

وتطبق هذه النظرية الفنية في عرض مواد التجميل وطلاءات البشرة لإظهار بشرة المرأة قبل استعمال المنتج وبعده وكذلك في الإعلان عن صابون غسيل الشعر (الشامبو) وبعض مقويات الشعر لتظهر صورة أدق المسامات وتفاصيل الشعر قبل وبعد استخدام المنتجات.

ويتم تكبير هذه الصور بوساطة أدق الكاميرات التخصصية إذ يتم اختيار الكاميرات العادية الكلاسيكية وهي تفضل تقانياً على الكاميرات الرقمية كونها تعتمد رصد أدق التفاصيل وتستخدم تفاصيل في وجه المرأة أو يدها للإعلان عن سلعة مثل: معجون للأسنان وأثره على الأسنان الناصعة.

وفي قصص الأطفال التي تبرز فيها المرأة اليافعة أو الطفلة أو السيدة والمرأة المسنة بأدق التفاصيل كما هو الحال عند الرسامين الفرنسيين جيلبير دولاهاي Gilbert Delahye ومرسيل مرليه Marcel Marlier.

إذ يعتمد هذا الفن في الرسم القصصي على تسجيل أدق التفاصيل للتعبير عن الأشياء والأشكال والمواد والخامات بصورة راقية محببة إلى الطفل تظهر جمال المشاهد وهي دعوة للطفل إلى الإقبال إلى حياة سعيدة .

في هذا المؤلف القصصي يرسم لنا المصمم الغرافيكي المشاهد الحياتية اليومية وفي كثير من رسومه يتعدى نظرية المحاكاة البسيطة إلى تطبيق نظرية محاكاة الجوهر أو نظرية محاكاة المثل الأعلى فهو وإن اعتمد الرسم الأكاديمي إلا أنه يقدم للطفل حقائق غاية في الواقعية بعيدة عن نسج الخيال. مثل: (قصة تولين والهدية) في هذه القصة المصورة يستطيع المتصفح أن يعرف أحداها وإن كان يجهل اللغة التي كتبت بها، إذ حشد المصمم فيها كافة قدراته الفنية ومهاراته في رسم أدق التفاصيل وأزهى الألوان التي تشد القارئ إلى حب شخصية تولين وأمها، كأنموذجين لمحتوى أحداث القصة.

ونلاحظ في الشخصيات بهذه القصة مدى تشابهها بنموذج المرأة المعاصرة (الباربي)، إذ يلاحظ التشابه العجيب بين تولين ولعبتها، [أنظر الشكل٢٤]

إن إنتاج القصص الواقعية اعتماداً على النظريات القديمة في الفن لا زال لها الأهمية في نشر الثقافة ومحو الأمية البصرية لأنها تتناول شريحة الأطفال في مراحل النمو المختلفة وخاصة اليافعين.

وتصلح القصص الواقعية للأطفال ما بعد سن التاسعة التي ترشد الفتيات إلى عمليات ترتيب المنزل والعطف على الحيوان والمحافظة على البيئة وفق رسائل بين السطور يجب على المصمم إيصالها إلى الفتاة الصغيرة وخاصة القصص الموجهة إلى الفتيات اليافعات أي في السنين المتأخرة من الطفولة.

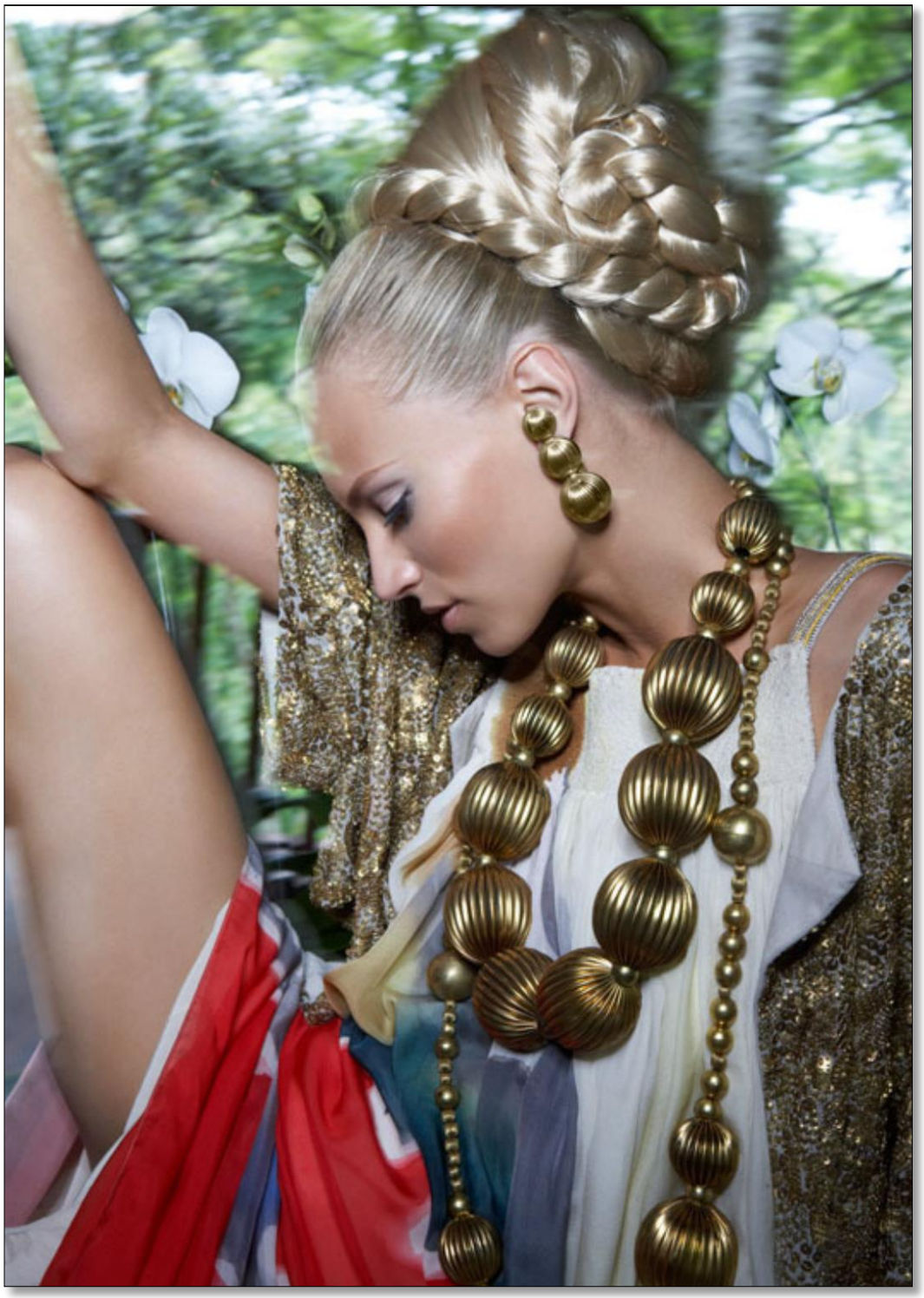
إن الأشكال المثالية التي تتناولها القصص المرسومة غرافيكياً تفسح المجال لذوي الاحتياجات الخاصة بأن تصل إلى أذهانهم لأن الفن هو أحد الطرق العلاجية المعاصرة وهناك العديد من المختصين الأطباء الذين يعالجون الأمراض النفسية بوساطة الفن أو ما يسمى العلاج بالفن Art therapie وفي الرسوم القصصية يستطيع الفنان المصمم أن يحبب الأطفال بالآداب والأخلاق الحميدة وبذلك يحقق للفتيات اللاتي سيكن أمهات الغد وأن يدخل المصمم أيضاً في المنظومة التربوية في وطنه عن طريق الفن الغرافيكي ليحقق نظرية (التربية بوساطة الفن).

الشكل رقم [١٩]



صورة المرأة المانيكان وهي ترتدي ثياب الفرو باستخدام جمال الإنموذج لتسويق سلعة لا يمكن لهذه المانيكان شراؤها.(القرن العشرون)

الشكل رقم [٢٠]



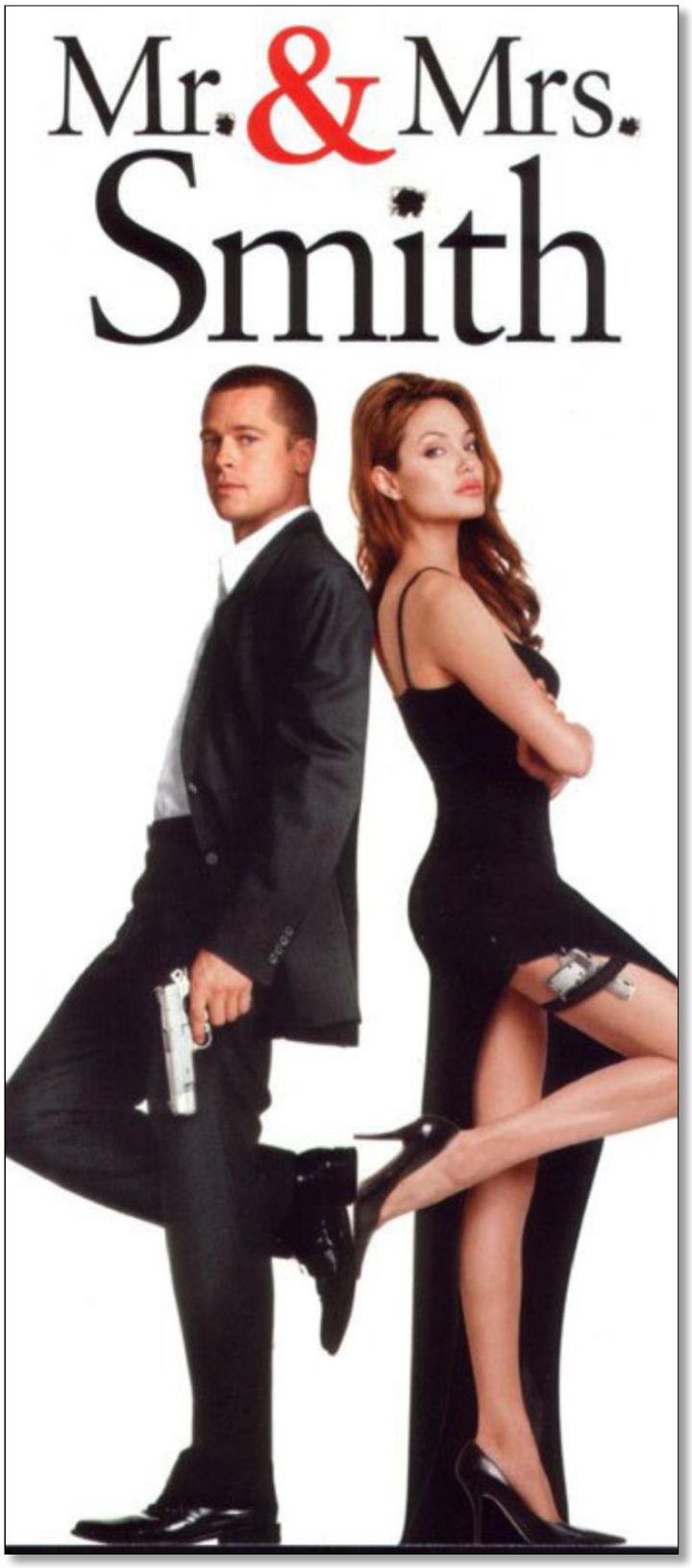
إنموذج لإعلان فوتوغرافي يوضح العبء الذي يقع على عارضة الأزياء لتنفيذ هذا النمط من الإعلان على حساب مكوناتها العقلية والعاطفية والإنسانية لتسويق سلعةٍ ما. واستغلال شركات الإعلان للمرأة الإنموذج الحي.القرن العشرون

الشكل رقم [٢١]



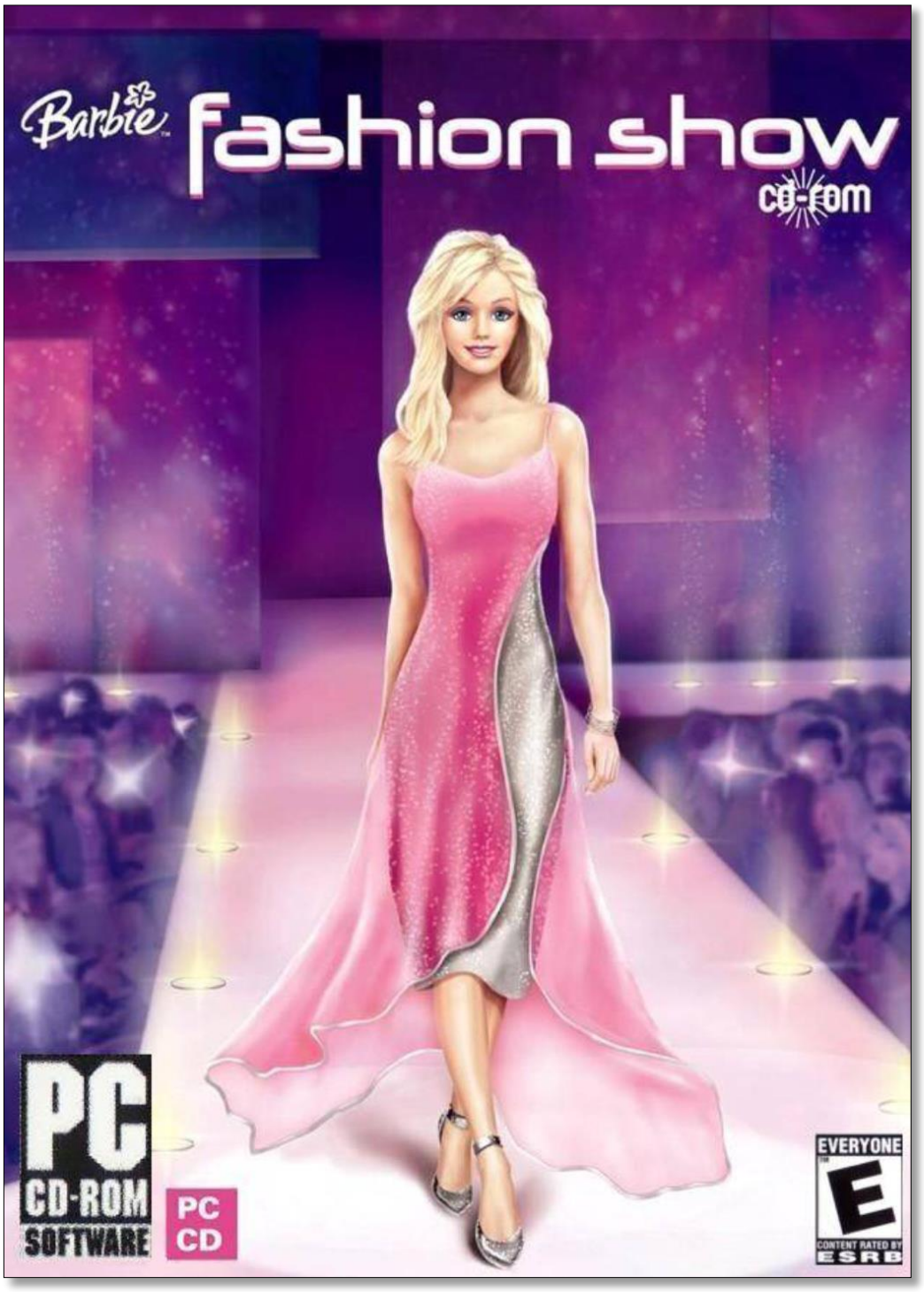
ملصق جداري عن مهرجان كان السادس والستون في فرنسا
يظهر فيه ملامح الإعلانات الدماغية المثيرة للغرائز.(القرن الواحد العشرون)
من١٥/إلى /٢٦ أيار عام٢٠١٣ م

الشكل رقم [٢٢]



إعلان سينمائي أوروبي عن فلم بعنوان السيد والسيدة سميث
يظهر فيه استخدام القدرات الإغرائية للمرأة.(القرن الواحد العشرون) عام ٢٠١٣م

الشكل رقم [٢٣]



نموذج لإعلان إنموذج المرأة المعاصرة (الباربي)
والتي تستخدم على مقاساتها اختيار المانيكانات النماذج العارضة الحية لشركات الإعلان
(القرن العشرون)

الشكل رقم [٢٤]



قصة تولين للأطفال (الإناث)العدد ٣٨ تولين والهدية التي يبدو ان المصمم قد تأثر بإنموذج اللعبة باربي كرسالة موجهة إلى الأطفال (القرن العشرون) دار ربيعة للنشر- حلب-سورية ٢٠١٠

المبحث الرابع

أنماط التعبير في التصميم الغرافيكي المعاصر

مفهوم الصورة التوضيحية في الغرافيك الأوروبي:

هناك أنواع عدة من الصور التوضيحية، يمكن إعادة إنتاجها من خلال عمليات عديدة.
فقد تكون اللوحة التوضيحية لوحة مرسومة أو صورة فتوغرافية أو رسماً أو عملاً من أعمال الفنون التصويرية، كصورة محفورة مثلاً، وقد تصنع من اللونين الأبيض والأسود أو مجموعة من الألوان وقد تستخدم الصورة التوضيحية لمجرد التزيين، أو لجلب الأنظار إلى قصةٍ أو نصٍ ما. ولكنها لابد أن تساعد القارئ في فهم الكتابة أو لإيجاد خلفية بقصد إضافة الألوان إلى النص.

متى ظهرت أولى الصور التوضيحية في المخطوطات العربية؟

"ظهرت أولاً في المخطوطات العربية في (مدرسة مصر) في القرنين التوثيق التاسع والعاشر الميلاديين وقبل ظهرت في المخطوطات العربية التي وصلت كاملة من أعمال القرنين ١٢ و ١٣ ميلاديين مما يطلق عليه (مدرسة بغداد) وأهمها رسوم الواسطي، وكان أغلب رسوم هذه المدرسة شرحاً للمتن وتوضيحاً له وفي القرن ١٥ الميلادي ظهرت الصورة التوضيحية في مخطوطات (المدرسة التيمورية) ثم في القرن ١٦ – ١٧ الميلاديين في مخطوطات (المدرسة الصفوية) و(المدرسة التركية). وكان للمرأة حضور في مجالس الطرب كما هو الحال في العديد من المخطوطات.[١]"

ظهور الصورة التوضيحية في أوروبا:

عرفت أوروبا الصورة التوضيحية أول مرة فيما سمي (المخطوط المضيء) في العصور الوسطى. وشرع الرهبان يزينون المخطوطات بالذهب والفضة.
وعندما طبع جوهانزتبرغ JohansTberge. أول الكتب بطريقة الحروف المتحركة في القرن الخامس عشر الميلادي، بدت حروفها وكأنها مكتوبة بطريقة مخطوطات العصور الوسطى التي كتب باليد.
وقد تطورت الطباعة تدريجياً فيما بعد، حتى وصلت إلى ما نعرفه اليوم عن الصورة التوضيحية، وفي تلك الكتب كانت المشاهد والحروف الأولى في الصفحات أو الأجزاء ما زالت ترسم باليد.

متى ظهرت الصورة التوضيحية المطبوعة؟

"ظهرت أول كتب تتضمن صور توضيحية مطبوعة أوائل القرن الخامس عشر، ويعود الفضل في طبع هذه الكتب لعامل الطباعة (البريخت فيستر) في ماميرج في ألمانيا وكانت تسمى (الكتب الخشبية) وقد أطلق هذا الاسم على تلك الكتب لأن العمال استخدموا قطعاً من الخشب في الطباعة، وتماثل هذه القطع الخشبية اليوم (الحروف البارزة) وكان العمال الحرفيون يلونون الصور التوضيحية يدوياً.

---

(١) منشورات، منظمة اليونسكو، الأمم المتحدة، باريس، فرنسا.
Courrier , De , L'unesco Octobre 1980. 33 ,Annee, P. 10

ومن النماذج الشهيرة لمثل هذه الكتب:

١- كتاب "سفينة الحمقى" التي رسمها ألبرخت دورر.

٢- (قصة الموت) التي صورها هانز هولبينالإبن.

كانت الصور التوضيحية في هذه الكتب تطبع من جانب واحد فقط من الصفحة وكانت الصفحات الحالية تلصق معاً لتعطي هذه الكتب الأثر التوضيحي المستمر.

وفي أواخر القرن الخامس عشر توسع عمال الطباعة في ألمانيا والبندقية في استعمال الخشب المقطع الذي احتل المرتبة الأولى في تجارة المطبوعات "الغرافيكية" وفي ألمانيا كان ألبريخت دورر واحداً من أشهر رسامي الصور التوضيحية، فقد مزج بين القدرة التقنية غير العادية في الحفر على الخشب وبين شعوره بأنه يصنع أشكالاً لأشياء حية.

وقد استخدم كلاً من الخشب والنحاس لحفر صوره. وفي أواخر القرن السادس عشر استبدل الخشب بالحفر على رقائق النحاس على أنه الصورة المفضلة لطبع الصور، ومنذ ذلك الحين تقدمت طباعة الصور باستخدام أسلوب (الطباعة). وقد أصبحت الصورة المعاصرة أكثر تعقيداً وتعدداً وذلك بمقدار متطلبات العمل.

تطور الصورة الغرافيكية المطبوعة في أوروبا في القرن التاسع عشر.

الصورة الغرافيكية الداجيرية:

وقد سمي هذا النوع من الصور الغرافيكية التوضيحية على اسم (لوي جاك ماندیهداجير) المخترع الفرنسي الذي طور هذه العملية عام ١٨٣٧م وتشير الصور الداجيرية إلى هذا النمط الغرافيكي الذي أنتجت فيه هذه الصور.

تقانة الغرافيك الداجيري:

"وتشتمل هذه العملية في استعمال صفحة نحاسية رقيقة مطلية بالفضة بطريقة (البخار) المنبعث من البللورات التي يتم تسخينها باليود، حتى تصبح الفضة المطلية حساسة لفعل الضوء.

توضع هذه الصحيفة داخل مصورة تحت تأثير عدسات التصوير لمدة تتراوح ما بين خمس إلى ٤٠ دقيقة. وبعد سحب الصحيفة من المصورة ، يتم تمحيضها ببخار الزئبق الساخن، فينصهر الزئبق في الفضة حتى درجة تتأثر فيها بنور الضوء لتكوّن صورة بكل تفاصيلها الدقيقة. ثم تصبح الصورة ثابتة (تبقى دائمة) بعد معالجة الصحيفة بـ (ثيوكبريتات الصوديوم).

وقد نشر داجير أول وصف لهذه العملية سنة ١٨٣٩م ثم طورها بعد ذلك مباشرة عدد من المبدعين سنة ١٨٤١م على سبيل المثال، وتم تقليص المدة الزمنية التي توضع فيها الصور تحت تأثير العدسات إلى أقل من دقيقة.

كانت الصور الغرافيكية الداجيرية الأكثر رواجاً خلال الأربعينيات والخمسينيات من القرن التاسع عشر في أوروبا، إلا أن هذه الطريقة استبدلت أخيراً خاصة لأنها لا تنتج صوراً سلبية يمكن عن طريقها إنتاج نماذج أخرى[١]". ولم يكن لصورة المرأة الدور الهام في مثل هذه التقانات المبتكرة.

المرأة في أنماط التعبير الغرافيكي الحديث والمعاصر

"ويقصد بذلك أنواع الإعلانات وفق أشكالها وأهدافها والمجتمعات التي توجه إليها أنماط هذه الإعلانات:
١- الإعلانات الصحفية: إن أول إعلان ظهر في جريدة في العدد السابع من جريدة (الأخبار الصحيحة) التي كانت تصدر في إنكلترا، أعلن (لورد) عن جائزة يقدمها لمن يعثر على حصانين سرقا منه وكان ذلك في ١٢ نيسان عام ١٦٤٩م .وكان الإعلان عن الأشيء المفقودة يمارس بالمناداة الصوتية باستخدام المنادين.

والإعلان الصحفي هو الإعلان الذي يظهر في الصحف، وتعد الصحف كل ما يُطبع على الورق ويوزع في مواعيد دورية وتنقسم إلى جرائد ومجلات من حيث الشكل والمضمون وإلى يومية وإلى أسبوعية ونصف شهرية وسنوية وإلى محلية وإقليمية ودولية، ومهنية وخاصة وعامة من حيث النوع.

"وفي إطار التطور التاريخي لفن الإعلان الصحفي نجد أن أول إعلان في صحيفة يومية ظهر عام ١٩٣٠ في صحيفة إنكليزية وكان عبارة عن تقديم مكافأة مالية لمن يساعد في العثور على بعض الخيول المسروقة). (ويلاحظ في هذا النمط من الإعلان أن لها دور لصورة المرأة فيها). [٢]"

وفي فرنسا نشرت جريدة LaGazette de frances الإعلانات عام ١٦٣١. ويعتبر الطبيب (لايوفراست رينو سنتو) أول مؤسس للإعلانات المطبوع، حيث افتتح عام ١٦٣٠ مكتباً للمنادين يقوم بطبع الإعلانات في الصحيفة المذكورة ومنذ هذا التاريخ بدأ عهد الإعلان الحديث بشكله الذي نعرفه اليوم.

أما في سورية فقد ظهر أول إعلان مطبوع عام ١٩٥٤ في معرض دمشق الدولي كما ظهرت الإعلانات مع ظهور عصر الصحافة.ولاسيما مجلة (المضحك المبكي[*]) ومن الجدير بالذكر أن صورة المرأة لم تغب عن رسوم الكاريكاتور السورية والمصرية والبنانية مثل الرسوم الناقدة للمرأة المتسلطة أو المسرفة.

---

(١) الموسوعة العربية العالمية، مجلد ١٥، ص٢٠٢-٢٠٣، الرياض المملكة العربية السعودية، ١٩٩٩م.

(٢) موسوعة المعارف مجلد ٢١ ص ١٨

(*) وكان الإعلان عن الأشياء المفقودة بمارس (بالمناداة الصوتية) في بعض الحواضر السورية باستخدام (المنادين) أوما يسمى (الدلال) الذي يتجول في الأحياء، [أو ربما باستخدام رموز تدل على فقدان شيء ما وللإعلان عن فقد أو ضياع حلي من الذهب كان يعلق وعلى جدار قرب الباب مصحفاً وإبريق ماء لمدة أسبوع (كرمز دلالي) لضياع شيء ما لأصحاب هذا المنزل. (الباحثة)] [مقابلة شفهية مع الأستاذ الدكتور فواز البكدش]

(*) مجلة المضحك المبكي تعتمد على الرسوم الكاريكاتورية الناقدة للأوضاع الاجتماعية والسياسية في سورية حجبت عن الصدور في نهايات النصف الثاني من القرن الماضي كان مقرها في شارع بغداد ساحة التحرير قرب كلية الفنون الجميلة السابقة، (الباحثة).

"مرت الإعلانات الصحفية في عدة مراحل تاريخية وهي:

١- مرحلة ما قبل ظهور الطباعة.
٢- مرحلة ظهور الطباعة.
٣- الثورة الصناعية.
٤- مرحلة التقدم في وسائل الاتصال والمواصلات ووسائل الإعلام والتطور والتكنولوجي

لقد لقيت الإعلانات الصحفية اهتمام المؤسسات والشركات والمعامل لأنها الوسيلة الأكثر تناولاً من قبل الجماهير. والأوسع انتشاراً بين المدن والحواضر المحلية والدولية. وكذلك لرخص ثمنها أمام الإعلانات الضخمة والملونة والتي تتطلب جهوداً لتنفيذها، وخاصة إعلانات الطرقات أو الإعلانات المعدة للسينما المتحركة. أو التي توضع في المولات والسوبر ماركيه. أو التي كانت تعلن في دور السينما من الإعلانات الثابتة التي كانت تحضر وترسم يدوياً من قبل المصمم على زجاجة شفافة لتعرض خلال فترات الاستراحة في دور السينما في الخمسينيات في القرن الماضي وكانت تلوَّنْ بألوان الزجاج الشفاف وكان يمتهن هذه الإعلانات السينمائية فئة من الخطاطين الدمشقيين (وقبل إحداث كلية الفنون الجميلة) وكان يستخدم فيها أحياناً صورة لوجه إمرأة. أو عناصر أخرى خطية أو رسوم.

<u>الإعلانات الصحفية: وللإعلانات الصحفية عدة أنواع وهي:</u>

أولاً: إعلانات الأبواب الثابتة التي تنشر في الجريدة يومياً فلا تغيب عن القارئ أبداً وهي تصبح وكأنها جزءاً أساسياً منها.

١- الإعلانات المبوبة Classified Adversments وهي التي تظهر ضمن الأعمدة العادية للصحيفة وتكون محددة الموضوع وتحت عناوين كثيرة.
٢- الأدلة: وهي أنواع من الأبواب الثابتة.
٣- إعلانات المجتمع: وهي التي تتسم بطابع البهجة والسرور مثل: خطوبة، مواليد، زواج، ، ويمكن أن تتضمن بعض الصورة التوضيحية عن المرأة.

ثانياً: إعلانات المساحات: Display Advertisments وهي التي تنشر على جانبي الصفحة في الجريدة[١] ."

(١) د.الرمحين عطاالله .د. المعراوي أميمة ٢٠٠٤،٢٠٠٣، فن الإعلان الصحفي ، منشورات جامعة دمشق ، ص١٦-١٧

وظائف الصورة في فن الإعلان الحديث:

يؤدي العالم التمثيلي للصورة دوراً هاماً في الرسالة الإعلانية إن كانت هذه الصورة بالتصوير الضوئي أو بالرسم أو أي عنصر يخدم أهداف الرسالة ويستخدم المصمم الغرافيكي إلى جانب الخطوط الكاليغرافية الصورة التي يجب أن تحتل على الأقل أكثر من ٥٠% من مساحة الإعلان أو الملصق الجداري وغيرها من الأنماط الإعلانية. وذلك للأسباب التالية:

١- تعبر الصورة عن لغة الشكل الذي تتآزر معه الألوان والحروفية كأدوات للغة اللفظية للجمهور الذي يوجه الإعلان إليه مما يؤدي إلى إيصال الرسالة الإعلانية بصورة مباشرة وفعالة.

٢- إن استخدام الصورة وخاصة إذا تمتعت بقيم فنية وجمالية إغرائية سوف تساهم في جذب انتباه المشاهد وكثيراً ما يستخدم المصممون صورة المرأة بما يتلائم وموضوع الرسالة الإعلانية فالصورة لإمرأة جميلة قد تكون هي المعبرة عن الفكرة التي تجذب انتباه المشاهد.

٣- يمكن للمصمم الغرافيكي استخدام صور واقعية **Realiste** أو تجريدية **Abstrait** أو تعبيرية **Expressiommiste** ويمكن أن تكون موضوعية أو سوريالية إما بوساطة السينما المتحركة أو الصور الثابتة وفقاً لما يراه المصمم.

٤- إن كان الإعلان هو ترويج لمنتجات سلعية يمكن للمصمم الغرافيكي استخدام: المنتج بكامله، أو جزء منه، كما يمكنه أو يكبره عشرات المرات على سبيل المثال: الإعلانات الدوائية بتصوير قرص من أقراص الدواء بما يوضح جمالية وصدقية ودقة الصنعة الدوائية وربما يتم عرض مجموعة في السلع، وكذلك (الإعلانات الاستشهادية) مما يضطر المعلن استخدام الصور التمثيلية بالغة الدقة لإمرأة جميلة بهدف استمالة المستهلكين نحو السلعة المعلن عنها.

"ونظراً لأهمية إيصال الإعلان إلى أكبر مساحة ممكنة من المشاهدين فلابد من اقتناص كافة الفرص لمشاهدته. في وسائل النقل البرية والجوية، والبحرية ومواقف النقل الداخلي والحافلات. ومحطات مترو الأنفاق وكذلك بوسائل الإعلام البصرية والسمعية، وكذلك الإعلانات الطرقية.

فإن هؤلاء المستهلكين المحتملين وبهدف إدخالهم بعلاقة بصرية مع وسائل الإعلان الخارجي... إن هذه الأنماط سوف تتطلب أشكالاً وقياسات ومواد وخامات مختلفة تتوافق مع أماكنها، ومن هذه الأنماط:

١- الإعلان الخارجي: (الظاهري): يستطيع هذا الاصطلاح أن يضللنا بادئ ذي بدء، نربطه بتصورنا مع أي ظواهر للنشاط الإعلاني التي نراها خارج المكان: اللوحات الإعلانية والإشارات وإشارات الوسطاء على المؤسسات والأخبار الإعلانية على ظهور الشاحنات والباصات وسيارات التاكسي، والكتابات في السماء التي تخرج مندفعة من الطائرات بأشكال ملونة واللوحات الموجودة في الشوارع وعلى امتداد طرق السيارات... والقياس التقليدي الأكثر شيوعاً يعتبر اللوحة الإعلانية (يافطة) قياس ٢٤ طبق من الورق ويقام لها مكاناً بحيث نكون الصورة الإعلانية موجودة أو ملصقة على سطح مستوٍ بقياس ١٠٤×٢٣٤ بوصة.

٢- الإعلان في مكان البيع: إن موقع بيع السلعة المعلن عنها يجب أن تتوفر فيه الوسائل الإعلانية مثل: البروشور الذي يعطي التفاصيل الدقيقة عن المنتج. وكذلك تقديم الهدايا للمشتري الذي يطرق موقع البيع وعليه شارة المعمل أو اللوغو وكذلك الإعلانات الموضحة للسلع المعلن عنها، والشارات واليافطات التي تدل الشاري إلى موقع البيع.

٣- الإعلان الفني في المعارض الثابتة والمتنقلة: ويتم الإعلان عن السلع بمناسبة المعارض الوطنية والمناسبات بالمساهمة بـ سبونسر في طباعة دليل المعرض. ووضع التصميمات الغرافيكية للإعلان عن السلع المرغوب الإعلان عنها.

٤- الهدايا التذكارية souvenirs: وترسل هذه الهدايا إلى الأماكن التي يتجمع فيها أعداد من الناس والمؤسسات التي تساهم في توزيع المواد الدوائية والأغذية أو التي تحمل رمز الشركة المنتجة للسلعة، لأنها تساهم في الإعلان عن المنتج وهي طريقة محببة تلاقي استحساناً وإن تداولها يساهم بالنشر المجاني لمسمى الشركة المنتجة.

٥- الإعلان بوساطة التقويم السنوي: وهي نوع أنماط الإعلان لتذكير الناس يومياً وتوزع هذه الروزنامات للمؤسسات والمراكز الحكومية الأخرى.

٦- تقديم التصميم اللوغو للمعمل أو الشركة على أدوات استعمالية تهدى للزبائن بعد شرائهم السلع المعلن عنها وقد تستخدم بعض المؤسسات في تصميم اللوغو الخاص بها (صورة المرأة).

٧- الحملات الإعلانية المنظمة: ويقوم فيها الفنان الغرافيكي بتصميم مستلزمات الشركات الناشئة بدءاً من اللوغو، والإعلان عن منتجاتها، وتصميم البروشور والإعلان داخل وخارج المؤسسة، وكذلك وضع استراتيجية إعلانية بالاتفاق بين المصمم الغرافيكي وإدارة الشركة المعلن عنها.

٨- الإعلان التعاوني: أن تتعاون مجموعة من المحلات والشركات على تصميم بروشور أو دليل عن نشاط مجموعة من المحلات والمؤسسات في حي ما بمساهمة تعاونية من جميع هذه المؤسسات وتوزيعه مجاناً إلى سكان هذا الحي وغيره وكذلك الخدمات الطبية والصيدلانية ومناطق الترقية والنوادي الترفيهية والرياضية. ونرى للمرأة دور هام في هذه الإعلانات على اختلاف أنماطها .

تقسيم الإعلان من وجهة نظر التسويق:

ويقسم الباحثون الإعلانات من وجهة نظر التسويق المعاصر وبناء على حاجات السوق وأهداف الجهات المعلنة بما يتناسب وشرائح الجمهور المستهدف وفق ما يلي:

١- الإعلان التعليمي: ويتعلق بالترويج للسلع الجديدة في الأسواق...

٢- الإعلان الإرشادي: يقوم بالترويج عن السلع الجديدة... التي لا يعرف الأفراد الكثير من المعلومات عنها.

٣- الإعلان التذكيري: ويتعلق بالسلع والخدمات المعروفة... والغرض منه تذكير المستهلكين بوجود السلعة... للتغلب على عادة النسيان.

٤- الإعلان التنافسي: يتعلق بالسلع والخدمات ذات المركز الوطيد في السوق أو التي تمر بمرحلة النمو وتسعى للتفوق النسبي... وتتركز خصائص هذا الإعلان بإبراز خصائص السلعة مقارنةً بغيرها.

تقسيم الإعلان حسب الهدف...

١- الإعلان الدولي: يحاول هذا الإعلان ترويج (مفهوم سلعي معين)... يهدف إلى قبول المستهلك استخدام نوع معين من السلع الجديدة: مثال: الترويج للغسالات الكهربائية في بداية ظهورها، أو المشروبات الغازية في دول اعتادت شرب الشاي. ويكون لصورة المرأة دور هام في مثل هذه الإعلانات .

٢- الإعلان التجاري: ويهدف الترويج عن اسم تجاري معين يهدف استمالة وتوجيه الطلب بدلاً من الأسماء التجارية المنافسة.

٣- الإعلان عن اسم المنظمة: ويهدف إلى الإعلان عن اسم المنظمة وصورتها الذهنية وإسهاماتها لخدمة المجتمع، وهو أحد أدوات تستخدمها الإدارة العامة لدعم العلاقة بين المنظمة والجماهير.

الإعلان حسب الجمهور المستهدف:

وهو وفق ما يأتي: الإعلان الاستهلاكي الإعلان الصناعي، الإعلان التجاري، الإعلان المهني.

الإعلان حسب النطاق الجغرافي:

إعلان دولي، إعلان قومي، إعلان محلي.

الإعلان حسب نوع المعلن:

إعلان فردي للشركة، إعلان تعاوني أفقي، إعلان تعاوني رأسي.

الإعلان حسب الوسيلة المستخدمة:

ويعتمد على اختيار القنوات المناسبة لتنفيذ الحملات الإعلانية وذلك وفق محددات لاختيار الوسائل وهي: طبيعة السوق، طبيعة ونظام هيكل التوزيع، طبيعة السلعة ، طبيعة الوسيلة الإعلانية وكذلك التغطية الجغرافية وتعني المنطقة الذي سيصل إليها وسيلة الإعلان.

الإعلانات السمعية البصرية:

١- الإعلانات البصرية:

أ. الإعلانات الثابتة (الملصق – الملصق الجداري – إعلانات الطرق).

ب. الإعلانات المتحركة (الطرق – الساحات العامة).

ج. الإعلانات المجسمة.

د. الإعلانات المتنقلة على الحافلات.

هـ. الإعلانات على الأدوات الاستعمالية – أقلام – صحون) حافظات، كارتابلات Cartables وفهارس[١]."

٢- الإعلانات البصرية السمعية:

أ. إعلانات السينما المتحركة (الصور الضوئية).

ب. إعلانات الرسوم المتحركة.

ج. إعلانات الصلصال المتحرك – فن صناعة الدمى – فن تحريك الدمى.

د. إعلانات الرسوم الرقمية المتحركة بتقانات الحاسوب (برنامج الغرافيك)

٣- فن اللوغو (اللوغو) Logo:

تصميم لوغوات – الشركات – المؤسسات – المعامل.

٤- فن الكتاب وفن إخراج الصفحات:

أ. تصميم الصحف والمجلات – أغلفة المجلات، أغلفة الكتب، الموسوعات.

ب. تصميم الرسوم التوضيحية – علوم – تاريخ ، جغرافيا، بيئة.

ج. فن الكاريكاتور – النقد الاجتماعي، النقد السياسي، الدمى الكاريكاتورية الثابتة – المتحركة.

(١) د. يازجي، أحمد، التسويق، منشورات جامعة دمشق، ص٣٧ – ٣٨ (بتصرف).

٥- **رسوم الأطفال:**

أ. رسوم الكبار للصغار – مجلات – مسلسلات – قصص.

ب. رسوم الأطفال (المنتج الطفولي).

٦- **فن التصوير الضوئي:**

أ. الصورة الضوئية الثابتة (الإعلان الفوتوغرافي).

ب. الصورة الضوئية المتحركة (الإعلان المتحرك).

٧- **فن البروشور**: الدليل إلى الفعاليات المختلفة.

٨- **فن الكرت بوستال:** بطاقات الدعوة – الكرت الشخصي، الكرت المؤسساتي.

٩- **التصميم الزخرفي:** التقليدي الأكاديمي، الحديث، op art.

١٠- **الإعلانات المنفوخة** (الإعلانات الطائرة) في المدن – المنطاد – الطائرات الورقية.

١١- الإعلانات على الملبوسات والأزياء[الألبسة لنسائية].

١٢- تصميم علب الدواء وأدوات التجميل.

١٣- التايبوغرافيا، الحروفية وأشكالها.

١٤- الرسوم الغرافيكية النظرية: فن زخارف الوشم، فن زخارف الحناء الشعبي.

١٥- الرسم الهندسي لفن الآثار – رسم العاديات.

١٦- فن الرسم الزخرفي ، فن الرسم الواقعي، الفحم، الرصاص، المائي.

١٧- تصميم المواقع الالكترونية بالحاسوب.

١٨- فن الإعلان بالليزر (بضوء اللايزر– الإعلان المجسم باللايزر.)

١٩- فن الإعلان الأرضي. وهو ما يرسم على الأرض للترويج لفكرةٍ ما.

٢٠- الإعلانات التنسيقية (واجهات المحلات والمولات والشركات المنتجة. وتلعب صورة المرأة الدور الهام في هذه الأنماط عن التصاميم الغرافيكية المعاصرة [أنظر لشكل٢٥]

مصطلح التصميم الغرافيكي:

يختلف مصطلح التصميم الغرافيكي Design graphic عن مفهوم فن الحفر art gravue وهو الفن الذي يجسِّرْ بين الفنون التشكيلية والفنون التطبيقية وفن الحاسوب، ويعد التصميم الغرافيكي من أحدث فنون الاتصالات البصرية إضافةً إلى فن الرسوم المتحركة، والمصمم الغرافيكي هو الفنان الذي يبدع وينفذ أعماله الابتكارية وعليه أن يتمتع بخصائص الفنان المبدع

المرأة وفن الإعلان بالرسوم المتحركة:

"كانت البداية لأفلام الكرتون إذ مال المؤرخون أو الوسط الهوليودي بأسره إلى الاعتقاد أن فيلم (سنو وايت والأقزام السبعة) الذي أنتجه (والت ديزني) العام ١٩٣٦ كان الفيلم الكرتوني الطويل الأول في التاريخ لكن الحقيقة أن هناك فيلمين سابقين في هذا المجال الأول أرجنتيني بعنوان Elapstrol قام به (دون فدير كوفالي) العام ١٩١٧ والثاني فيلم أخرجته الألمانية (لوت راينغر) العام ١٩٢٦ بعنوان مغامرات (مغامرات الأمير أحمد المستوحى من حكايات ألف ليلة وليلة والواقع أن تاريخ السينما الكرتونية ليس تاريخ بدايات أولى وحسب بل تاريخ تجارب وأساليب تقنية وتعبيرية. وكان للمرأة في مختلف مراحل النمو دور هام في هذا المضمار.

وأساساً هناك ألوان وأنواع من السينما الكرتونية، وهناك ما يعرف تقليدياً بالرسوم المتحركة وهي تقوم على رسم يدوي تفصيلي لكل حركة ثم جمع هذه الرسوم بصورة تتابعية توحي وتوهم بالحركة الطبيعية المتوخاة ويلاحظ اختيار والدزني لإنموذج (الطفلة) هو دلالة على دور المرأة في مجتمع القرن العشرين وأهميتها في البناء الاجتماعي والأسرة.

وهناك الدمى المتحركة وهو فن على نوعين: إذ يكون تقليدياً على شاكلة دمى فعلية. أو حديثاً على نحو الذي نراه في فيلم (الكابوس) قبل الكريسماس) ثم هناك المدرسة الأوروبية الشرقية التي هي من النوعين السابقين ممارسين بأسلوب خاص يميل إلى الأجواء الواقعية ويعتمد أساساً على الشخصيات الآدمية" [١].

وذلك كما هو الحال في الرسوم المتحركة في الأفلام الروسية والبولونية في النصف الثاني من القرن العشرين والمعدة للأطفال. ويجب التنويه إلى أن الفنانين البولنديين الذين قاموا بتدريس فن الإعلان في كلية الفنون الجميلة أمثال: جيريزي سيروكوفسكي كان لهم الفضل في نشأة فن الإعلان الحديث في سورية في النصف الثاني من القرن العشرين. ولم ينقلوا إلى سورية فن الرسوم المتحركة الذي كان متطوراً آنذاك في بولندا، ربما لكونهم من غير المختصين في هذا المجال.

دور صورة المرأة في فن الإعلان في الصحف والمجلات والسينما

الصحافة:

"هي إحدى المهن التي تنقل للمواطنين الأحداث التي تجري في محيط مجتمعهم وأمتهم والعالم أجمع كما تساعد الناس في تكوين الآراء، حول الشؤون الجارية، من خلال الصحف والمجلات، والإذاعة والتلفاز ويشار إلى وسائل الاتصال البصري المذكورة باسم "الصحافة" أو "الوسائل الإخبارية" وفي كل يوم يجتمع الصحفيون في مختلف دول العالم ويحررون المقالات عن آلاف الوقائع الإخبارية، ويواصل المراسلون

---

(١) موسوعة المعارف الكبرى، إعداد يوسف نجيم مع عدد من الاختصاصيين ، مؤسسة المعارف الكبرى، بيروت، لبنان، مجلد ٢٧، ص١٠٠-١٠١.

الصحفيون تغطية الوقائع المحلية، بينما يغطي غيرهم، ومنهم المراسلون في الخارج الأخبار القومية والدولية. وكثيراً ما يتصدر أغلفة هذه الوسائل الصحفية صوراً عن المرأة وفق اختصاص كل مجلة أو صحيفة وخاصة في الصحف التي تعنى بأخبار الفنانين والفنانات من نجوم السينما العالمية والمحلية أو المجلات المروجة للأزياء والموضة. [أنظر الشكل٢٦]" [١]

الصحيفة:

هي كل سطح رقيق يكتب عليه والجمع صحائف وصُحُف وصُحْف، وقدور وفي القرآن الكريم "إن هذا لفي الصحف الأولى، صحف إبراهيم وموسى"[*] والمصحف يكسر الميم وضحها القرأن الكريم هو الجامع للصحف المكتوبة بين دفتين قال اللغويون: إنما سمي مصحفاً لأنه أصحف أي جُعِلَ جامعاً للصحف والصحيفة هي أيضاً الجريدة.

الجريدة:

ما أصل كلمة جريدة؟

"وهي تأتي باسم صحيفة وتصدر يومياً أو أسبوعياً أول كل نصف شهر مثلاً لنشر المبادئ السياسية والأخبار وترويج الإعلانات والآراء.. وليس في اللغة من مادة (جرد) ما يدل على ذلك أو على بعضه والجريدة في اللغة العربية تعني: (السعفة الطويلة) رطبة كانت أم يابسة أو هي التي تُقشَّرْ من خوصها كما يقشر قضيب الشجرة من ورقة واستعملت الجريدة في فرقة من الخيالة بحيث لا يكون معهم مشاة، كما استعملت الجريدة[*] في البقية من المال والإبل الخيار الشداد".

وعلى ما يبدو أن أول من أطلق كلمة (جريدة) على صحيفته لفظ الجريدة هو المرحوم (أحمد لطفي السيد) فقد صدرت العام ١٩٠٧ عن شركة يرأسها صحيفة مصرية أطلق عليها اسم (جريدة) /ج جرائد/ وقد احتجبت عام ١٩١٥ ولعل خفة ظلها وقرب تأويلها أنها تشبه فرقة الخيالة، أو اقتباساً من جريدة النخل في أنها تشذِّب وبخاصة أنهم كانوا في القديم يكتبون على بعض النخيل هو الذي صيّر اسم الجريدة معروفاً في كل من الرسوم باسم الصحافة.

---

(١) الموسوعة العربية العالمية، الرياض السعودية مجلد ١٥، ص٤٥-٤٦-٤٧.

(*) سورة الأعلى الآية ١٨-١٩.

(*) ويقال أيضاً عن مجموعة من الجند (التجريدة) مثال: (التجريدة المغربية) وهم الجنود المغاربة الذين ساهموا مع الجيش السوري في حرب تشرين التحريرية عام ١٩٧٣. وسميت باسمهم (ساحة السبع بحرات) بدمشق تحت اسم (ساحة التجريدة المغربية) (الباحثة).

تلك اللفظة التي أخذت مكانها الحقيقي لضربها من التأويل اللغوي السليم"[1]. والصحيفة والجريدة هي نشرات مخصصة لتقديم الأخبار الجديدة، كالجماهير وليست مهمتها فقط نقل الأخبار بل تترك الكثير من الصفحات للإعلانات التجارية عن السلع والخامات والمواد والآلات والأدوات المنزلية والزراعية والصناعية، كما تمتاز الإعلانات الصحفية بتنوعها وبسهولة انتشارها في المنازل والمكاتب والمؤسسات. وكثيراً ما تظهر صورة المرأة بموازاة بعض المقالات الأدبية والسياسية أو أن تكون موضوعاً لصورة كاريكاتورية في العدد من هذه الجرائد أو الصحف، كما تستخدم الإعلانات سابقاً بالأبيض والأسود وفق تصميمات تخطيطية أصبح استخدام الصور الرقمية إحدى الأسس لانتشار هذا النوع من الإعلانات الصحفية التي أصبحت تنفذ بأدق الكاميرات وعلى أرقى أنواع الورق المصقول بمفاهيم جمالية غرافيكية معاصرة ولم تستطع الإعلانات المتحركة أن تقل من شأن هذه التصميمات الإعلانية في الصحافة المحلية والعالمية.

المجلات:

هي كالصحف حيث تمكن الناس من متابعة الأخبار بالسرعة التي تناسبهم واختيار الأنباء التي تهمهم، وبوجه عام فإن المادة الصحفية للمجلات الإخبارية الدورية تفوق تلك التي تنتشر في الصحف والجرائد. وتحتوي المجلات أهم الإعلانات الغرافيكية التي تعتمد عادة على الصور الفوتوغرافية الملونة بحرفية عالية الجودة. وهناك المجلات المتخصصة في المرأة العصرية التي تهتم فيما يخص شؤونها وجمالها، كما تتضمن هذه المجلات أخبار أهل الفن والعديد من الإعلانات الإغرائية التي يستخدمها محررو هذه المجلات.
وتلعب المرأة دوراً هاماً وخاصة في الإعلان عن السلع الخاصة بجمال المرأة. من ثياب وأحذية واكسسوارات وكذلك الدعاية لباقي السلع التي لا شأن للمرأة بها كنوع من استخدام عنصر المرأة في هذه الإعلانات بدافع الإغراء في عمليات شراء تلك السلع باستخدام العامل النفسي لاستجلاب الزبون بالسيطرة على أحاسيسه الفطرية بأسلوب (الشراءلوجيا).

دور المرأة في الإعلان المتحرك والتلفزة:

يعد التلفاز المصدر الرئيسي للأخبار لكثير من سكان العالم لحمله الأخبار الحية بألوان جذابة، إضافة إلى الإعلانات المتلفزة التي تستخدم إنموذج المرأة في مختلف مراحل العمر. الطفلة، اليافعة، الشابة، سيدة المنزل، سيدة الأعمال، العارضة، ولتظهر بصور أخرى مختلفة وفق احتياجات الإعلان المتلفز، لإقناع جمهور المتلقين لشراء السلع المعلن عنها في التلفاز وبأساليب إبداعية قد يستخدم فيها أسلوب المفاجأة أو الغرابات أو السوريالية ولكل إعلان متلفز هدف ومدخل ورسالة قصدية تُوجَّهْ إلى نوع من المستهلكين إن كانوا من الإناث أو الذكور أو وفق ما ينسجم مع أعمار الأطفال، اليافعين، الشباب، أو ربات المنزل، أو السيدات العاملات في المجتمع. ولهذه الإعلانات أساليب وأنماط منها الإعلانات في المحطات المتلفزة

(١) موسوعة المعارف الكبرى، مجلد ١٩، ص٩٧. نفس المرجع

على شكل (إعلانات ثابتة) أو على شكل إعلانات متحركة ولهذه الإعلانات المتحركة تنشأ مؤسسات وشركات إعلانية ضخمة لها برامجها وحملاتها الإعلانية الدورية لرفع نسبة شراء السلع أو لانقاذ العديد من الشركات التي تكسد سلعها فيساهم إعلان فني متلفز إلى إستعادة بيع تلك السلع الكاسدة. وتهتم الدولة الأوروبية الصناعية على الإعلانات الثابتة والمتحركة لتسويق سلعها محلياً وعالمياً. بأساليب إغرائية تثير الغرائز الفطرية للمشاهد بأسلوب مباشر أو غير مباشر باستخدام عنصر المرأة بأساليب تتوافق ومستوى الرسالة الإعلانية.

المرأة والإعلان السينمائي:

لقد لعبت صناعة السينما قبل انتشار التلفاز هذا الدور في الإعلانات عن منتجات الشركات وخاصة بعد ظهور السينما الناطقة إذ كان في حينه تعرض الإعلانات في السينما في مقدمات الحفل السينمائي تحت مسمى (المناظر) وهي الإعلانات عن الأفلام الجديدة التي تستعرض لاحقاً وكذلك عن السلع والأدوات المنزلية والسيارات، والسلع الأخرى. أو أن يوضع في الاستراحات إعلان ثابت على الشاشة لمنع التدخين داخل صالة السينما، وقد بذل الفنانون الغرافيكيون العاملون في الحقل السينمائي جهوداً كبيرة في صناعة السينما لتقديم مناظر مبهرة تغري المشاهدين وكانت المرأة من أهم العناصر الأساسية في تلك الإعلانات.

صناعة السينما:" إن أول ملصق سينمائي ظهر في العالم عام ١٩٢٧ لفلم مغني الجاز كأول فلم ناطق وقج أخرجه ألان كروسلاند [أنظر الشكل ٢٧]

ظهرت السينما الناطقة حتى منتصف العشرينات من القرن العشرين الماضي إذ كانت السينما الصامتة تؤدي بصحبة (الموسيقى الحية) أو حتى الحوار المباشر أو من خلال الطباعة الفيلمية التيترات. الذي لعبت فيه المرأة دوراً ملحوظاً في أفلام : شارلي شابلن، ولورير وهاردي.

وفي عام ١٩٢٧ كانت جهود المخترعين قد أتت ثمارها وهكذا تم في هذا العام ظهر أول فيلم ناطق هو (مغني الجاز) الذي تحقق فيه (التزامن) بين (الشريط السينمائي) و(اسطوانة) الصوت المسجلة وهكذا انتهت السينمنا الصامتة إلى الأبد. إن من اخترع السينما من بين الأمريكي (أديسون) أو الفرنسي (لويس لوميار) في ذلك الوقت صنع الأمريكي أديسون آلات (الكينيتوسكوب) تلك الصناديق الكبرى المحتوية على أشرطة محزمة لكن كان يمكن لمشاهد واحد فقط أن يتفرج عليها في الوقت نفسه وبوساطة نظارات.

أما (لويس لوميار)إبن صناعي من مدينة ليون كان مغرماً بالتصوير الشمسي، يتمتع بخيال خصب، وكان الفتى الشغوف بالعلوم يحلم بالدراسة في مدرسة (البوليتكينك) (متعددة العلوم والفنون) لكن صحته المتقلبة منعته من الابتعاد عن العائلة، وفي العشرين من عمره انكب لويس مع أخيه أوغست على مواصلة بحوث والدهما وتطويرها فانطلقا في صناعة صفائح (البرمورالجلاتيني) مركب من ملح الفضة المغموس في الجلاتين الذي كان يُجلبْ سابقاً استيراده من بلجيكا، وكانت الإمكانات محدودة والتجهيزات بدائية وقد تدارك الأخوان ذلك الابتكار ففي العام ١٨٨٢م، أنجزا على صفيحة فائقة الحساسية أول صورة فورية ومنذ ذلك

الحين على الصور السلبية لم يعد أشخاص الصور يبدون كمن يتموضع أمام الرسام، وإنما أصبحت الصورة لحظة من الحياة تثبت على الصحيفة، وسرعان ما تحولت ورشة (آل لوميار) وكانت عبارة عن مستودع في ضاحية ليون إلى مصنع يشغل ٨٠٠ عامل ويوزع أكثر من ١٠٠٠٠٠ مائة ألف صحيفة في كامل أنحاء العالم، وسيطرت على لويس لوميار فكرة تلتقي مع حلم الرجال الأقدمين المتلاعبين بالظلال في المغارة التي تصورها أفلاطون: (بعث الحركة في الشخصيات المثبتة على شريط)، وقد اعتمد بداية على بحوث عالم الفيزياء البلجيكي "بلاتو" الذي اكتشف مبدأ ثبات الصورة على شبكية العين "من ذلك أن تحريك جمرة في ظلام الليل يرسم خطاً نارياً".

لكن (بلاتو) قد أنجز عملية توليف الحركة بفضل جهاز (الموهم بحركة الصورة) وهو عبارة عن اسطوانة من الورق المقوى تدار بسرعة بما يوهم بحركة الرسوم الصغيرة التي رسمت على طرفها، وهي فكرة طورها حرفي فرنسي ماهر، هو (إميل رانيو) إذ بفضل نظامه لتحريك الصور) فانوس وشخصيات مرسومة على مادة شفافة كان يعرض حركة معقدة لمأساة صغيرة أو لحكاية ما وكان إيذاناً بظهور (الرسوم المتحركة)، أما في الولايات المتحدة قام العالم (مايبريدج) بتثبيت حركات جواد على صفائح. وفي فرنسا اخترع عالم الفيزيولوجيا (ماراي) (علم الوظائف) أول جهاز لالتقاط الصور، لكن لا أحد توصل إلى تحرير الصورة التي بقيت حبيسة. وذلك حتى اليوم في عام ١٨٩٤ وعلى غرار أرخميدس الذي صاح فيه (لويس لوميار) بعد ليلة من الأرق "لقد وجدتها" وكان الجهاز الذي صممه من أبسط ما يكون وكان يستخدم في الوقت نفسه لالتقاط الصور وعرضها ويمكن لأي كان استعماله، وبعد عام عرض الأخوان لوميار على الباريسيين المفتونين في (القاعة الهندية) للمقهى الكبير في باريس نتائج بحوثهما وقد صفق لهما الحضور كثيراً بعد متابعة فيلم "خروج العمال من مصنع لوميار"، "وصول قطار إلى محطة لاسيوتا" "الراش والمرشوش" أول ملهاة مصورة... وكان عالم السينما المتجه منذ مولدها نحو الشارع والناس والطبيعة، وقد أرسل لوميار عبر العالم مصوري أفــلام كونهم بنفســه، كانــوا بمثــابة أول (باحثين عن الصور) [انظر الشكل ٢٧].

وهكذا تم تحقيق خطوة كبرى في ميدان الاتصالات البصرية وأعطى الفرصة للبشر أن يتعرفوا على بعضهم البعض بشكل أفضل" (١)

---

(١) مجلد ٢١، ص٨١،٤٨،٤٧ موسوعة المعارف الكبرى".

تصميم إعلانات وعروض الأزياء

يهتم بعض المصممين الإعلانيين تصميم الإعلانات في الصحف والمجلات أو الإعلانات الطرقية الضخمة المضاءة ليلاً لعارضات الأزياء أو بوساطة الإعلانات الثابتة أو المتحركة في نواة المدن الكبرى في الشوارع الرئيسة أو في تجمعات الشركات والمخازن أو على الطرق الدولية.

ويُدخل المصمم الغرافيكي عنصراً هاماً في إعلاناته لعمليات تسويق المعلومات النسائية للبنات الصغيرات واليافعات منهن، إذ يستعين هؤلاء المصممون بعارضات أزياء محترفات ومصورين فوتوغرافيين من ذوي الخبرة العالية لاختيار أجمل الصور كي تكون موضوع إعلاناتهم والتي تساير الموضة Lamode الدارجة.

"وكان الإنكليزي (فريدريك ورث) الذي أمضى عشر سنوات في باريس فرنسا يشتغل كعامل في دار (غاملان) Gamalne لبيع الأقمشة والكشمير والدثار أول من أسس عام ١٨٦٠ قاعات عرضه ا لخاصة لمشاهير الخياطين، وخطرت له فكرة تقديم أدوات الزينة لزبائنه من النساء (الماكياج) Maquillage عن طريق مثال حي فكانت "عارضات الأزياء"[١] قبل البدء باستعراضات الأزياء باستخدام الماكياجات يأخذن زينتهن.

الماكياج النسائي:

هو نوع من أشكال إظهار القوة الجمالية عند المرأة وقد لجأ إليه مصممو الإعلانات كنوع من الإضافات الجمالية على نماذجهم المصورة في إعلاناتهم أو لإعطاء بعض هذه الإعلانات سمة مثالية لمستخدمات السلع التجارية المعروضة في الإعلانات المصورة، إذ يقوم المصمم الغرافيكي بالتعاون مع فريق متكامل من العاملين في مجال التصوير والاستعراض والماكياج ويشرف على إخراج المشاهد المثالية لرسالة الإعلانية وقديماً لم يكن المكياج مقصوراً فقط على المرأة.

"وقد اكتشف علماء الآثار أثراً للمكياج في القبور الفرعونية يعود تاريخها إلى ٣٥٠٠ ق.م، وفي اليونان القديمة كانت الموضة الدارجة (السحنة الشاحبة) وكان اليونانيون يذرون المساحيق على خدودهم، أما الرومان فكانوا (يورِّدون) خدودهم (أي يجعلوها وردية اللون)، وكانت بعض المواد خطرة أحياناً إذ كان بعضها قد يسبب شللاً في الأعضاء، وحتى الموت، وكان المسحوق الذي يستعمل لتلميع السحنة مصنوعاً أساسه من الأسبيداج (كربونات الرصاص الطبيعي) بينما كان الآخر مأخوذاً من (أوكسيد الزنجفر) أي (الرصاص الأحمر) وهاتان المادتان سامتان، وكان هناك اسم آخر تستخدمه النساء قديماً هو (كلورو الزئبق) الذي كان يدخل في تركيبة مساحيق التجميل الحمراء في القرن السابع أما في القرنين الخامس والعاشر والسادس عشر وفي عصر النهضة فقد اعتادت النساء استخدام المستحضر (الأطرب، ست الحسن) للحصول على نظرة أكثر لمعاناً، وهذا المستحضر هو عصير نبات طبي سام معمر من فصيلة الباذنجانيات

(١) موسوعة المعارف الكبرى، مجلد ١٤، إعداد يوسف نجيم، عدد من الاختصاصيين، ص١١١.

كان يُقطر في العين فيمدد البؤبؤ، وفي حال الإفراط باستعماله قد يصيب العين بالعمى، وعلى الرغم من سميتها لم يخف استخدامها كمستحضرات تجميلية للنساء لاسيما الطبقات الغنية في المجتمع الأوروبي.
والعام ١٧٧٠ عُرض على البرلمان البريطاني قانون يطالب باعتبار كل إمرأة "ساحرة وخائنة" إذا استعملت من أجل التقرب من أحد أقارب الملكة بغية الزواج، العطر والألوان، المستحضرات التجميلية والأسنان الاصطناعية والشعر المستعار والأحذية العالية الكعب أو "الأدوات المستعارة".
وكانت النساء اليابانيات يطلين وجوههن بالأبيض والأحمر، وكان بعضهن يطلين الشفة السفلى بلون الذهب، وخلق الحواجب وإعادة رسمها من جديد بالريشة[١]."
"وكان هناك أسباب في عمليات تصميم مجالس الرجال والنساء وفقاً لطبيعة استخدامها من الرجال والسيدات، ولهذا كانت ولا زالت تزرر الملابس النسائية بعكس الملابس الرجالية وهذا يعود لأسباب تاريخية وعوامل اجتماعية وسلوكية، وهناك عدة نظريات تشرح لماذا الملابس النسائية والرجالية تُزَّرر بطريقة متعارضة وقد تم تفسير ذلك وفق الآتي:

١- الرجل يزر باليد اليسرى ليحافظ على اليد اليمنى حرة لاستلال السيف.
٢- النساء اللاتي يحملن أطفالهن على الذراع اليسرى فيحتفظن باليد اليمنى حرة لفك الأزرار ولاسيما عندما يكنَّ يُرضَعِنَ.

وفي نظرية أخرى: في التقليد في فرنسا في القرن الثالث عشر في عصر كانت فيه ملابس البلاط تزرر من الأمام بأزرار عديدة، وكانت الوصيفات يلبسن معلماتهن مواجهات لهن، وكن يجدن من السهل تزرير الملابس من اليمين إلى اليسار، بينما الرجال الذين كانوا يلبسون منفردين، رأوا سهلاً أكثر أن يزرروا بالطريقة المعاكسة[٢]. "

المرأة والتعبير الغرافيكي المعاصر:

لم يعد التصميم الغرافيكي منحصراً في فن الإعلان بأشكاله الثابتة والمتحركة وإنمنا يدخل في إطار التصميم الغرافيكي المعاصر، فن تصميم الطوابع وفن تصميم النقود الورقية، وكذلك فن اللوغو الخاص بالشركات والمؤسسات والمنظمات الدولية وكذلك تصميم اللوغوات. كما يبتكر المصممون الغرافيكيون المعاصرون الأشكال المستحدثة لعرض السلع التجارية لتسويغ بيعها ونقلها وحفظها.
ولم تكن المرأة كأنموذج غائباً عن تلك التصاميم على مر العصور فقد ظهرت صور العديد من السيدات الأميرات إذ الملكات الحاكمات على العملات النقدية المصكوكة كما أنها تظهر في العملات الورقية المعاصرة وكذلك في تصميم الطوابع البريدية واللوغوات لشركات ومؤسسات بيع سلع التجميل النسائية

---

(١) نفس المرجع ص ٧٤.

(٢) نفس المرجع، ص ٦٢، مجلد ١٤.

للشركات المحلية أو العالمية وفي النقود الورقية المعاصرة تظهر صورة الملكة اليزابت ملكة بريطانيا على أوراق النقد الإنكليزية "أنظر الشكل" وكذلك صور السيدات الحاكمات أو الأميرات في دول العالم.

صورة المرأة في التصميم الغرافيكي للنقود الورقية:

"كان الصينيون أول من أنتج أوراق النقد في القرن السادس عشر ميلادي، وفي القرن الحادي عشر كان المحارب (قبلاي خان) أول رجل يرخص لإصدارات كبيرة من الأوراق النقدية ليدفع لجنوده المنغوليين الذين ثبتوها في اقتصاد الأماكن التي غزوها، ويعود تاريخ الأوراق النقدية الأولى في أوروبا إلى العام ١٦٦١ في السويد إثر إصدار مصرف كبير أوراقاً مالية، وفي بريطانيا لاقت الأوراق المالية الأولى انتشاراً حين أصدر بنك انكلترا الذي أسس العام ١٦٩٤، وفي تموز من العام ذاته قرر البنك والحكومة طبع ثلاثة أنواع من الأوراق المالية كانت في شكل سندات مختومة بقيمة مائة جنيه استرليني تشبه كثيراً أوراق (التعهد بالدفع). وكثيراً ما تصدر أو تُسَكُّ النقود عليها صور الملكات وفي الولايات المتحدة الأمريكية كان للأوراق المالية منطلق مثير إذ ابتدأت عندما أعلن الكونغرس في ٢٣ حزيران عام ١٧٧٥ أن مليوني سند إيداع كانت أحد أشكال النقد المصرفية الصادرة لتمويل حرب الاستقلال، يجب أن تستهلك من الدولار الإسباني"(١).

وقد أصدرت الحكومة السورية عدداً من الأوراق النقدية التي تمثل صورة المرأة وفي فترت متعددة بعد الإستقلال ومن هذه الأوراق النقدية ورقة من فئة ال ٥٠٠ ل.س لعام ١٩٩٨ جاءت بعد إصدار العملة الورقية التي كان يسميها عامة الناس(أم طربوش) وهي صورة لأمرأة في لتمثال عاجي أوغاريتي كما يمثل إصدار عام ١٩٩٨ أيضاً صورة للملكة زنوبيا ملكة تدمر وهي ترتدي خوذة حربية.

وتم إصدار جديد لعام ٢٠١٤ وهو أيضاً ورقة نقدية من فئة ال٥٠٠ل.س عليها مشهد لفسيفساء سورية رومانية تظهر فيها مجموعة من النساء السوريات وهن يعزفن على ألات موسيقية ، مصممة بأسلوبٍ غرافيكي تتخلله تشكيلات غرافيكية مستلهمة من التراث الزخرفي القديم.

وفي أوروبا من أهم الأوراق النقدية هي من فئة ال٥٠جنيه إسترليني صدرت في إنكلترا وعليها صورة ملكة بريطانيا اليزبت [أنظر الشكل٢٩-٣٠]

---

(١) نفس المرجع مجلد ١٤،ص١١

صورة المرأة وفن الكاريكاتير:

"يعود فن الكاريكاتور إلى العهود القديمة حيث وجد بعض الرسوم الكاريكاتورية على أوراق البردى، وكانت تمثل أسداً وغزالاً يلعبان الشطرنج، أو ثعلباً يسوق أمامه بعض الإوز أو ذئباً يعزف الموسيقى ويستمع إليه قطيع من الماعز.

أما في التاريخ المعاصر لفن الكاريكاتور فقد بدأ العام ١٥٨٥م في إيطاليا وكان (أنيبال كاراتشي) هو أول من رسم صوراً ساخرة تثير الضحك، ويعتقد أن كلمة (كاريكاتور) اشتقت من اسم ذلك الفنان. وكان أول مسلسلات الرسوم الكاريكاتورية للرسام الإنكليزي (إدوارد كولي بيرن جونز) وكان فيها يسخر من نفسه وبؤسه. [أنظر الشكل٣١]

ويعتبر غويا الرسام الإسباني هو أول من رسم مفارقات الحياة في رسومه ولوحاته الغرافيكية الساخرة. وكان للمرأة دور هام في إبراز صورتها كساحرة أو عجوز مشعوذة كما أنه تناول في أعماله الكاريكاتورية المفارقات الاجتماعية لصورة المرأة الإسبانية في عصره.

كما يتجلى فن الكاريكاتور في لوحات الرسام الإنكليزي وليم هوغارت (١٦٩٧-١٧٦٤)م بعنوان (زواج على الموضة). والذي يظهر فيه الصورة الفاضحة لنساء عصره بصورة ساخرة لاذعة في لوحته التي تعبر عن زواج المصلحة والتي يقدمها الفنان وكأنها لقطة لمشهد مسرحي يظهر فيه عيوب المجتمع الإنكليزي ومظاهر حب التشوق وذلك بلوحته بعنوان "زواج على الموضة" زينة قماش ٦٨,٥ – ٨٩سم إذ ينتقد الفنان بسخرية لاذعة زواج المصلحة .

فلمناسبة تزيين شعر العروس، تحرش بزوجة المستقبل محامي فمد لها ورقة يدعوها فيها إلى لقاء، وكشاهد على هذه الخيانة المتوقعة ويشير الخادم أسود اللون إلى زاوية الصورة إلى قرون تمثال صغير لأكيتون الصياد الذي حولته الآلهة (أرتميس) إلى أيل "(١). [أنظر الشكل٣٢]

وبعد فن الكاريكاتور أحد اتجاهات فن النقد باستخدام الصورة الفاضحة بدافع السخرية، أو إثارة الضحك اعتماداً على خيال الرسام لصياغة نص فني تشكيلي يلامس مشاعر المشاهدين.

وكان فن الكاريكاتور هو أحد النصوص للتشكيليين في الصحف والمجلات والجرائد في البلاد العربية. بعيدة عن الصورة الكلاسيكية فهي تحمل نصاً فيه العديد المفارقات الحياتية.

وكان الكاريكاتور ولازال يحمل نفس الطابع ومنذ نشأته إما أن يستعين بنص لغوي أو أنه يكتفي (بلغة الشكل) ليكتب الفنان تحت رسوماته (دون تعليق) ليترك للمشاهد الاجتهاد لاكتشاف

---

(١) نفس المرجع مجلد ٢٠،ص١٠

المفارقات التي تثير الضحك. وكأنه المرآة المشوّهة التي نرى فيها صورنا الشخصية مما يدعونا إلى الضحك أو كما تسمى (المرايا المضحكة)،وقد اهتم الفنانون الكاريكاتوريون المصريون بمعالجة وانتقاد السلبيات التي يعشها المجتمع المصري، بالتركيز على الطبائع السلبية للسيدة المصرية سيدة المنزل (Famed'imtrieure) وكثيراً ما تبرز بشخصيتها المسيطرة على الزوج الذي يسعى لكسب العيش فتصور وهي تهدد زوجها (بالرابوب) إحدى أدوات المطبخ وكذلك لدور الحماية، والتي يركز عليها رسامو الكاريكاتور في البلاد العربية وخاصة في الكاريكاتور الاجتماعي إذ يبرز الدور الأساسي لصورة المراة الغير متعلمة، وتصرفاتها التي تدعو إلى الضحك ،كما خصصت مصر مجلة للكاريكاتور يرسم فيها عدد من الرسامين الغرافيكيين وكذلك ظهرت صحيفة (الدومري) مجدداً بعد غياب صحيفة (المضحك المبكي) التي كان ذات طابع سياسي ينظر الناس صدورها أمام أكشاك بيع الصحف في الستينيات من القرن الماضي، وبعد إغلاق مجلة الدومري تم إصدار مجلة كاريكاتورية بعنوان (الدبور)،ولا تخلو هذه الصحف الكاريكاتورية من إظهار صورة الزوجة المتسلطة أو المرأة المسرفة، أو المرأة التي تخدع زوجها، أو الزوج الذي يخدع زوجته أو العديد من الرسوم التي تمثل مواضيع لمفارقات اجتماعية هزلية تثير الضحك.

صورة المرأة في تصميم اللوغوات اللوغو Logo

استخدمت العديد من الشركات المنتجة في أنحاء العالم صورة المرأة إنموذجاً للوغواتها مثل شركة ولين يرن كومباني Woolen yarn company وهي شركة مختصة في النسيج الصوفي، والعديد من الشركات اليابانية والإيطالية والفرنسية ويعتبر تصميم فن اللوغو من أصعب الفنون ويتطلب من المصمم أن يكون ذا قدرات إبداعية تعتمد أساليب التفكير التباعدي والتفكير الإحاطي للتعبير الصحيح عما يمثله اللوغوالمصمم ،أدى تطور الصناعة في أوروبا أواخر القرن الثامن عشر والتاسع عشر وصولاً إلى القرن العشرين الفائت إلى زيادة الاهتمام بالإعلان عن المنتجات الجديدة التي أصبحت تُصَنَّعْ بوساطة الإنسان الأليات بشكل غزير لجني أرباحها. وذلك في ظل المنافسات الساحقة بين كبرى الشركات المنتجة للسلع المختلفة. انطلاقاً من طبيعة السلعة المعلن عنها وطبيعة الجمهور الموجه إليه هذا الإعلان وكذلك تصميم العناوين واللوغوات لتلك الشركات الناشئة، وقد تنامى فن التصميم الغرافيكي مع تنامي الثورة الصناعية وساهم في ازدهارها لقدرته العالية على إجادة إغراء الزبائن وبرع المصممون بإبداع مصمماتهم للإعلان عن السلع الشرائية وابتكار أشكال اللوغوات الخاصة بالشركات المنتجة لتصبح تلك اللوغوات أو الماركات السبيل الوحيد لمعرفة نوع السلعة والثقة بمصداقية صنعها. حتى أن بعض الشركات تضَعْ ملصقاً صغيراً قرب اللوغو (إحذروا التقليد) كما ساعدت الطباعة الحديثة الممكننة والرقمية على تنامي وتطور أشكال وأنواع المطبوعات الغرافيكية وانتشار المؤسسات المختصة في فنون الطباعة الملونة. منذ بدايات القرن العشرين وكانت صورة المرأة إحدى النماذج المستخدمة في لوغوات تلك الشركات.[أنظر الشكل٣٣]

الشكل رقم [٢٥]





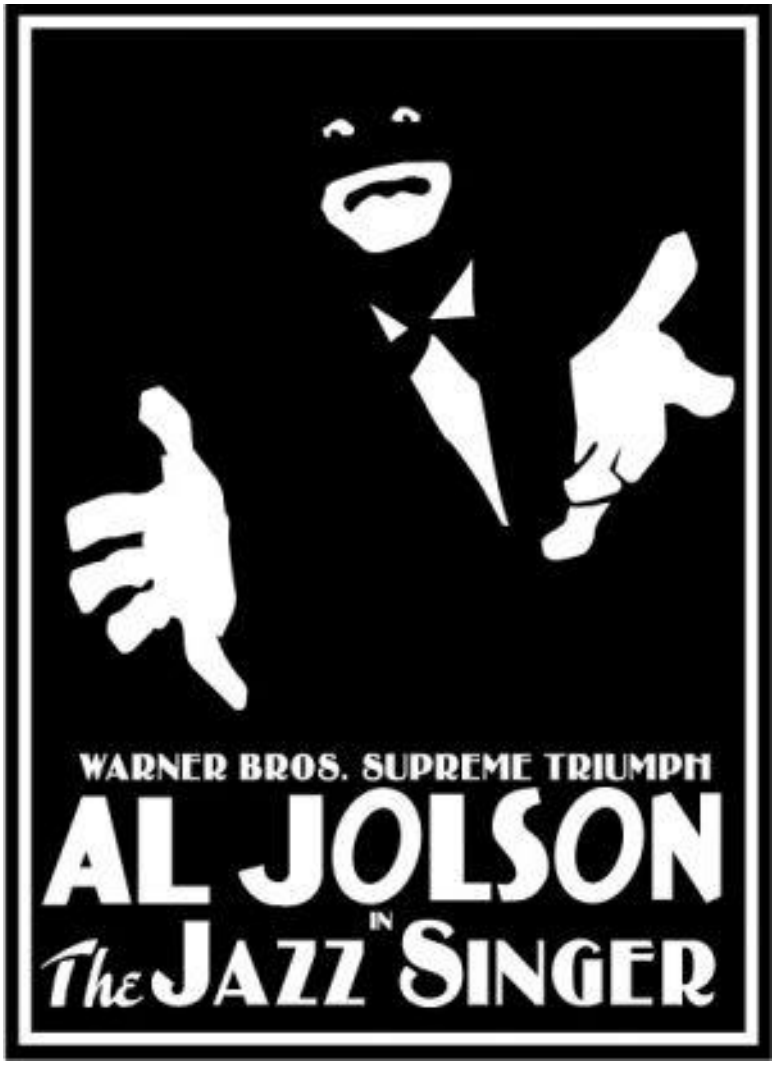
نموذج للإعلانات التنسيقية لواجهات المحلات باستخدام مانيكانات تمثل هيئة المرأة العصرية لإغراء المشاهد (القرن الواحد والعشرون).

الشكل رقم [٢٦]



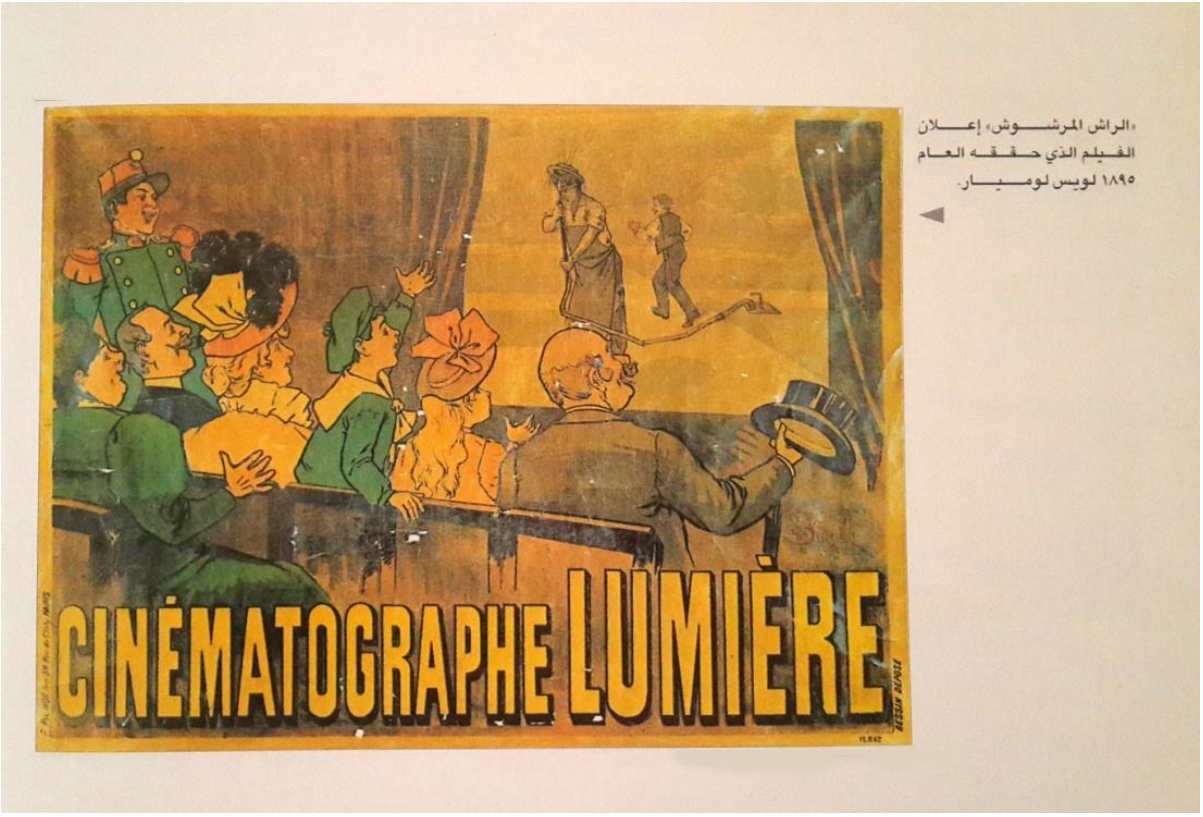
إحدى أغلفة المجلات وهي تعرض صورة لإحدى المغنيات كأسلوب تسويقي للمجلة، (المرأة اليوم) العدد (٤٣٦٠) ٢٠٠٩/٨/٢٠ بيروت لبنان (القرن العشرون) .

(الشكل٢٧)



أول ملصق سينمائي ظهر في العالم عام١٩٢٧ لفلم مغني الجاز

الشكل رقم [٢٨]



أول إعلان سينمائي لفيلم الراش والمرشوش للأخوة لومبير باريس ، فرنسا ا)القرن التاسع عشر (١٨٩٥م).

الشكل رقم ٢٩]



ورقة نقد إنكليزية من فئة «خمسة جنيهات».

إنموذج لمصمم غرافيكي ورقة نقد إنكليزية تظهر فيها صورة (المرأة)، ملكة بريطانيا العظمى ويبدو فيها دقة التعبير الفني لإظهار هيبة الملكة بين الصيغ التشكيلية للتصميم بالتآزر بين التيبوغرافيا والزخارف المستلهمة من فن التوريق المنسجم مع الخطوط اللينة في التصميم.

الشكل رقم [٣٠]





صورة المرأة في التصميم الغرافيكي للنقود المعاصرة

١- صورة لنساء سوريات وهن يعزفن على آلات موسيقية نموذج لورقة نقدية سورية حديثة صدرت عام ٢٠١٤ من ذات ٥٠٠ ل.س تقليداً للوحة جدارية تم اكتشافها في سورية

٢- نموذج لورقة نقدية سورية من ذات الـ ٥٠٠ تظهر منها صورة الملكة زنوبيا وهي ترتدي زياً عسكرياً. القرن العشرون ١٩٩٨م

الشكل رقم [٣١]



للفنان إدوار كولي الرسام الإنكليزي الذي يسخر من نفسه بأسلوب الرسم الكاريكاتوري(١٨٨٣م)

الشكل رقم [٣٢]



الكاريكاتور عند الرسام وليم هوغارت (١٦٩٧ - ١٧٦٤)، «زواج على الموضة» (١٧٤٣)، زيتية على قماش (٦٨,٥ × ٨٩ سم).
في دورة الزواج على الموضة، ينتقد وليم هوغارت بسخرية لاذعة للغاية زواج المصلحة. فللمناسبة جلسة تزيين لشعر العروس، تحرّش بزوجة المستقبل محامٍ قدمَ لها ورقة يدعوها فيها إلى لقاء. وكشاهد على هذه الخيانة المتوقعة، يشير الخادم الأسود اللون في زاوية الصورة إلى قرون تمثال صغير لأكتيون، الصيّاد الذي حولته الآلهة أرتميس إلى أيل.

لوحة كاريكاتورية للفنان الإنكليزي وليم هوغارث

بعنوان (زواج على الموضة) تعبر عن زواج المصلحة

(١٦٩٧-١٧٦٤) بعنوان زواج الموضة تعبر عن زواج المصلحة (٦٨،٥×٨٩) عام ١٧٤٣م

الشكل [٣٣]



صورة المرأة في تصميم فن اللوغو Logo

لبعض الشركات الأوروبية المنتجة والمؤسسات والمنظمات الاجتماعية(القرن االعشرون)

المبحث الخامس

عوامل تشكل المظاهر المختلفة لعنصر المرأة في التصميم الغرافيكي الحديث والمعاصر

إن من أهم عوامل تشكل المظاهر المختلفة لصورة المرأة في فن الإعلان والمصممات الغرافيكية الأخرى الحديثة والمعاصرة هي مايأتي:

١- ظهور الجماعات والاتجاهات الفنية:

كان للوحة (غيتاريرو) Guitarero التي عرضها مانيه في معرض باريس عام ١٨٦٣ التي نال عليها لقب الشرف وكذلك رفض الجمهور الفرنسي للوحته "الغداء على الحشائش" لوجود صورة إمرأة عارية في اللوحة تجالس مجموعة من الشبان لمنافاتها التقاليد والأعراف والذوق العام آنذاك للدور الأول لاهتمام الجمهور المتلقي لنوعية الصورة الواجب وضعها كإنموذج في أي شكل من أشكال اللوحة أو الصورة الفنية في الإعلان. إلا أن الصورة الإغرائية بمختلف أشكالها التي يستخدمها المصممون الإعلانيون المعاصرون وترسل إلى جميع أنحاء العالم دون حواجز أو قيود لم تعد خفية حتى عن المجتمعات المحافظة التي لا تزال تضع قيوداً وقواعد ناظمة للتصاميم الإعلانية المنفذة على ترابها الوطني، وإن أية صورة أنثوية ما هي إلا انعكاسات لسلوكيات مجتمع ما وهي ناتج إشاري أو إعلامي يؤدي إلى حدوث استجابة من الجمهور المستهدف، مما أدى إلى تنوع في أشكال وأنماط تلك الصورة كما أن للعامل التاريخي وتبدل المفاهيم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وظهور الأفكار الفلسفية في العالم وكذلك ظهور الاتجاهات الفنية والمبتكرات التقانية الدور الهام في تصييغ تلك الصورة وأشكال استخداماتها.

"ويقع على المصمم الإعلاني أن ينظم أفكاره كي يفرق بين تصميمه (الإعلان وطني) أو (إعلان دولي) ويترتب عليه في الإعلانات التسويقية الدولية التي يكون من ضمنها دول محافظة مراعاة للمحلية في إعلانه المصمم لشركة دولية كي لا تأتي على عكس الهدف المنشود من الإعلان.

مثال عملي:

أثر العامل الثقافي في عملية التسويق العالمي إذ يجب على المصمم أن يكون على وعي بالمعتقدات والأديان في الدول التي يستهدفها الإعلان ففي البلاد الإسلامية على سبيل المثال: يجب على المعلن أن يكون على دراية بالمحرمات النابعة من الدين الإسلامي، حيث لا يمكن الإعلان عن الكحول، كما يعتبر التعري في الدول الإسلامية حراماً ممنوعاً ، فمثلاً حجز موظفو الجمارك في السعودية شحنة عطور فرنسية لأن غطاء الزجاجة على شكل إمرأة عارية، وأحياناً الفهم الخاطئ لمعتقدات دين ما يؤثر أيضاً على تقبل الأسواق الخارجية لسلع أو رفضها. فقد انتهكت (دار شانيل) الفرنسية – بدون قصد – قدسية القرآن الكريم، بتطريز آيات من القرآن الكريم على أثواب عرضت في مجموعتها الصيفية، كان المصمم قد أخذ هذا التصميم الذي لفت نظره من كتاب (قصر تاج محل) الهندي، وكان جاهلاً لمعناه، وأعتقد أنه سينال رضا

الجمهور المحتمل من المسلمين، الذين شعروا هم بدورهم(*) أن تطريز الآيات هو انتهاك لقدسية القرآن الكريم ، فكان على شانيل أن تتلف الملابس ذات التصاميم تلك(١)."

كما أن الكثير من الدول الإسلامية تحرم ظهور أية صورة للمرأة على منتجاتها مثل السعودية وبعض دول الخليج والإسلامية.

٢-<u>ظهور بعض الإتجاهات الفكرية والعقائدية مثل: (إسلاميون يحظرون ظهور المرأة في الإعلان):</u>

"قال الإسلاميون الذين يديرون مجلس مدينة كراتشي أكبر مدن باكستان أنهم حظروا الظهور الغير ضروري لصور النساء في الإعلانات.

قال نعمة الله خان رئيس بلدية كراتشي لرويترز، إن مجلس المدينة التي يقطنها ١٤ مليون نسمة، أقر هذا الأسبوع ويعتزم بدء العمل به قريباً وقال: "ثقافتنا وقيمنا مختلفة عن الغرب... نريد حماية شرف المرأة وأن لا نجعلها لعبة كما هو الحال في الغرب".

وينتمي خان إلى حزب الجماعة الإسلامية الذي قاد حملة مماثلة في الإقليم الحدودي الشمالي الغربي الذي يقع على الحدود مع أفغانستان، حيث مزَّقَ الشبان الإعلانات التي تحمل "صورة نساء".

وقال خان: "أقر القانون بناءً على مبادرتي... نعتزم العمل به قريباً لحث الناس والمعلنين على عدم عرض لوحات فاضحة مبتذلة.

وتقول الدراسات: إن الإعلانات التلفزيونية تلعب دوراً في دفع الأطفال لتناول أغذية فقيرة في قيمها الغذائية... ويقول أحد التقارير إن منع إعلانات تلفزيونية غذائية ضارة كان في الدول الأسكندنافية ساهم بتقليل موجة البدانة عام ٢٠٠١م بنسبة: ٥٨% من أطفال السادسة و ١٥% للأطفال من عمر ١٥ سنة و ٢١% من الرجال و ٢٥% من النساء البدينات(٢)."

٣- <u>نشوء حركة الآرت نوڤو</u> <u>Art Nouveaux</u>

"حركة الأرت نوڤو في أوروبا ١٨٩٢-١٩٠٢م وأثرها على صورة المرأة في التصميم الغرافيكي، كان لظهور الحركات الفنية في أوروبا أثرها على الحياة المعاصرة وكذلك على أساليب العيش ووسائل الاتصال وأشكال الصور اليومية التي انعكست على جميع مجالات الحياة في أوروبا وانتقلت بسرعة غير مسبوقة تاريخياً إلى باقي دول العالم بوساطة وسائل الاتصال السمعية البصرية وأساليب الإعلان المتطورة التي لعب فيها المرأة كإنموذج للتصميمات الإعلانية في ترويج تلك السلع مما أدى إلى التنافس بين المصممين الغرافيكيين للتأثير بقوة أكثر على جمهور المستهلكين.

(*) . (الذي شعر بدوره) هكذا ورد في المرجع.

(١) فن الإعلان، د.ع. الرمحين، أ. المعراوي أميمة، ٢٠١١ – ٢٠١٢ منشورات جامعة دمشق، ص١٢٧.

(٢) فن الإعلان، د. الرمحي عطاالله، د. معراوي أميمة، منشورات جامعة دمشق ٢٠١١ – ٢٠١٢، ص١٤٨.

وكان لظهور حركة الآرت نوفو الدور الأساسي في ظهور المدارس التعليمية للفن مثل. المدرسة الوطنية العليا للفنون الجميلة في باريس فرنسا، والمدرسة الوطنية العليا لفنون الديكور في باريس ومدرسة الباوهاوس في ألمانيا وباقي الأكاديميات والمدارس الكبرى للفنون الجميلة في أوروبا، حيث أثرت المطبوعات اليابانية على أساليب فن الإعلان الأوروبي وخاصة في حركة الآرت نوفو Arts Nouveaux. لما تحويه المطبوعات الخشبية اليابانية من ألوان تتسم بالقوة وإلغاء البعد الثالث، اعتماداً على ما يسمى (المنظور المسطح). وخاصة أعمال الفنان الياباني كاتسوتشيكاهوكوزايKatsushika Hokusai التي أثرت في صياغة والتركيب الفني التشكيلي للمطبوعات والتي انتشرت بين عامي ١٨٩٢-١٩٠٢م.

وقد تميزت أساليب فنانين هذه الحركة ومنهم الفنان: غوستاف كليمنت. إذ أرادت هذه الحركة إحياء الفنون وتطويرها بجميع أطيافها ومن فنانين هذه الحركة كل من جان توري، وألفونس دوتشا وغيرهم مما أدى إلى ظهور الرمزية في الفن وفي التصميم الغرافيكي الذي يقوم على النظام التشكيلي في الملصقات والتصاميم اعتماداً على الخطوط الطويلة والمتعرجة واستخدام الألوان المتمايزة مثل اللون الأحمر المعتم أو اللون الأصفر الفاقع وكذلك الألوان البيئة والبنفسجية والزرقاء.

وتميز طراز هذه الإعلانات والتصاميم الغرافيكية بالأناقة والدقة والنظام الحركي المتماوج في اللوحة والخطوط الحلزونية الليغورتيمية، التي تعبر عن خط الحياة البداية والنهاية كما اهتم هؤلاء الفنانون برسم العروق النباتية والزهور بأسلوب زخرفي يتخطى المفاهيم الأكاديمية للأشكال المألوفة للتعبير عن الدقة والأناقة ونظافة ونقاء الألوان.

وقد شملت هذه الحركة أوروبا جميعها بما فيها أوكرانيا وتشيكيا وبلجيكا ولم تتأثر بلاد شرق وجنوب المتوسط إلا في مطلع القرن العشرين وبعد انتشار الفنون الجميلة واهتمام بعض الفنانين والدارسين بهذا الاتجاه .

وقد ظهر هذا الاتجاه على مستوى التصميم الغرافيكي والتصوير والنحت والخزف والعمارة وشمل كل من فرنسا، وبريطانيا، وألمانيا وإيطاليا وإسبانيا وغيرها من الدول الأوروبية.

ومن أهم الفنانين المصممين الفنان التشيكي (ألفونس موتشا) Alfons Mutcha الذي انتشرت أعماله في فرنسا انظر الشكل وفيه يظهر الفنان بورتريه لسارة برنانردSarah Bernard بأسلوب رمزي يعتمد الخطوط اللينة والدقيقة بطريقة تزيينية ضمن تكوين فني أنيق يعتمد على المساحات يبدو عليها التأثر الواضح بالمطبوعات اليابانية وبراعة الفنان المصمم للتعبير عن جمال المراة وأناقتها وربطها بجماليات عناصر الطبيعة كالنباتات والورود.

كما اهتم فنانو هذه الحركة بالفن الحروفي التيبوغرافياTypographie وكذلك بتصميم فن الملصق الجداري ما ميز هذا الفن بخطوطه وألوانه التي تميزه عن غيره من الاتجاهات الفنية في القرن العشرين.

وقد امتازت الحروف في هذه التصميمات بالحروف المنحنية وحرية الخط اليدوي اعتماداً على العلاقات التجاذبية بين الخطوط المنحنية والخطوط التي تملأ الفراغات وتدل في التصميمات الغرافيكية لعناصر أساسية في الصيغ الفنية.

ومن أهم الفنانين البريطانيين وليم موريس الذي اهتم برسم عناصر الطبيعة بأسلوب تزييني وزخرفي مستخدماً الحروف الطباعية إذ أعطى الخطوط أهمية في تصاميمه، إضافة إلى كونه في العاملين في مجالي النشر والطباعة.

ومما يسبب هذا الاتجاه الفني برأي بعض النقاد المعاصرين هي استخدام الأساليب السهلة والتجارية المقبولة من العامة.

ولعل أهم مثال لمصممات هذا الاتجاه المطبوعات التي صممها الفنان هنري فان دوفيلد H.V.Develde بعنوان تروبون Tropon والتي يستخدمها فيها الألوان المتباينة من الألوان التي تتسم بها تلك المطبوعات.

٤- **حركة غرابيوس** Movement Grabus

ظهرت هذه الحركة في نهاية القرن العشرين في فرنسا تأسست في عام ١٩٧٠ وهي حركة لمجموعة من الفنانين الغرافيكيين الاشتراكيين، قدمت أعمال وتصاميم وإعلانات جدارية لنقابة العمال الفرنسية في المناسبات الوطنية وأنجزت أيضاً أعمالاً كثيرة تصب في الاتجاه الثقافي وخاصة المسرح Theater ومن الأعمال الهامة التي صممتها هذه الحركة Logo لوغو لمدينة العلوم الصناعية Lavillette وتأثرت الحركة بالتصميم الجرافيكي البولندي كونه له توجه ثقافي في التصميم خلال فترة طويلة.

ومن أهم مصممية:

المصمم الغرافيكي، بيير برنارد Pieere Bernard

المصمم الغرافيكي، جيرار باري كلافيلGerard Paris Clavel

المصمم الغرافيكي، فرانسوا ميتش FranÇois Mieche

والمصمم الغرافيكي إيتان هيرفEtienne Herv

وقد تأثرت هذه الحركة وأثرت في الحركات الوافدة وقد عبر المصممون في أعمالهم عن وجهات نظرهم في الإنسان والمجتمع الفرنسي انطلاقاً من مبادئهم الاشتراكية بهدف توجيه رسالاتهم الإعلانية بطريقة فطرية أحياناً باستخدام التفكير التباعدي أحياناً في صياغة تشكيلاتهم وتصاميمهم الغرافيكية. (انظر [الشكل ٣٩]) كما أنهم قد يستخدمون صورة قديمة لعمل فني مشهور مثل لوحة : الجوكاندا للإعلان وتسويق صحيفة مثل: اللوموند الفرنسية [أنظر الشكل٣٤] أو استخدام صورة فوتوغرافية لوجه فتاة للتعبير عن فكرةٍ ما باستخدام الكرة الأرضية كأنف مستعار لوجه مهرج (كلون) وتدور حوله وسائل الإتصال الفضائية.

الاتجاه الابتكاري (الاتجاه التجريد) Art Abstrait

"ظهر الاتجاه الابتكاري (التجريد الفني) في الفنون الجميلة لتناوئ الحركة السوريالية Susializme، في ١٩٣٦ ظهرت هذه النزعة بزعامة (أوغست هوربين) (وجورج فانتونيجيرلو) والتي نادت بالانفتاح إلى جميع الاتجاهات التجريدية كلها، ومنذ عام ١٩٣٢ حتى عام ١٩٣٦ كانت تطبع (نشرة) تحت اسم (التجريدية

الابتكارية) أو فن اللاتشخيص وتقيم معرضاً كل عام، وكانت قد ضمت في ذلك الوقت أكثر من ٤٠٠ أربعمائة فنان تجريدي.

٦- النزعة التكعيبية Cubisme

إن أول من أطلق عبارة تكعيبية Cubisme على الاتجاه الفني الذي سلكه كل من براغ وبيكاسو هو الناقد الفني. (لويس فوكسيل) وذلك عند رؤيته مشهداً من أعمال الفنان براغ عام ١٩٠٨ لماتيس وهو يتكلم عن "مكعبات صغيرة" وتذكر الناقد فوكسيل الذي كان يرافقه هذه المقارنة واستخدمها في مقالة له مبتكراً كلمة تكعيبية وتصف فرانسوا جيلو زوجة بيكاسو في مذكراتها محاولة بيكاسو إضفاء الحياة والحركة على رسم بورتريه التطور التقاني والعلمي لزوجته في محاولة وصف شخصيتها ضمن العمل كما يراها فجعل شعرها مثلاً شبيها بلحاء الشجر وطوره ليتحول إلى نبات مزهر ومثمر ملماً بالحركة والأشكال المنحنية والدوائر والأقواس [١] ".

٧- التطور التقاني والعلمي والإعلان المتلفز:

"في ١٧ السابع عشر من شهر تشرين ١٩٠٦ عُرِّفَ العالم آنذاك بعالم (التصوير الفوتوغرافي) وذلك لانتشاره لكونه فورة تقنية فذة إذ تمكن في هذا التاريخ العالم الألماني في مدينة (ميونخ) (آرثر كورت) من النقل (اللاسلكي) لصورة الأمير ولي العهد الألماني من على مسافة ١٨٠٠ كيلومتر وكورن هو تلميذ العالمين الرياضيين (هنري بوانكلريه) و(إميل بيكار) وهو يحسن بنجاح الآلات والأجهزة التي ابتكرها العالم "الأسقف الإيطالي) تشير يبوتاني فمنذ عام ١٩٠٤ نجح كورن في بث الصور الفوتوغرافية ما بين ميونيخ وبرلين وقد حصلت مجلة (الستوراسيون Illustration) الفرنسية والجريدة اليومية اللندنية (دايلي ميرور) على حقوق هذا الاختراع واستثمراته من فورهما

وفي سن الرابعة والتسعين ٩٤ من العمر قضى المهندس الفرنسي (شارل باتيه) أبو صناعة الفيلم السينمائي الفرنسي و (الأجهزة الناطقة) وذلك في ٢٥ كانون ثاني ١٩٥٧ هذا العبقري الصناعي المولود ٢٦ كانون أول عام ١٨٦٣ وكان أول من صنع أشرطة سينمائية، وابتكر أول جريدة آنية للأخبار المسموعة، وموَّل أول إخراج سينمائي (الديكورات الاصطناعية) التي انتقلت باختراع الأخوين (لوميير) من الميدان التوثيقي إلى الميدان القصصي على الشاشة البيضاء، بالاشتراك مع أخيه (إميل) انطلق عام ١٨٩٦ في تصنيع تقانة جديدة أخرى هي (تسجيل الصوت) بتسويقه (الفوتوغراف) ثم (الاسطوانة المحفورة)، كما ساهم (باتيه) بصفته إنساناً متجهاً إلى التقدم بفعالية ونشاط في نهضة السينما والاسطوانات.

---

(١) المصدر: موقع منظمة اليونيسكو WWW.wikipidia.com

كما شهد العالم حدثاً هاماً في عالم السينما عام ١٩٥٣ بل ثورة حقيقية في هذا المجال في عرض الصورة الغرافيكية المتحركة، حيث عرض أول فيلم سينمائي بطريقة السينمنا سكوب هو فيلم (الرداء) من بطولة (فيكتور ماتشور) وريتشارد بورتون ومن إخراج هنري كوستر، وهو يتناول أول العهد الميلادي.

ظهور التلفاز في أوروبا:

أبصر التلفاز النور على يد المخترع البريطاني (جون لوغي بارد) الذي عرض في ٢٠ كانون الثاني عام ١٩٢٦ أمام المعهد الملكي في بريطانيا العظمى، أول جهاز حقيقي للتلفزة ظهر في العالم إن هذا الحدث الجديد في (عالم الاتصالات) والاختبار الشيق لولادة ا لتلفاز، مما يثبت أن التطور التقاني لا يتوقف وليس بوسع أحد أن يوقفه.

والمخترع الاسكتلندي (جون لوغي بارد) الرائد في عالم الإذاعة المرئية توصل في مختبره الصغير في بلدة (هيستنغر) الإنكليزية عام ١٩٢٤ الذي نقل الصورة بوساطة هذا الاختراع الجديد من على بعد كما استطاع إظهار أشياء بطريقة (الصورة الكفافية) أي الخطوط التوضيحية من غير تظليل.

وفي السنة التالية تمكن من تحسين جهازه المبتكر إلى درجة نقل أو بث صور الوجوه البشرية الحية من مختبره في لندن بما فيها الضوء والظل والتفاصيل الدقيقة وفي ٢٧ كانون الثاني ١٩٢٦ وأمام المعهد الملكي في بريطانيا العظمى عرض (بارد) للمرة الأولى أول صور تلفزيونية حقيقية معروفة وفي السنة التالية ابتكر (المنظار الليلي) للرؤية في الظلام.

ومن ناحية ثانية يعتبر ٨ الثامن من شباط عام ١٩٢٨ تاريخاً هاماً في عالم التلفزيون ففيه تم بث الصور التلفزيونية الأولى من لندن إلى نيورك بفضل (بارد) الذي كان قد أوجد الإذاعة المرئية في ٣٠ تشرين الثاني ١٩٢٥م. وقد زودته إدارة البريد الألمانية العام ١٩٢٩ كل التسهيلات للبث من محطتها الرئيسية، ورعت إنشاء اتحاد يقوم على أساس نظام (بارد) وما مر شهران حتى أعادت هيئة الإذاعة (بارد) جهاز بثها الخاص لمواصلة تجاربه.

إن ظهور السينما واختراع التلفاز ساهما بانتشار وتنوع فن الإعلان المتلفز وخاصة بعد انتشار المحطات الفضائية التي تنتشر وتبث مئات لا بل آلاف الإعلانات التجارية المتحركة التي تكون في غالب الأحيان المرأة أنموذجها الأساسي. لإغراء المستهلك[١]"..

(١) الموسوعة المعارف الكبرى، مجلد ٢٧، إعداد أ. يوسف نجيم، دار نوبيليس، بيروت، لبنان، ٢٠٠٦، ص٣٣، ٣٤، ٩٠،٩٩ (بتصرف).

ظهور البدوءات الأولى للرسوم المتحركة (فن الإعلان بالرسوم المتحركة):

"لفترة طويلة مال المؤرخون أو الوسط الهوليودي إلى الاعتقاد أن فيلم "سنووايت والأقزام السبعة" الذي انتجه (والت ديزني) العام ١٩٣٦ كان الفيلم الكرتوني الأول في التاريخ، لكن الحقيقة أن هناك فيلمين سابقين في هذا المجال.

الأول: أرجنتيني، بعنوان Elapstrol قام به فان فديركوفالي العام ١٩١٧

الثاني: فيلم أخرجته الألمانية (لوت راينغر) عام ١٩٢٦م بعنوان (مغامرات الأمير أحمد) المستوحى من حكايات ألف ليلة وليلى.

والواقع أن تاريخ السينما الكرتونية ليس تاريخ بدايات وحسب ، بل تاريخ تجارب وأساليب تقانية وتعبيرية، وأساساً هناك ألوان وأنواع من السينما الكرتونية، وهناك ما يعرف تقليدياً بـ (الرسوم المتحركة) كما في معظم الأفلام الواردة في هذا الحقل، وهي تقوم على رسم يدوي تفصيلي لكل حركة، ثم جمع هذه الرسوم بصورة تتابعية توحي وتوهم بالحركة الطبيعية المتوخاة.

وهناك (الدمى المتحركة) وهو فن على نوعين إذ يكون تقليدياً على شاكلة (دمى فعلية) أو حديثاً على النحو الذي نراه في فيلم (الكابوس قبل الكريسماس).

ثم هناك المدرسة الأوروبية الشرقية التي هي من النوعين السابقين ممارسين بأسلوب خاص يميل إلى الأجواء الواقعية ويعتمد أساساً على الأشكال الآدمية [١].

وتميل الكثير من الشركات إلى استخدام فن الرسوم المتحركة للإعلان والترويج للسلع بأسلوب كاريكاتوري يجلب انتباه الأطفال واليافعين، أو ربما بتقديم نوع من (الإعلان العقلية) التي توضح بالرسوم المتحركة ميزات تلك السلع وطُرق صنعها وشرح بعض التفصيلات التي لا يمكن استخدام الإعلانات التي تعتمد على الصورة الفوتوغرافية المتحركة لمثل هذا النمط الإعلاني، وكثيراً ما تستخدم المرأة كعنصر هام في إعلانات الرسوم المتحركة.

ويتبين مما تقدم أن:

أن أهم الملصقات الجدارية التي نفذها المصممون الغرافيكيون الأوروبيون في النصف الثاني من القرن العشرين ومطلع القرن الواحد والعشرين، واستخدموا عنصر المرأة في أعمالهم هم:

- وارل هول Andy warhoh وهو مصمم من أصل أمريكي تصميم صورة ملكة الدانمارك بطريقة الشاشة الحريرية عام ١٩٨٥م.

---

(١) المرجع نفسه، ص١٠٢.

- باولاشير وهي مصممة غرافيكية من أعمالها الملصق الجداري بعنوان (منع ديفا من الغناء) الذي يظهر ممارسة الكتب ومصادرة حقوق المرأة، عام ١٩٩٤م.
- المصمم ماكوتوسيتو Mcoto saito في ملصقه لشركة ألغا عام ١٩٨٨م.
- المصمم بيتر ماكس Peter Max في ملصقه بعنوان الحب Love عام ١٩٧٠م.
- آبرل غريمان A , Grieman، ملصق بعنوان فن جداري جسد فيه صورة المرأة.
- غوستاف كليمتG , Klimt ، وهو مصمم مجوهرات ومصمم إعلانات ساهم في تطور فن الإعلان المعاصر وأكثر المصممين الذين استخدموا صورة المرأة في أعمالهم.
- ماكس كيسمان في الملصق الجداري الذي صممه في ذكرى الفنان هنري دوتولوز لوترك عام ١٩٧٦م.
- نيكولاوس تروكسلر N. Troxler في مصممه (مهرجان الجاز) عام ١٩٧٦.
- كارل دومبتيك غاز بوهلر K. Geisbu Hler عام ٢٠٠١.
- هولغر ماتيس H , Matties عام ٢٠٠٣م

والعديد من الفنانين الأوروبيين الذين استخدموا صورة المرأة بأساليب وتقانات مختلفة.

صورة المرأة في فن الغرافيتي Art Graffitien

"ظهر فن الغرافيتي في أوروبا كأحد مظاهر الإعلان للفن الشعبي في أوروبا وخاصة الإعلانات الجدارية المعبرة عن الأفكار السياسية منذ عام ١٩٦٠ إلى عصرنا الحالي:

حيث انتشر هذا النمط من الإعلان إلى باقي دول العالم ومنها بعض الدول شرق وجنوب البحر المتوسط مثل مصر ولبنان، وقد ظهر هذا النمط في الإعلانات الجدارية في كل من فرنسا وبلجيكا وفي إنكلترا. وانتشر إلى جنوب المتوسط في مصر بشكل خاص، ومن أهم الغرافيتيين الإنكليز الرسام بانكسي Banksy وهو رسام غرافيتي انكليزي مشهور ومجهول في نفس الوقت ويعتقد أن اسمه (روبرت بانكسي) من مواليد ١٩٧٤ وهو من بلدة (يات) القريبة من بريستول، وكانت أعماله ذات مواضيع سياسية، وفي عام ٢٠٠٣ كان أول ظهور لرسوم بانكسي على جدران مدينتي بريستول ولندن، وقد أثارت التساؤلات حول شخصه وأفكاره وخاصة (صورة الموناليزا وهي تحمل سلاح الأربيجه على كتفها [أنظر الشكل٣٥](١)، ومن أهم الرسامين لإعلانات الغرافيتي في البلاد العربية الرسام المصري محمد محمود الذي رسم جدارياته ذات الطابع المصري القديم تقليداً للرسوم الفرعونية والتي تمثل صور لنساء مصريات بأسلوب مسرحي مشوق. [أنظر الشكل٣٦].

(1) www.BANKSY.co.uk.

ويستخلص مما تقدم:

١- لقد أخذت الصورة الأنثوية مظاهر حداثية بفعل التقدم العلمي والتقاني واستخدام الوسائل العلمية وتطبيقات الميلتميديا والهيبريميديا والأنترنت والتلفاز وتطور وسائل الإعلام المعاصرة

٢- كان لكل من التطور الإجتماعي والإقتصادي والإجتماعي والسياسي والعقائديدور هام في تشكل مظاهر تلك الصورة في كل من أوروبا وشرق وجنوب البحر الأبيض المتوسط وفقاً للأعراف والتقاليد والمعتقدات كما كان للموضةLAMOD الأثر البالغ على تبدلات تلك الصورة.

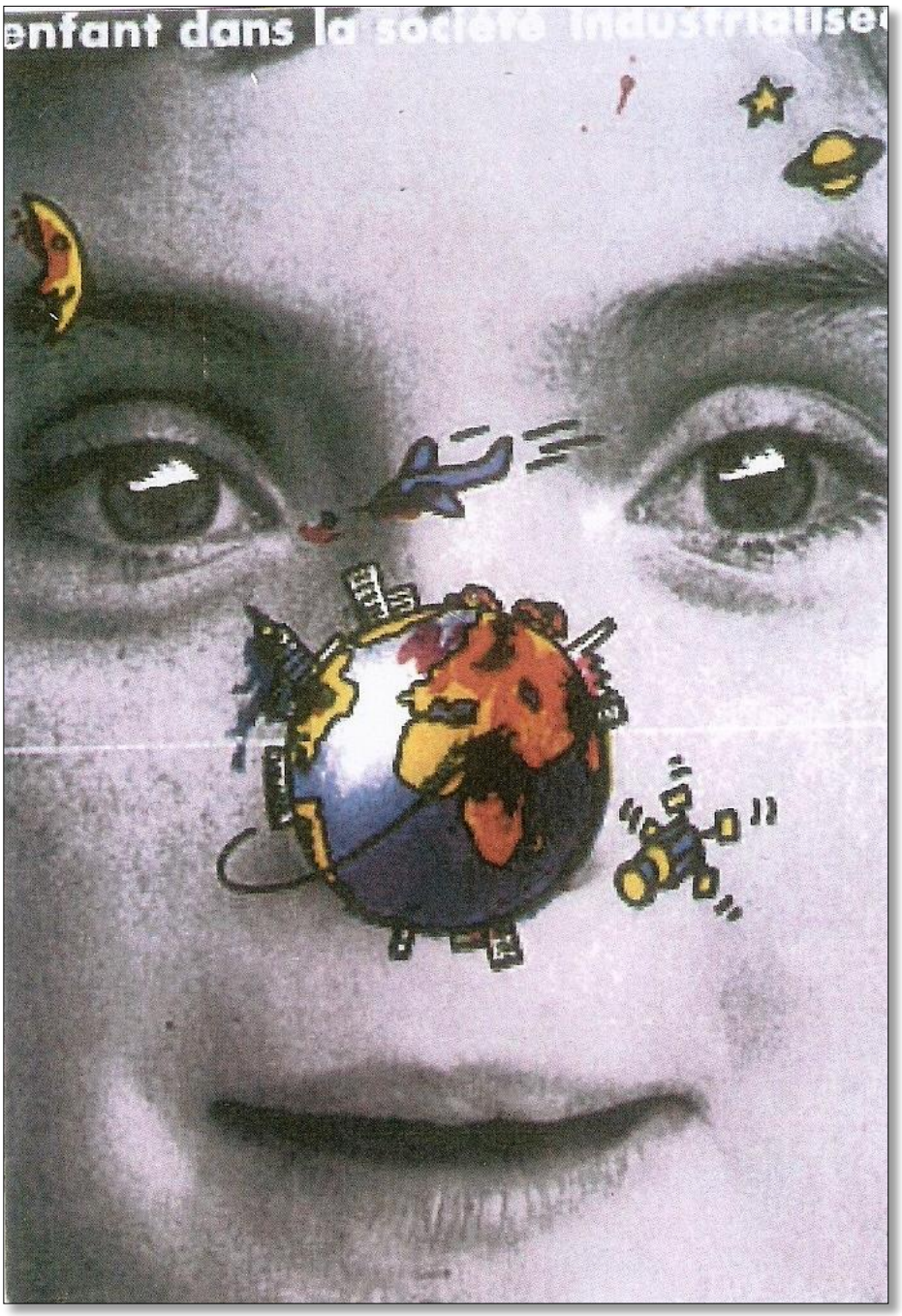
٣- ساهمت الحركات الفنية الإبداعية في مجالات الفن المتعددة في تنوع المواضيع مما أنعكس على نشوء أشكال لصورة المرأة تتسم أحياناً بإتجاه الطرف الخيالي PHANTSME كما ساهمت هذه العوامل بنشوء فنون مستحدثة للإعلان مثل: البوب أرت وفن الأرغرافيتي الجداري السياسي المعاصر.

الشكل رقم [٣٤]



ملصق جداري (ملصق) لجريدة لموند الفرنسية-النصف الثاني من القرن العشرين
(حركة غرابيوس) باريس فرنسا

الشكل رقم [٣٥]



إنموذج لوجه فتاة للتعبير عن تلوث البيئة – جماعة غراييوس باريس، فرنسا
حركة غرابيوس تآسست ١٩٧٠م

الشكل رقم [٣٦]



جدارية للفنان بانكسي وهي تحمل آر بيجيه على كتفها



آر غرافيتي للفنان الإنكليزي بانكسي أوما يسمى (فن العوام) أو فن العامة (القرن العشرون)

الشكل رقم [٣٧]



تصميم ملصق آر غرافيتي للفنان المصري محمد محمود ويبدو فيه استخدام الرموز الفرعونية للتعبير عن أفكاره (القرن العشرون)

المبحث السادس

دراسات وتحليل فني جمالي لنماذج من عينات البحث

(تصميم غرافيكي)

١. القائم على التحليل: الباحثة

٢. الهدف من التحليل: الكشف عن العوالم الجمالية للعمل الفني ووصف محتوياته الفنية

٣. نوع التحليل: تحليل وصفي جمالي على نظرية بابادوبولو أستاذ علم الجمال في جامعة السوربون في فرنسا.

٤. إجراءات التحليل:

- العالم الظاهراتي
- العالم المعنوي
- العالم الممثل
- العالم الفني.

٥. عينات البحث: مجموعة من التصميمات الغرافيكية (عينات قصدية)

٦. مجتمع البحث: عدد من المصممين الغرافيكيين الأوروبيين (نهاية القرن التاسع عشر . بداية القرن العشرين).

"التحليل الفني لبعض عينات البحث"
فن الإعلان الحديث والمعاصر في أوروبا
(القرن العشرون . القرن الواحد والعشرون)

١. القائم على التحليل الفني: الباحثة

٢. الهدف من التحليل: الكشف عن محاور القياس والتقويم للتصميم الغرافيكي.

٣. نوع التحليل: تحليل وصفي (تحليل محتوى)

٤. اجراءات التحليل:

أ. البعد الفكري

ب. البعد التخيلي

ج. البعد التصميمي

د. البعد التعبيري

٥. عينات البحث: مجموعة من التصميمات الغرافيكية (قصدية)

٦. مجتمع البحث مجموعة من المصممين الغرافيكيين المعاصرين في أوروبا.

جدول بياني وصفي للتحليل الفني الجمالي لعينات البحث

المرأة في التصميم الغرافيكي: نهاية القرن التاسع عشر، بداية القرن العشرين (أوروبا)

رقم العينة	اسم المصمم الغرافيكي	عنوان العمل	التقانة	التاريخ	الإجراءات
١	وارل هول Andy Warhol	صورة لملكة الدانمارك	الشاشة الحريرية	١٩٨٥	. العالم الظاهراتي . العالم الممثل . العالم الفني . العالم المعنوي
٢	ألفرد رولر Alfred Roller	غلاف مجلة النبع المقدس	الشاشة الحريرية	١٨٩٩	. العالم الظاهراتي . العالم الممثل . العالم الفني . العالم المعنوي
٣	جول شيريه Jul Cheret	بينزو موتور Benzo Moteur	ملصق جداري Postar	١٩٣٦	. العالم الظاهراتي . العالم الممثل . العالم الفني . العالم المعنوي
٤	الكسندر ستينلين A.Steinlen	منتجات الألبان	ملصق جداري Postar	١٨٩٦	. العالم الظاهراتي . العالم الفني . العالم المعنوي . العالم الممثل

العينة رقم (١)

(مُصَمِم إعلاني)

"وقد أنجز الأمريكي آندي وار هول Andy Worhol 1928-1987 الصورة الشخصية لملكة الدانمارك (شمال اوروبا) مارغريت الثانية عام ١٩٨٥ مستخدماً تقانة الشاشة الحريرية، كواحدة من ست عشرة مطبوعة لمتحف لينوكس Lenox ... ويعتبر هذا العمل من فن النسخ (الغرافيكية) النادرة ضمن مجموعة لبعض زعماء العالم مثل إدوارد كندي والملكة اليزابيت الثانية وغيرهم، حيث ميزوار هول وكما يظهر في العمل بخطوط براقة على طول الخطوط المحيطية المكونة للشكل وهي مكونة من لون واحد على شكل بودرة الماس Diamond Dusr وترجمه إلى لغة حديثة معاصرة مع عدم التضحية بحضور الشخصية (الكاريزما) لواقع صاحبة الصورة كشخصية سياسية.

فصراحة الألوان وبريقها ولمعان المساحات لم يؤثر سلباً على رمزية الشخصية أو الانتقاص منها، وهذا لايعني أن وار هول غيب الجانب التقاني، فالطيف القرنفلي والأحمر والوردي النابض بالحيوية والنشاط بما تحمله هذه الألوان من خصائص أنثوية[١]."

التحليل الفني

اسم العمل: الملكة مارغريت الثانية، ملكة الدانمارك Queen Margrethe

الفنان: آندي وار هول – أمريكي Andy Warhol, 1928-1987

التقانة: حفر بتقنية السيرغرافي Screenprinting – Serigraphy – 1985

قياس العمل: 80cm × 100cm– مجموعة من أربع لوحات بتكوينات لونية مختلفة

التوقيع: توقيع بخط اليد في الزاوية السفلية اليسرى.

١. العالم الظاهراتي Le mond phenomenal

يمثل هذا العمل رداً ظاهراتياً صورياً وموضوعاً تحقيبياً ناجم عن خبرة في إنشاء الجمال الظاهري لسيدة ذات موقع سياسي واجتماعي مُبجَّلْ.

المواد: يعرض المصمم آندي وارهول صورة نصفية جانبة Portrait للسيدة ملكة الدانمارك مستخدماً تقانة الطباعة بالشاشة الحريرية La cirigraphy طباعة أغلى الورق لعدة نسخ مستخدماً الألوان الزاهية أو الألوان الملكية.

---

(١) الباحث حموري علي محمود صالح، رسالة دكتوراه بإشراف الدكتور عبد الكريم فرج بعنوان (التقانات) والخامات وأثرها في التصميم الغرافيكي المبدع، ص ١٣٩.

٢. العالم الممثل Le mond présente

هي صورة امرأة غاية في الجمال رُسمت بعناية وفق أسس بنائية تشكيلية بصورة قصدية معتمداً منهجية الاختزال القصدي لإنشاء جمال ظاهراتي يتعدى مفهوم تشكيل اللوحة إلى مفهوم رسالة إعلانية موجه نحو الجمهور الدانماركي أو قد يتعداه إلى الجمهور المتلقي عالمياً، وقد آزر الفنان جمالية الصورة بإخراجها وفق أربع تكوينات لونية مختلفة.

العناصر المكونة للعمل:

عنصر الوجه: العين، الأنف، الفم ، الأذن، الشعر، العنق مع إهمال للأكتاف التي تركز على عناصر: الوجه، العنق، الشعر.

٣. العالم الفني Le monde autonome

– اعتمد المصمم اختيار الموضع الأكثر مثالية اعتماداً على الرسومات الجدارية الفرعونية بإبراز الوضع الجانبي للوجه والوضع الأمامي للأكتاف وفق النظام الجمالي المصري القديم.
– استخدم المصمم إضافات جمالية كالقرط الذي أعطى دلالة لجمال جيد الملكة كما أنه أضفى إلى أناقة الشعر للتصميم الأنيق لتاج الملكة وإلى جمال عنق الملكة القلادة التي تذكر المشاهد بصورة نفرتيتي الملكة المصرية لربط الصورة إشارياً بالماضي ولربط الحاضر بالماضي التاريخي للملكات الجميلات، كما يتضح التدرج المنسجم بين الألوان باستخدام اللقطة الضوئية القريبة بأسلوب النوتان Notan مما كرس الانسجام اللوني في الصورة. (انظر الفصل الأول مبحث ٥)

٤. العالم المعنوي: Le mend nominal

إن الهدف أو الأهداف المعنوية وهي تقديم المصمم الملكة بصورة فنية حديثة معاصرة ترتبط بتاريخ الملكات الجميلات اللاتي ذاع صيتهن، وأراد أن يقدم بهذه المواد والإكسسوارات التعبيرية مثل التاج، القرط ، القلادة العنق رموزاً إشارية لاستخلاص معنى أن صاحبة هذه الصورة إمرأة ملكة أو أميرة أو من السيدات ذات السلطة السياسية والاجتماعية والجمالية الراقية.
أراد المصمم أن يعبر عن التراكم الثقافي البصري Acculturation للتعبير عن الجذور الثقافية للشعوب الاسكندنافية كهولندا والسويد والنرويج، باستخدام القرط كحلية في إذن الملكة إشارة ورمزاً للوحة الرسام الهولندي ڤيرمر Vermeer في لوحته (الحسناء ذات القرط) في متحف الدولة في برلين، ليعبر عن الانتماء الثقافي ووحدة المفهوم الجمالي للشعوب شمال أوروبا.

العينة رقم (١)



ملصق جداري للمصمم وارل هول (بورتريه) لوجه ملكة الدانمارك، يظهر فيه جمال وأناقة الملكة بألوان ملكية (١٩٨٥م)

العينة رقم (٢)

(غلاف مجلة)

التحليل الفني

اسم العمل: غلاف مجلة فيرسا كروم مجلة النبع المقدس

الفنان: ألفرد رولر Alfred Roller

التقانة: شاشة حريرية

قياس العمل: شكل مربع.

تاريخ الإنتاج: ١٨٩٨م..

١. العالم الظاهراتي Lemonde Phénominal :

يصور المصمم ألفرد رولر مُمثلاً موضوعاً لوجه فتاه باستخدام لقطة الصورة القريبة بمنظور الضفدع وبأسلوب تخيلي جمع فيه المصمم بين ملامح كل خُصَلْ شعر الفتاة وأشكال الورود الزاهية التي تحيط بوجهها مُبسطاً التعابير، محاولاً الابتعاد في هذه العلاقات التبادلية إلى وضع أشكال تخيلية ترقى بالذائقة بعيداً عن منطق الحس الواقعي، ليعبر المصمم عن تجربة إدراكية متعالية. يمكن القول أن المصمم أراد أن يقدم ثنائية بين الشكل والمعنى في مظهر واحد.

إن صورة الفتاة هي أقرب إلى جوهر العقل الذي يعتمد على الانتقاءات الشكلية بشيء من الحرية بعيداً عن التفاصيل تاركاً للإضاءة بأسلوب الإضاءة المقصودة Ligthing القريبة والتي تستخدم لوجوه الممثلين السينمائيين للتعبير عن لغة الضوء بتبادلية بين الضوء والعتمة وإن جملة عناصر الموضوع بما فيه الخطوط الكاليغرافية هي لغة بصرية ساهمت في تبادلية بين الموضوع والمعنى.

٢. العالم الممثل Le mond présenté

تمثل صورة لإمرأة شابة غاية في السعادة تتمتع بطاقة إنفعالية وبساطة واقعية شاعرية يتناوب فيها اللون الأبيض واللون القرمزي الذي يمثل الظلال التي يتكسر على ضفافها الضوء الساطع.

العناصر المكوِّنة للعمل:

استحضر المصمم جملة من العناصر التشكيلية اعتماداً على صياغات مبسطة لوجه المرأة الشابة، وخصل الشعر التي تتماهى بأشكال الورود المحيطة بالوجه، جملة من التكوينات الكاليغرافية التي تؤطر الشكل، وتدعم الحراك الليِّنْ والمُتسَّقْ الذي يزيّنْ وجه الفتاة.

٣. العالم الفني Le monde artistique

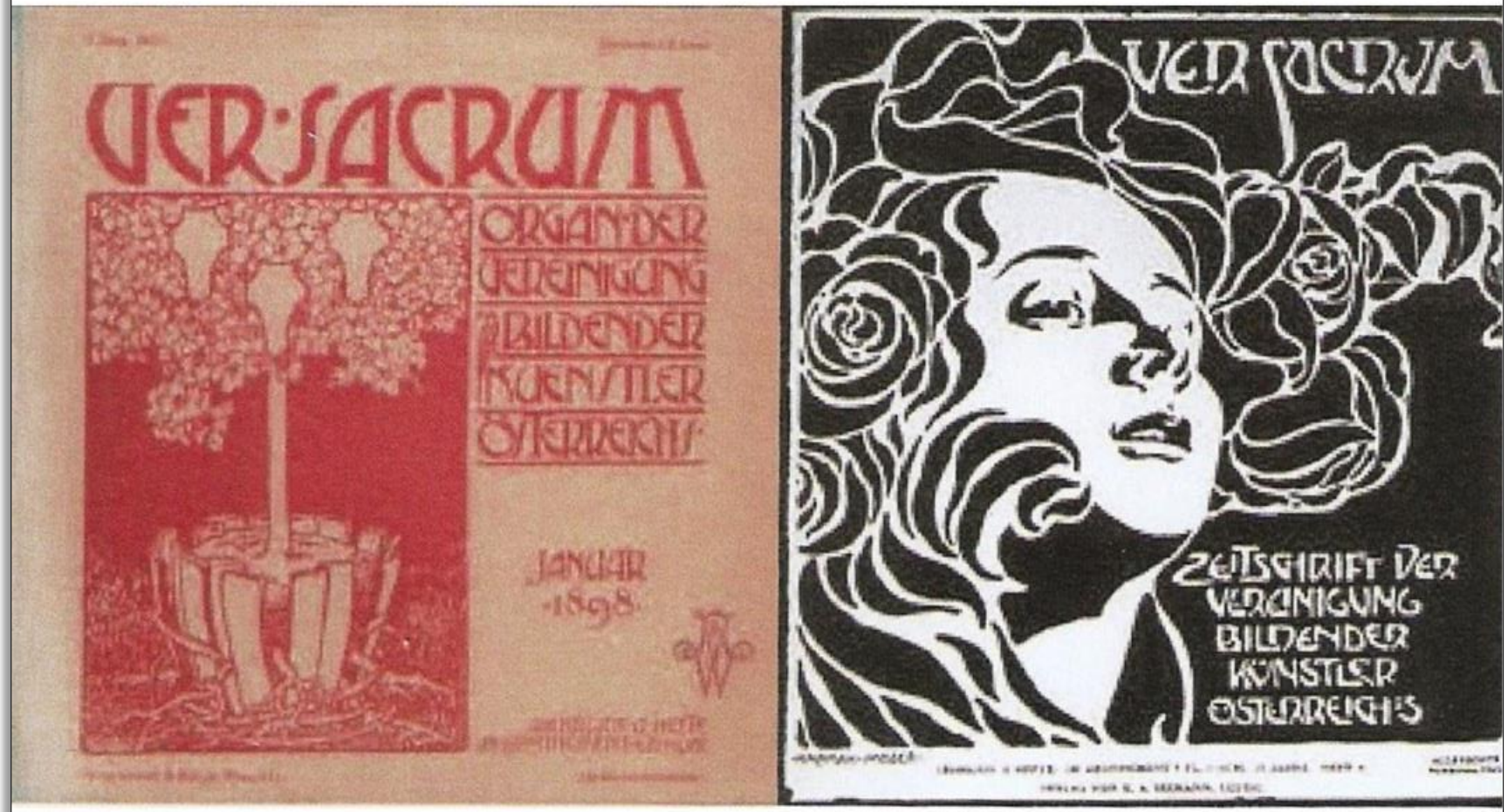
النظام الجمالي:

في هذا الغلاف ربما تساهم النظم العلائقية بين الضوء والعتمة بخلق نوع من القيم الجمالية التي تساهم في شكلانية الصورة الأنثوية بأسلوب اختزالي مبسط لم يؤثر على الحالة التعبيرية الفرحة المُعبَّرْ عنها بمساحات بسيطة. غير بعيدة عن الصورة الجمالية الملتصقة بالواقع التمثيلي التقليدي، لقد أضفى المصمم جملة من الانطباعات حول قدرته المحافظة على القيم الجمالية في الواقع الخارجي دون أن تفقد الصورة شكليانتها، في تبادلية الظل والنور ورغم إخضاع المصمم عناصر اللوحة للضوء القسري إلا أنه حافظ على التفاصيل الجمالية.

٤. العالم المعنوي: Le monde nominal

إن النزعة الزخرفية وتماهي خُصل شعر المرأة في أشكال الزهور المحيطة بوجه الفتاة الجميل واستخدام التضاد يؤكد للمشاهد قدرة الفنان ومعنوياته وثقته الإدراكية الحسية والإدراكية المعرفية في السيطرة على جميع عناصر اللوحة (الغلاف)، فهي تقدم لنا وجه إمرأة نظرة جميلة مبتهجة وفق مساحات سطحية مبسطة تقدم للمتلقي تجربة تعيد له الثقة بمدى صلة هذا العمل بالعالم المرئي طبقاً لخبرة المصمم التراكمية.

العينة رقم [2]



تصميم غلاف للمصمم الفرد رولر، مجلة النبع المقدس

(تصميم ملصق جداري Postar)

(العينة رقم ٣)

(التحليل الفني)

اسم الفنان: جول شيريه Jul Cheret

اسم العمل: بينز وموتور Benzo – Moteur

تاريخ : ١٩٣٦

العائدية: بيتر موتور.

١. العالم الظاهراتي Phénominal

إن اعتماد الفن على القدرة الإغرائية الجمالية للمرأة له دور هام حتى لو كان وقود سيارة، إن هذا التجميع اللا منطقي بين عنصرين هامين في الرسالة المعلنة وقود السيارة والسيدة الجميلة أمر صعب وشائك إلا أن مهارة المصمم جول شيريه أوجد عنصراً رابطاً ثالثاً ألا وهو السيارة الفارهة في ذلك العصر التي تقف إلى جانبها سيدة من عالية المجتمع ويتصدر الإعلان في المثلث الأيسر من قاعدة المثلث إلى أعلى صورة سيدة أنيقة تمسك بمقود السيارة التي تستخدم هذا المقود، وبألوان زاهية وبأسلوب واقعي بخطوط لينة وشيقة قدم المصمم للمشاهد إحدى أرقى مظاهر العصر بأسلوب الاستيهام والتصورات.

٢. العالم الممثل Le monde présenté :

يستخدم المصمم عدة عناصر: صورة المرأة المعاصرة، السيارة الفاخرة مقود السيارة ضوء السيارة. سيدة ترتدي قبعة ومعطف وقفازات جلدية تنم عن إمرأة من الطبقة المخملية البروجوازية تمسك بلطف بيدها اليمنى مقود السيارة، لقد غيب المصمم وعاء الوقود Dépôt وأوجد البدائل الكلاليغرافية التي تنص على أن هذا الوقود السائل موجود على شكل عبوات جاهزة إن الإشارات والرموز تدل على أن هذا الوقود هو محل ثقة الطبقات النبيلة التي كانت من نخبة المجتمع إلى يومنا هذا كي يُقتدى بها.

٣. العالم الفني: Lemonde Artistique

النظم الجمالية: يقدم المصمم ظواهر فنية جمالية وفق منهج معرفي فينومونولوجي phynomonologique لوصف سلعة بوسائط غرافيكية جافة، استعان بها بجمال هيئة السيدة التي تقود السيارة التي تستخدم هذه السلعة ألا وهو التكوين الفني.

التكوين الفني:

استخدم المصمم التكوين المثلثي المتعاكس ليظهر في المثلث الأيمن السيدة سائقة السيارة وفي المثلث المعاكس سيدة أخرى تقف بانتظار تعبئة الوقود.

الملمس والظل والنور

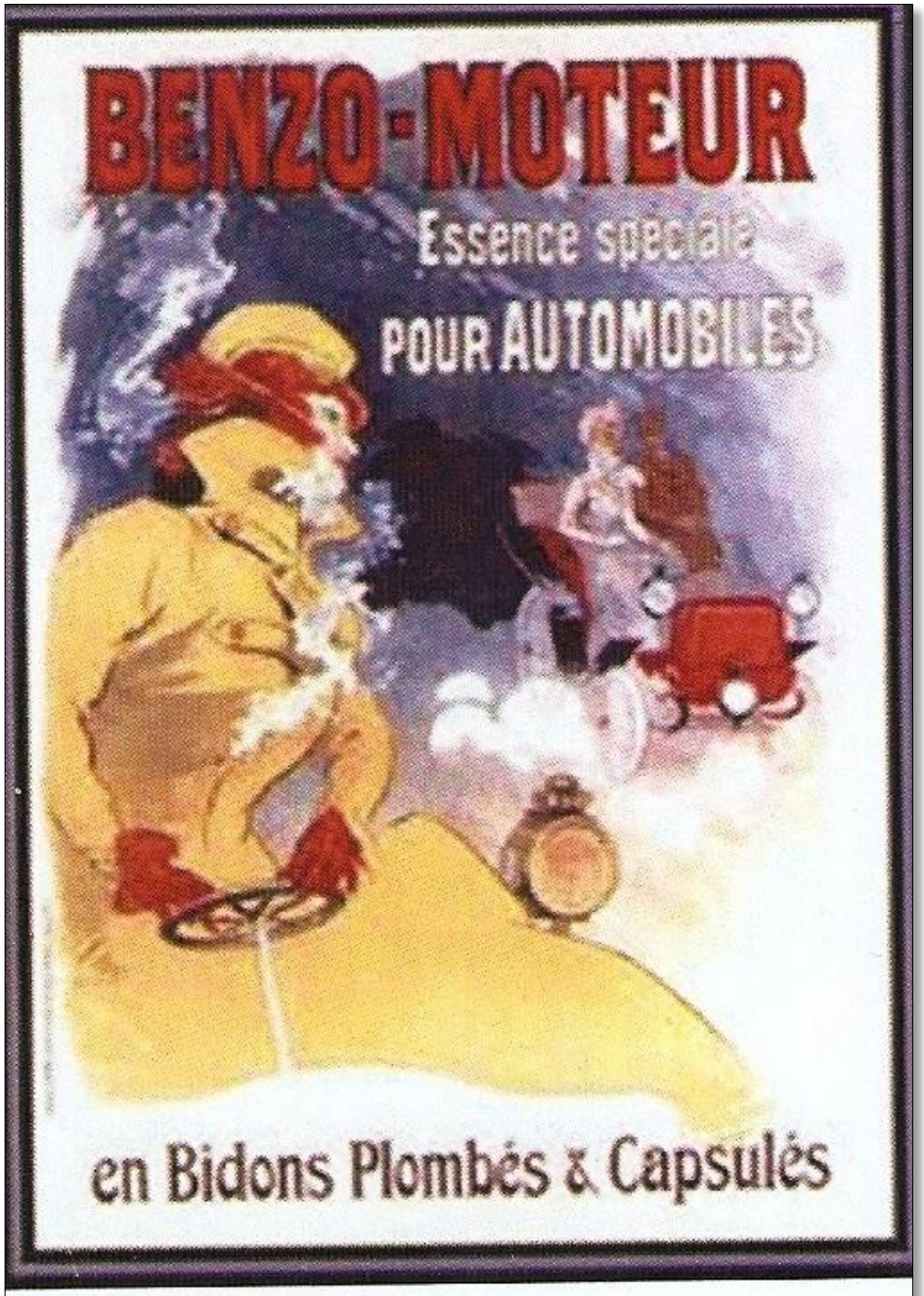
يعتمد المصمم الملامس الرقيقة لضربات الريشة بألوان شفافة بإسلوب تصورات مأخوذة من الواقع الذي يعيشه الفنان إعتماداً على إضاءة النهار.

٤. العالم المعنوي: Lemonde nominal

تبدو الرسالة الإشارية للعناصر التمثيلية وخاصة عنصر السيدة التي تمسك مِقْوَدْ السيارة هي عناصر ثانوية قياساً بعنصر السيارة إذ أوجد المصمم حلقة متكاملة بين العناصر التمثيلية، السيارة، سائقة السيارة أما العنصر اللاتمثيلي استخدم في إعلانه في الملصق بوساطة الخطاطة Lacalligraphie.

إما الدلالات المعنوية الإشارية والرمزية تدل على أن السيارة التي تقودها سيدة جميلة من عالية المجتمع هي وحدها التي تستخدم وقود بنزوموتور إضافة إلى منظومة لونية زاهية وفق صيغ بصرية ذات تأثير رمزي يلامس العقل الباطني للمتلقي.

مما يؤكد للجمهور المستهدف الثقة باستخدام هذا الوقود قياساً بما هو معروض في السوق. وأما دور المرأة فهو دور مسوِّغ لأنها رمز للرقة بالتعامل مع السيارات الفارهة إضافة إلى أن المصمم لم يقدم أية صورة إغرائية جسدية تظهر مفاتن المرأة وإنما الهدف إلى إظهار مركزها وصورتها الاجتماعية ومكانتها الراقية.



لجول شيريه 1836 - 1932

كان الأول الذي فهم الفائدة الكبرى من استثمار القدرة الإغرائية عند المرأة لتسويق سلعة حتى لو كانت وقوداً

(ملصق جداري) ملصق (Postar)

العينة رقم ٤

التحليل الفني

اسم الفنان: الكسندر ستينلن A. Steinilen

اسم العمل: منتجات الألبان.

تاريخ: ١٨٩٦

التقانة: (طباعة حجرية ملونة)

١. العالم الظاهراتي: Lemonde Phenominal

اختار المصمم صورة جانبية /لابنته الطفلة/ وهي تشرب حصتها من الحليب ومن حولها قطط جياع مشرئبات الأعناق نحو وعاء الحليب الذي تحتسيه وكأنهن يطلبن حصتهن من هذا الحليب كما توحي الكلمات التابوغرافية عن رسالة ضمن خطوط لينة تتوافق في مظهرها وطبيعة المادة المعلن عنها وهي منتج سائل.

لقد استخدم المصمم عدة عناصر ظاهرية في المصمم وهي وفق أولياتها :

١- الطفلة الجالسة وهي تحتسي الحليب وعلى وجهها علامات النهم وهي تقرّب وعاء الحليب الطازج المبستر نحوها كما تعني فيه التابيوغرافيا في أعلى الإعلان (حليب نقي مبستر) Lait pur Stérelise.

٢- اختار المصمم نوع الكرسي الذي تجلس عليه الفتاة على شكل زاوية كي لا يحجب الكرسي العادي المشهد العام للمنظر الأساسي وهي الفتاة.

٣- رسم المصمم ثلاث قطط نهمة جائعة يكاد لشدة التعبير الفني الواقعي الذي استخدمه في رسمه لتلك الصور أن يتخيل المشاهد صوتها وهي تموء.

٤- التايبوغرافيا التي استخدمها الفنان بخطوط لينة قريبة من الخط الديواني في الغرافيك العربي.

٥- الخلفية ذات اللون الموحد لون البيج أو الأوكر لون الأوهرا.

٢. العالم الفني Le monde Artistique

يعتمد المصمم ستينلين وضع تكوين عمله الفني وفق التكوين المثلثي المتعاكس :

١- اقتصر المثلث الأيمن من المشهد على هيئة جسم الطفلة الجالسة والكرسي المريح. ليستخدم الكاليغرافي الذي يُعِّرفْ بالسلعة أسفل الملصق إذ غيب المصمم أرجل الفتاة الصغيرة لتحل محلها عبارة (مواصفات طازجة).

٢- يستخدم المصمم الألوان الحارة للتعبير عن أن المنتج يؤخذ ساخناً فالخلفية الأوكر جاءت متوافقة مع غطاء رأس لطفلة وثوبها الأحمر وكذلك منسجمة مع لون إحدى القطط الأكثر تلهفاً هي (القطة الحمراء).

يضع المصمم عناصر التصميم ضمن تكوين فني يجمع بين عناصر المستطيل والمثلث والشكل الدائري المتجلي في أشكال رأس الطفلة، وعاء الحليب، رؤوس القطط الثلاثة.

النظام الجمالي: اعتمد المصمم استخدام اللون الأسود كلون حيادي في الكرسي المذهب يمين التصميم ليرد على لون القط الأسود في يسار المشهد، متحايشاً استخدام الألوان الباردة، وحتى في اختيار ألوان الحروف المتوافقة مع المُصَمَمْ.

٣- تم وضع القطة الملونة في حيز قاعدة المثلث الأيمن للربط البصري والجمالي بين شكلي الملثين المتعاكسين في المشهد العام في الملصق.

٣. العالم المعنوي: Le monde nominal

استخدم المصمم جملة من الرموز والإشارات الرمزية. وفق رسالة ثقافية إلى مستهلكي الألبان وهي رسالة بيعية ثقافية ذات هدف لتركيز ثقة المتلقي بالمواصفات العالية للسلعة من الجوانب الصحية وإثارة روح الأمومة والأبوية نحو الطفل والعطف على الحيوان الأليف الهر الذي هو بدوره يحب الحليب بإثارة عواطف المتلقي بصورة غير مباشرة.

أظهر المصمم هدوء وانتظار القطط الثلاث للتعبير عن أنها حيوانات أليفة لا تستخدم مخالبها في مثل هذا الموقف رغم أنها متلهفة وجائعة بانتظار المكافأة، كما أنه أظهر من الناحية المعنوية والغريزية سيطرة القط الأحمر الذكر ووضع القطة الأنثى الملونة والقط الأسود الذي يأتي دوره ثانوياً في عالم الحيوان الذي يسيطر عليه الذكر الأقوى. (عالم السنوريات) عبر المصمم إشارياً عن انشغال الطفلة بنفسها لكون هذا المنتج هو (لذيذ جداً). متناسية قططها الثلاث التي تحبهم وتعطف وتحنو عليهم.

٤. العالم الممثل Le monde présenté :

يمثل الملصق العلاقة الحميمة بين الإنسان والحيوان، استخدم المصمم صورة ابنته لإنموذج يجتذب فيها الجمهور المتلقي، لتمثيل الرابطة الأسرية وتبادل الثقة بين الجهة المعلنة المصمم الذي تحتسي إبنته الحليب موضوع الإعلان. وهو يمثل دعوة غير مباشرة لشراء هذه السلعة لمن لديه قطط أليفة.

وقد غيب المصمم تمثيل المنتج الحليب أو البقرة، أو الغنمة كما أنه استعاض عنه برموزه وهو وعاء الحليب الذي يُحتسي به، مُظهراً التهم في شرب الحليب وتكالب القطط للوصول إليه بإسلوب واقعي وألوان شفافة محببة تظهر تأثر المصمم أسلوب لوترك وشيريه بهدف الإبقاء على القوة التعبيرية للعناصر الممثلة: الطفلة، الوعاء، القطط في منظور هوائي يظهره اصطفاف القطط النهمة والمتحلية بالصبر.



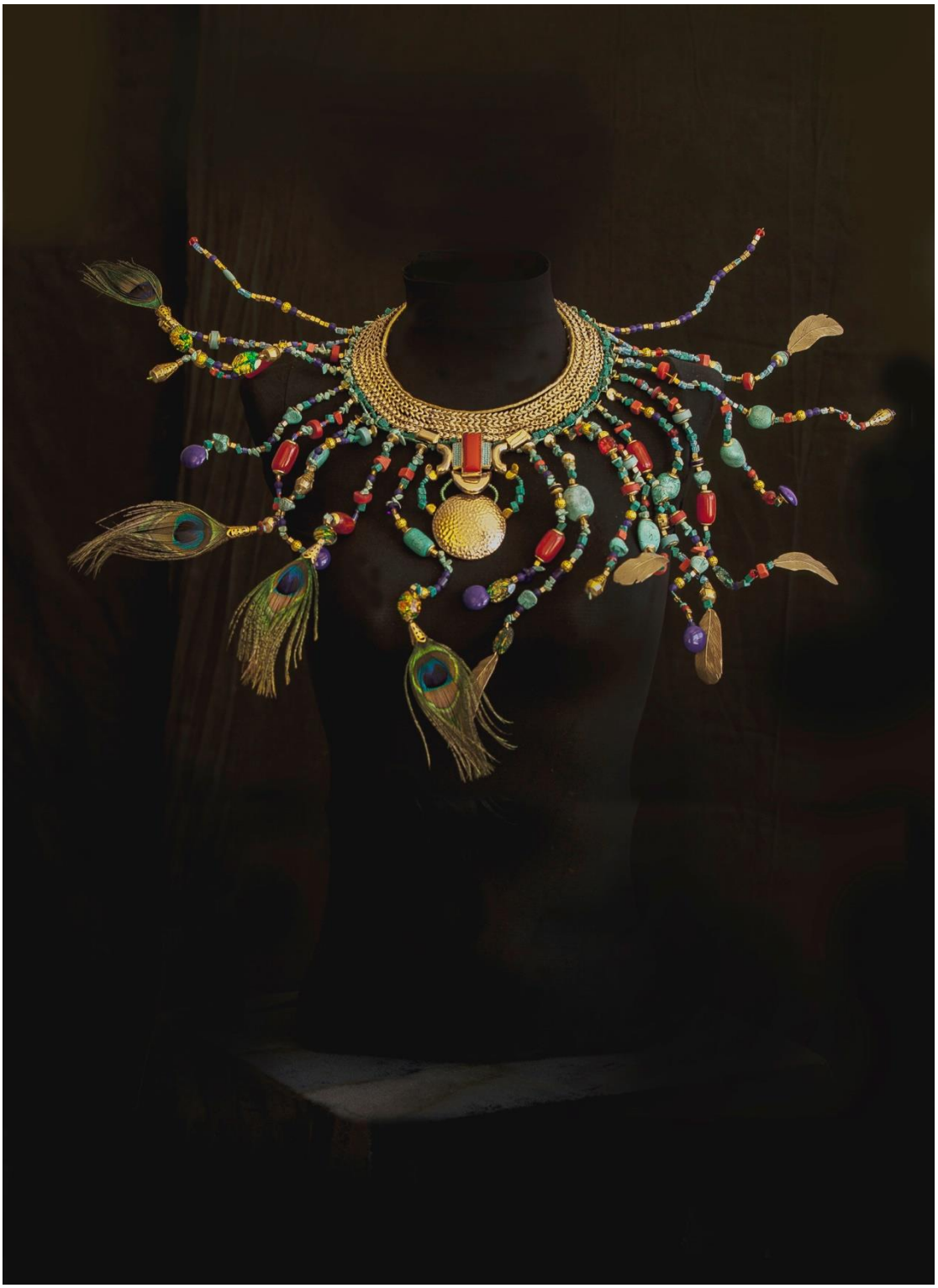
ملصق عن الأجبان للمصمم ستيلين، ١٨٩٦ م

تجربة الباحث الإبداعية

((بعض النماذج من التصميمات الفنية الإبتكارية للباحثة))

((من أصل مايقارب ٣٠ تصميم فني إبداعي))

(التجربة الفنية الإبداعية١)



(التجربة الفنية الإبداعية٢-أ)



(التجربة الفنية الإبداعية٣)



(التجربة الفنية الإبداعية٤)



(التجربة الفنية الإبداعية ٥)



(التجربة الفنية الإبداعية٦)



(التجربة الفنية الإبداعية ٧)



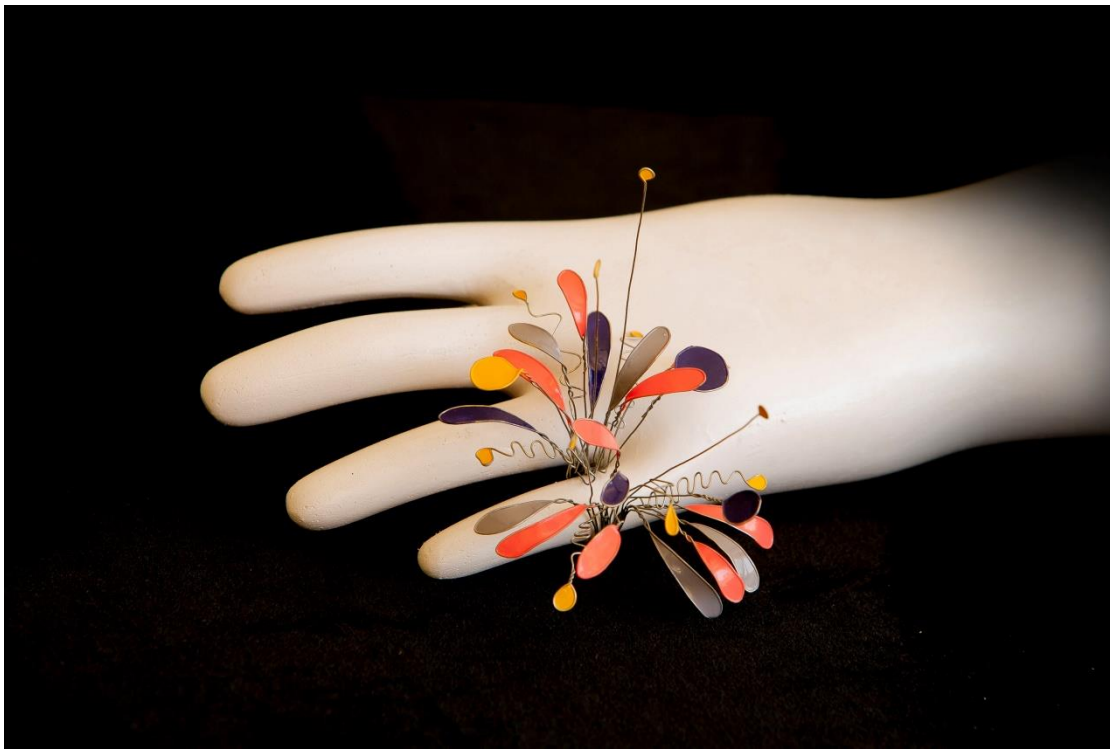
(التجربة الفنية الإبداعية ٨)



(التجربة الفنية الإبداعية ٩)



(التجربة الفنية الإبداعية10)



(التجربة الفنية الإبداعية١١)



(التجربة الفنية الإبداعية12)



(التجربة الفنية الإبداعية١٣)



(التجربة الفنية الإبداعية١٤)



(التجربة الفنية الإبداعية١٥)



في تجربة الباحث

١- تقدم الباحثة نتاجها العملي التطبيقي انطلاقها من نهج بحثها التحليلي الوصفي النمائي لإبداع نماذج فنية ذات منحى تطويري يتعلق بموضوع بحثها، لتضيف إلى نتاجها العلمي إحدى أشكال التصاميم الغرافيكية المتعلقة بمصوغات المرأة. بإسلوب انتقائي وذلك لعراقة بلادنا العربية الواقعة شرق وجنوب البحر الأبيض المتوسط و التي أثرت بشكل واضح على تصاميم أشكال المصوغات العالمية للمرأة.

في محاولة للاعتماد على إبداعاتها الفردية في تجارب ميدانية عملية وتطبيقية ذات جدوى يمكن إضافتها لمصممات غرافيكية فوتوغرافية أو اعتماداً على العرض بوساطة المانيكان الحي أو الصنعي من خلال إنموذج آخر كطرق لعرض منتجها الإبداعي لمصوغات المرأة.

٢- إن ابتكار الباحثة لأشكال فنية جديدة هو محاولة منها لبناء قضية جديدة قد تدفع العديد من العاملين في هذا المجال على المستوى المحلي والعالمي إلى الاجتهاد والابتكار لبناء تركيب قضايا إبداعية جديدة اعتماداً على التاريخ التعاقبي والتطوري لصورة المرأة سريعة التبدل في هذا العصر.

٣- تحاول الباحثة في تصديها لموضوع صورة المرأة بناء قاعدة بيانية عملية وميدانية تطبيقية قد تساهم بدعم إجراءاتها البحثية النظرية في تحليلها الفني الجمالي للعديد من أعمال الفنانين بعض الغرافيكيين الأوروبيين وبعض الغرافيكيين السوريين والعرب. بما لا يتنافى مع مجال تجربتها العملية بتصميم مصوغات للمرأة لمعاصرة وبحثها النظري التطويري. الذي يعتمد على أمهات الأعمال الفنية الغرافيكية لكبار المصممين العالميين.

٤- في التجربة الميدانية التطبيقية تحاول الباحثة إبراز قدراتها الإبداعية واستعداداتها في إبراز الدقة والمهارة لابتكار مصممات حديثة ومعاصرة مستلهمة من التراث المحلي اعتماداً على الحيادية واليقضة في انتقاء التكوينات والمركبَّات ومدى علاقتها الفنية والجمالية مع صورة المرأة المعاصرة. بعد التثبت من الحقائق الفنية والعلمية والجمالية والتشكيلية والإبداعية لتشكلات صورة المرأة التي تكون موضوعاتها جزءاً لا يتجزأ من صورتها أمام المجتمع عبر العصور.

٥- إن حرص الباحثة على ربط إنتاجها البحثي بموضوع تجربتها العملية الميدانية أوجب عليها زيارات متعددة لمتحف دمشق الوطني للإطلاع على المصوغات السورية القديمة وكذلك اطلاعها على المصوغات التي ترتديها النساء العربيات في دولة الحضر والبتراء وتدمر مما أوحى لها أن تقدم ابداعات فنية فردية جاءت نتيجة لتجارب ميدانية استثمرت فيها الباحثة طاقاتها الفردية الإبداعية لاكتساب خبرات جديدة ربما تضيف إلى رصيدها الإبداعي ما يغني التجارب الفنية في خدمة الفرد والمجتمع.

جدول بياني وصفي مقارن يوضح استخدام صورة المرأة في فن الإعلان في أوروبا، شرق وجنوب البحر الأبيض المتوسط

نوع الإعلان	*أوروبا*	*شرق وجنوب البحر الأبيض المتوسط*
إعلان *سينمائي*	يستخدم صورة المرأة بشكل إباحي و يعتمد المصمم على التصوير الغرافيكي في رسم الشخصية وكذلك على الصور الفوتوغرافية الملونة.	يستخدم صورة المرأة بشكل إباحي وبتحفظ -يعتمد على التصوير الغرافيكي في رسم الشخصيات وكذلك على الصور الفوتوغرافية الملونة.
إعلان سياسي	يستخدم صورة المرأة ويظهر دورها في الحربين العالميتين.كالمرأة المقاتلة والمرأة الممرضة والمرأة السياسية .	يظهر صورة المرأة التي تستخدم السلاح لمقاومة الاستعمار ويبدو بشكل محدود إستخدام صورة المرأة السياسية.
إعلان سياحي	يستخدم صورة المرأة لتسويق السلع والتعريف بالأماكن السياحية ويعتمد أكثر على الإعلان عن المتاحف والأماكن السياحية.	يعتمد بشكل رئيسي على صورة المرأة ذات الطابع التقليدي الشعبي .واستخدامها كأنموذج لعرض المنتجات السياحية.
***إعلان* ثقافي**	يتم فيه استخدام المرأة الممثلة المسرحية أو الموسيقية ،أو الفنانة المغنية ، أو الفنانة التشكيلية والمرأة الكاتبة والمفكرة	يستخدم صورة المرأة الممثلة المسرحية والفنانة المغنية أو الفنانة التشكيلية ولكن بشكل مقنن ومحدود.
إعلان تسويقي تجاري	يستخدم صورة المرأة للإعلان عن السلع الاستهلاكية الغذائية والمنتجات الصناعية. والتجارية	يستخدم صورة المرأة بشكل محدود ويتقيد بقواعد الحشمة إلا في الإعلانات الأوروبية المستوردة (المستنسخة)
إعلان اللوغو والطوابع والنقود	يستخدم صورة المرأة بشكل محدود إلا في بعض الشركات او المؤسسات التي تهتم بنشاط المرأة.	لايستخدم صورة المرأة في فن اللوغو.
الرسوم المتحركة والكاريكاتور	يستخدم صورة المرأة وفقاً للقصة والموضوع الخاص بالكبار والصغار والكاريكاتور الفكاهي	يستخدم صورة المرأة وفقاً للقصة والموضوع الموجه للكبار والصغار والكاريكاتور الفكاهي
تبضيع المنتجات	يستخدم صورة المرأة بحدود الهدف المراد منه تسويق المنتج التجاري لايتقيد بالحشمة	يستخدم صورة المرأة نادرة إلا في حدود التبضيع الجاهز والمستورد في أوروبا
الإعلانات الصحفية	يستخدم صورة المرأة بأساليب منافية للحشمة، ويغلب على هذه الإعلانات الأهداف التسويقية وفق نوع الإعلان	تظهر فيه بعض الصور المقلدة للمجتمع الغربي ، باستثناء صور بعض الممثلات او الفتيان ولكن أقل إباحية من الصحف الغربية ووفقاً لنوع الصحف وأهدافها

نتائج البحث

أولاً – في البعد التعبيري التاريخي:

١. لقد تعرض البحث في مختلف سياقاته لمواضيع فسرت التغيرات المختلفة والمتناقضة لصورة المرأة عبر العصور، إلا أن العديد من تلك الصور غيب عن قصد أو دون قصد التعبير عن البناء النفسي والروحي لكيانية تلك الصورة مما أوصل الباحثة إلى ما يلي:

- لم تكن صورة المرأة متجلية في الرسوم الجدارية في الفنون البدائية قبل التاريخ لكون المرأة كانت متفرغة للعناية بالصغار وحراسة الشيوخ في الكهف.
- وتجلت صورة المرأة بداية في الفنون المجسمة في الدمى الطينية التي تم اكتشافها في طمائر تم اكتشافها في كل من فلسطين وريف دمشق وحمص وجزيرة الفرات السورية، في صورة المرأة الأم، الآلهة عشتار الآلهة العذراء.

٢. ظهرت صورة المرأة في الدمى الرافدية كآلهة عارية بعيداً عن التعبير المنافي للحشمة، كما هو الحال في فنون الأمم الأخرى.

كانت صورة المرأة جلية في جداريات الفن المصري القديم والفن الإغريقي والروماني ولم تظهر عند الآشوريين على سبيل المثال في فنونهم الجدارية وذلك وفق مكانتها الاجتماعية في بلاد الرافدين.

٣. بدت صورة المرأة القديسة أو السيدة العذراء في فنون عصر النهضة الأوروبية، كما أنها ظهرت بصورة السيدة الأميرة أو إعلان أو الآلهة وخاصة في الأعمال الجدارية الفريسك والموزاييك.

٤. تعتبر الحركة الرومانسية في الفن التي تزعمها الفنان دولا كروا البدايات الأولى للاهتمام بصورة المرأة بعد لوحة الجوكندا التي أنتجها الفنان ليوناردو دافنشي وذلك في لوحته الخاصة بالمراة بعنوان (نسوة جزائريات).

ثانياً – في البعد التقاني:

١- يعتبر الفنان إدغار دوغا الذي رسم المرأة بتقانات الرسم بألوان الباستيل أو الألوان الحوارية أول من اهتم باختزال المساحات وتلخيص الملامح ليسهل استخدامها لاحقاً في فن الإعلان الجداري (ملصق Postar)، مما مهد لظهور فن إعلان مستقل في كل من ملصقات تولوز لوترك وجول شيريه وغيرهما، الذين مهدوا لفن الإعلان الحديث والمعاصر في القرن العشرين أمثال: بيتر ماكس، وإبريل غريمان وباولا شير، وماكوتو سيتو، وغيرهم من المصممين الغرافيكين المعاصرين. الذين استخدموا صورة كإنموذج في إعلاناتهم.

٢- أدى ظهور النظريات والمصطلحات الفنية القديمة والحديثة إلى تطور واضح في الرؤية الفنية مما ساهم بانتقال صورة المرأة من مفاهيم الفن التشكيلي والفن الغرافيكي (الحفر) إلى مفاهيم أخرى هي مفاهيم التصميم الغرافيكي Disigne Graphique.

٣- وأدى اكتشاف العلماء لتحليل الضوء وابتكار الدائرة اللونية إلى ظهور نظريتي التحليل الضوئي ونظرية الدائرة اللونية مما أغنى التفكير الإبداعي بمنظومات لونية جديدة وكذلك انتشار المطبوعات اليابانية مما انعكس على تنوع أشكال صورة المرأة في المصممات الغرافيكية.

٤- أثرت حركة الآرت نوفو Art Nouveau بأساليبها الزخرفية وصيغها التشكيلية إلى ابتكار صور جديدة بمساحات مبسطة وألوان زاهية دلفت إلى فن الإعلان المعاصر.

وإن للفنان الرسام غوستاف كليمت النمساوي الأصل الذي قام بتشكيل جمعية للفنانين عرفت باسم (جمعية الفنانين المنعزلة) Setion في بلجيكا والتي قادها بعيداً عن الأنماط التقليدية لإظهار قدَّمَ صورة المرأة بصور تمثيلية تعدت المفاهيم التقليديةإلى مفاهيم فن الإعلان في القرن العشرين.

٥- أصبح استخدام الحروفية التي أصبحت تَصنَّع وتُسَّوق بجهود كل من أوتوغنر Ottowgner والمصمم كولمان موزر Koloman Moser وكلاهما أستاذان في مدرسة الفنون والحرف في فينا الأثر الكبير في دخول الحروفية اللاتينية في نطاق صور الإعلانات التي تعتمد المرأة كإنموذج لهذا الفن.

٦- وإن لإنتشار وذيوع مجلة (النبع المقدس Sacredsphing) جعلها (أيقونة غرافيكية) بشكلها المربع لبورتريه إمرأة منفذة بلونين وقد امتزجت خصل شعرها بأشكال ورود بلدية أن قدمت شكلاً جديداً ومبتكراً لنوع جديد لصورة المرأة على يد المصمم الفريد رولر A. Roler عام ١٨٩٩ الذي أعطى إنموذجاً صارخاً لفن إعلان القرن العشرين.

٧- لقد ساهم التقدم العلمي بدعم التصميم الغرافيكي بدءاً من تحليل لضوء ، إكتشاف التبلور، إبتكار الطباعة، التصوير الفوتوغرافي، ظهور السينما و الأفلام الملونة، إبتكار الحاسوب، إختراع الأنترنت، وكذلك تطور الجوانب التطبيقية في إظهار أشكال جديدة لصورة المرأة إعتماداً على تطبيقات فنية جديدة للوسائط المتعددة والوسائط الفائقة الملتميديا و الهيبرميديا.

ثالثاً – في البعد الفكري والاجتماعي:

١- أدى تسابق شركات ومؤسسات الإنتاج الإعلامي لترويج بيع السلع في أوروبا كالأزياء ومستحضرات التجميل والأثاث والكهرباء وبعض المنتجات التجارية إلى انتشار نماذج تصميمه تمثل صورة المرأة في حالاتها المجتمعية بوساطة النماذج أو الأمشق (المانيكان) الصناعي Manikane الذي استخدم لأول مرة في التاريخ في دولة الحضر في البلاد العربية ٣٠٠ ق.م. قد وُلد مجدداً بصورة أكبر ليعم جميع دول العالم.

٢- دأب علماء النفس بتمويل من بعض شركات الإنتاج التجاري بتقديم أبحاث ودراسات لابتكار خطط وحملات إعلانية منافسة كان للمرأة دور هام في نماذج إعلاناتها، وذلك دون النظر إلى البعد النفسي والاجتماعي للمرأة التي تتلقى تلك السلع، خاصة في إعلانات قد تمس كرامة المرأة، ومكانتها الاجتماعية في أوروبا والعالم. مثل (الإعلانات الدماغية)

٣- أما في شرق وجنوب البحر الأبيض المتوسط بقيت صورة المرأة في جميع الإعلانات والمصممات الغرافيكية تقلد المصممات الأوروبية وخاصة الإعلانات الخاصة بالسلع التي تستخدمها المرأة.

إلا أنها بقيت محافظة نسبياً على التقاليد والأعراف في بعض الدول غير المتشاطئة على البحر الأبيض المتوسط مما أثر أيضاً على الصيغ الإعلانية لصورة المرأة في شرق وجنوب البحر الأبيض المتوسط الذي يسير بموازاة تطورات فن الإعلان الغربي باستنساخه أو تقليده. ولا زال فن الإعلان في سورية لا بأخذ دوره الحقيقي ويميل غالب المصممين إلى إنتاج لوحات فنية تشكيلية لضعف الطلب على المصممات الغرافيكية لانتشار شركات إعلان هجينة في السوق المحلية. دون حماية لهذا الاختصاص.

<u>خلاصة النتائج:</u>

لقد وصل البحث في مراحله المختلفة لاستجلاء الصور المتنوعة والمتناقضة أحياناً لصورة المرأة كعنصر بصري في الفن الغرافيكي الذي جاء خلاصة للتطور التاريخي للمجتمع البشري ورسالة إبلاغية كثيراً ما تحمل بين طياتها القيم الروحية والعاطفية والفنية والجمالية والتقانية بأساليب هي ذات أهداف أحياناً إلا أن التقدم التقاني الذي يشهده العصر يقدم دائماً الابتكارات والأساليب الحديثة التي تؤثر بشكل مباشر على تطور وتبدل تلك الصورة التي هي الأكثر امتهاناً لقابليتها التصدير السهل والمُصنَّعْ بمخيلة العالم الذكوري المسيطر الذي ينظر إلى المرأة كإنموذج في التصميم الغرافيكي كأي عنصر مادي يستخدم في وسائل الإعلان المختلفة.

وإن القوة الصناعية والتجارية لا يمكن أن تؤتي أكلها دون حملات إعلانية ذكية وناجحة تحفظ البعد النفسي والاجتماعي للمرأة التي تتلقى السلع.

كما أن صورة المرأة ومنذ نشأتها ال

أولى على جدران الكهوف إلى هذا اليوم كانت ولا تزال تتأثر بعوامل الصراع بين مفهومي الشكل والمضمون مما يؤدي إلى تنوع أشكالها ومظاهرها أو إلى تمثيلها بإنموذجٍ بديل عنها أو إخفائها كلياً من فن الإعلان والتصميمات الغرافيكية المعاصرة.

توصيات البحث

- يقع على عاتق الجامعات السورية دعم الدراسات والأبحاث العلمية لوضع مناهج متطورة للحملات الإعلانية الهادفة لوضع صورة المرأة في حالتها المجتمعية الإيجابية لتأخذ المرأة دورها الحقيقي في مؤسسات الإنتاج الإعلامي المعاصر.
- الاهتمام بمحو الأمية البصرية لترقية الذائقة الجمالية للمرأة. كونها عضو هام في المنظومة التربوية في المجتمع السوري المعاصر.
- أن تأخذ المرأة دورها الحقيقي والإيجابي البناء في فن الإعلان المعاصر.
- مناهضة الأساليب التي تستغل المرأة كإنموذج إعلاني غرافيكي. يتنافى مع دورها ومكانتها الإنسانية في المجتمع.
- إحداث (المتحف الوطني للفنانات السوريات) لإظهار دور المرأة السورية المبدعة في مجال الفنون الجميلة وخاصة فن الإعلان.
- توزيع عدة نسخ من هذا البحث إلى مراكز النشاط الاجتماعي للمجتمع المدني التي تعنى في الفنون الجميلة والتطبيقية والتربية الفنية لفتح آفاق جديدة لدراسات وبحوث علمية في هذا المجال.
- توصي الباحثة بإحداث أو افتتاح مختبر للوسائط المتعددة Multimidia وإحداث ورشة لإنتاج المصممات الغرافيكية ذات العلاقة بفن المصممات الدقيقة. مثل: تصميم المصوغات واللوغوات، والماركات.... لخلق فرص عمل جديدة في السوق المحلية والعالمية.

ملحقات البحث

١- فهرس الأسماء والأعلام

٢- فهرس التواريخ

٣- ملحق المصطلحات باللغة العربية، الانكليزية، الفرنسية

٤- ملحق المراجع باللغة العربية والأجنبية

٥- ملخص البحث باللغتين العربية والأجنبية

فهرس الأسماء والأعلام

الاسم	الصفحة	الاسم	الصفحة
جلغامش: بطل أسطوري رافدي رفض الزواج من الآلهة أفرديني الآلهة الرحيمة والموحية بالخصب وهي الأم العذراء المقدسة، وهو الذي مثل الوحش هام يايا.		اليوغا: هي إحدى الاتجاهات الفلسفية الرياضية مشتقة من جدارها اللغوي Yuj يوج الذي يعني ارتبط اتصل toyoga الهدف منها الوصول إلى السعادة الحقيقية وخلاص النفس من آلام الحياة	٦٣
تيامات Tiamat آلهة البحر والمياه المالحة		عشتروت أو أستاري الاسم الفينيقي (أشتار) وهي في مكان آلهة الطهر وبمكان آخر آلهة للفجور والحب الشهواني وعند اليونانيين آفروديت.	٦٥
نانشي آلهة السمك وصيد الأسماك تهتم بالإنصاف والعدل عند الرافديين وهي ابنة آنكي.		نيكولا بوسان Nicola Poussin فنان فرنسي ولد في النورماندي قرب الأنداليز من أسرة فلاحية ذات علاقة بالطبقات النبيلة رسم المرأة بمواضيع كلاسيكية تأثر بالأعمال الغرافيكية لرفائيلو، اهتم باللوحات التي تظهر جمال وفتنة المرأة ومن لوحاته (خطف السابينيات)	٧٤
ايبلا: مدينة وموقع أثري سوري لها أبجديتها. وهناك مدينة في جنوب غرب السعودية في السعودية في بيشة (إثنية) موقع أثري اسمه عبلاء أي إيبلا		إدغار دوغا Eodgar Dogas فنان فرنسي رسم الأماكن المغلقة مثل السيرك والملاهي ونوادي رقص الباليه ولد عام ١٨٣٤ توفي عام ١٩١٧ رسم الموسيقي والراقصين.	٧٦
الليدي آن بلنت رحالة إنكليزية زارت كل من سورية ولبنان والعراق والسعودية ومصر، لها عدة مؤلفات ومنها قبائل وبدو الفرات عام ١٨٧٨م		بول سيزان Paul Cézanne رسم الطبيعة بألوان هادئة صافية أسس البناء التشكيلي المعماري للتكوين الفني في اللوحة الحديثة	

كورا Kora وتعني العذراء الإلهية وهو أحد أسماء الآلهة اليونانية		بول غوغان Paul Gauguin فنان باريس ترك حياة الثراء في باريس ليعيش حياة بدائية في جزر المارتينيك الذي سخّر بطبيعتها وهو مؤسس الاتجاه الوحشي في الفن	
برسيفوني Persephone وهي ابنة الآلهة ديمتري وتظهر على شكل فتاة أو حورية بحر.		لايارد layard منقب آثار بريطاني للآثار الرافدية في العراق	
البارون (دي كوبرتان) باحث الألعاب الأولمبية الحديثة، ورئيس اللجنة الأولمبية الدولية قدّم استقالته عندما سمح لـ ١٢ إمرأة من ٤ دول بالاشتراك في دورة باريس عام ١٩٠٠م في مباريات التنس والغولف.		فلاديمير لين: أحد مؤسسي النظرية الشيوعية هو وكارل ماركس في روسيا	
يول غوغان Paul Gauyuin "رسم نساء تاهيتي". فنان انطباعي غادر فرنسا إلى جزر تاهيتي مهد لظهور الاتجاه الوحشي في الفن		ليوناردو دافنشي أحد فناني عصر النهضة في إيطاليا رسم لوحة الجوكاندا الموناليزا	
غيتاريرو Guitarero لوحة فاز بها الفنان /مانيه/ بلقب الشرف صالون باريس عام ١٨٦٣ ، له لوحة الفن على الخشب يتصدرها امرأة عارية أثارت جدلاً في حينها			

آميدو موديلياني Aedéo Modiyliani فنان إيطالي له أسلوب التعبيري الخاص الذي يعتمد على إطالة الملامح والوجوه رسم المرأة		غرابيوس: حركة في التصميم الغرافيكي ظهر في فرنسا للاشتراكيين الفرنسيين في النصف الثاني من القرن العشرين Grapus	
هنري تولوز لوترك Lutrec فنان انطباعي كان يرسم نساء الليل والحانات		الثعالبي: أبي منصور عبد الملك الثعالبي أحد علماء فقه اللغة العرب له مؤلف "فقه اللغة".	
ماري كاسات: فنانة انطباعية Cassat من أصل أمريكي من بنسلفانيا عاشت حياتها في باريس – فرنسا عملت مع الفنان ديغا وصادقته.		إنانا: آلهة سورية قديمة تعود للفينيقيين	
إدوارد تايلور E. Taylor عالم انتربولوجي بريطاني ابتكر مصطلح ثقافة وحضارة		إيلي مليكو أحد الخطاطين الكاليغرافيين السوريين في العصر الفينيقي له تركة أدبية	
القلقشندي ومؤرخ ومفكر وعالم أنساب مصري من الاسكندرية وهو أحمد القلقشندي ١٣٥٥–١٤١٨ نسبة إلى قلقشنده في القليوبية بمصر له مؤلف (صبح الأعشى في صناعة الإنشا)		تيامات: Tiamat الآلهة الأنثى عند الرافديين آلهة البحر والمياه	
ابن وحشية النبطي الكلداني العراقي دون مخطوطته عام ٢٤١هـ بعنوان (شوق المستهام في معرفة رموز الأقلام) المحفوظة في المتحف البريطاني تحت رقم 440-H17 "الأكرفونية"		بيجماليون: Pygmalion نحات سوري اسطوري يحكي قصة اسم جزيرة قبرص، أحب تمثال إمرأة صنعه لنفسه لدرجة الجنون.	
جوزيف هامر مؤرخ بريطاني ترجم مخطوطة ابن وحشية إلى الإنكليزية عام ١٨٠٦ م وقد احتوت على أنواع الخطوط المستخدمة في شرق المتوسط ، سوريا والعراق.		ميدي Midi جنوب فرنسا مكان يؤمه الفرنسيون للاصطياف على شاطئ البحر الأبيض المتوسط أهم مدنه مدينة بنفس مدينة الساحل اللازوردي	

الآلهة الأم وهو تمثال عاري في الديانات السورية Mother Goddess تجسد عنصر النماء في الطبيعة وهي صانعة الحياة عند السوريين القدماء.		إدغار دوغا Edgar Degas فنان فرنسي كان يرسم النساء وفتيات السيرك من الانطباعيين	
بول سيزان Paul Cézanne فنان انطباعي أسس لمفاهيم الاتجاه التكعيبي رسم المرأة بأسلوب مبسط.		كامي بيسارو Camille Pissarro من الفنانين الانطباعيين من ذوي الأسلوب التنقيطي ، تتصدر صور النساء لوحاته.	
دولا فرانشيسكا من فناني عصر النهضة Piro Della Francesca من أعلام الفن وسط إيطاليا، كان تلميذاً لمزاتشيو، تنقل وسط إيطاليا، يتميز أسلوبه بالخطوط الرقيقة والألوان الشفافة		بوسان ، فنان فرنسي Nicolas Poussim ولد في حزيران عام ١٥٩٤ في النورماندي، من أسرة فلاحية لها علاقة بالطبقات البورجوازية يرسم اللوحات التي جمال وفتنة المرأة	
أنجيلو كوزيمو ١٥٠٣-١٥٧٢ Branzimo Angelo تخصص في المواضيع الشخصية ومن أهم مواضيعه عن المرأة، وهو كوزيمو مديشي من عائلة مديشي.		بيجماليون نحات سوري Pygmalion شخصية أسطورية وقع في حب تمثال صنعه لدرجة الجنون فأهدته الآلهة عشتروت بنتاً تشبه التمثال وولدت له طفلاً اسمه بافوس وهو اسم جزيرة قبرص.	
جوهانز جوتنبرغ Johannes Gutenberg هو مخترع الطباعة الآلية عضو نقابة الصاغة في مدينة في ألمانيا Mainz		جون ديوي John Dewey فيلسوف ومنظر أمريكي	
أبجدية الجوثيك Guthic ابتكرها جوتنبرغ وهي الحروف المعدة للطباعة الآلية.		لويس لوميير، ابن صناعي من مدينة لندن، فرنسا، تمكن هو وأخوه أرغست من صناعة الأفلام السينمائية وعرض أول فيلم سينمائي في العالم، في القاعة الهندية المقهى الكبير في باريس / ١٨٩٥م	

فهرس التواريخ

عام ١٩٣٦ تأسست كلية ا لفنون الجميلة في مصر، جامعة حلوان	
عام ١٩٥٠ تأسست كلية الفنون الجميلة في العراق، جامعة بغداد	
عام ١٩٦١ تأسست كلية الفنون الجميلة في سورية، جامعة دمشق	
عام ٣٢٠٠-٣٠٠٠ ق.م دور الوركاء في التاريخ الرافدي	
عام ٢٠٠٠٠-١٠٠٠٠ ق.م، العصر الحجري الحديث	
عام ١٥٩٤ في شهر حزيران ولد الفنان الفرنسي نيكول بوسان	
عام ١٥١٨ ظهر أول إعلان صحفي في فرنسا أن قام أحد الباريزيين، أن جلّد مع كتبه أسماء من قرأوا كتبه	
عام ١٦١٢ ، صدرت أول صحيفة دورية في باريس فرنسا	
عام ١٧٠٢ ظهرت أول صحيفة يومية صدرت في لندن في أول ديسمبر	
عام ١٧٩٩ نال عامل من إيسون يدعى (روبير) جائزة لأنه صمم أول آلة لتصنيع الورق، وتركه لـ (فرانسوا أمبرواز) الذي باعه إلى إنكلترا	
عام ١٥٠٥ /٢ شباط/ طُبع أول كتاب باللغة العربية على يد الملك الإسباني فرديناند وزوجته الملكة إيزابيلا.	
عام ١٩٣٩ على يدي إثنين وهما: وليم هيوليت، وديفيد بكارد وهم أسماء في نشأة صناعة الكمبيوتر تم إنشاء أول مصنع لتصنيع أول رقيقة سيليكونية ظهرت في العالم	
عام ١٩٧١ تم إرسال أول بريد الكتروني في العالم على يد باحثين من جامعة ستانفورد	
عام ١٩٧٦ أرسلت ملكة بريطانيا أول رسالة بريد الكتروني	
عام ١٩٩٤ عرضت المصممة الأوروبية باولا شير Paula Sher إعلانها حول (العنف ضد المرأة)	
عام ١٤٧٧ ظهر أول ملصق طبعه وليم كاكستون يمتدح به العلاج بالحرارة في مدينة سالسبوري	
عام ١٨٤٦ انتشرت الإعلانات الملونة بوساطة الليثوغرافي وظهرت المطابع الكبيرة الممكنة في أوروبا	
عام ١٥٠٢ صدرت أول جريدة مطبوعة في ألمانيا تسمى Nine Zeytung	
عام ١٤٨٢ عُرف أول ملصق جداري مطبوع في فرنسا نفذه الفرنسي (جان دويره) بمناسبة عيد الغفران الكبير للسيدة العذراء	

عام ١٩٠٣ أصبح تسويق الحرف الطباعي ممكناً على يد مساعد أوتو وغنر Otto Wgner وهو جوزيف هوفمان Josef Hoffmann	
عام ١٨٩٥ تعرض لأول مرة الدوق (داركو) لقضية المرأة في المجتمع في كتابه (تحرير المرأة).	
عام ١٩١٩–١٩٢٨ ظهرت مدرسة الباوهاوس في أوروبا ثم انتقلت فيما بعد إلى الولايات المتحدة الأمريكية	
عام ١٩٢٦ ظهر أول فيلم رسوم متحركة في ألمانيا على يد الألمانية (لوت راينغر) بعنوان (مغامرات الأمير أحمد) وهو مستوحى من قصص ألف ليلة وليلة.	
عام ١٩٣٦ أول فيلم كرتوني أنتجه والت ديزني اسم الفيلم (سنوايت والأقزام السبعة)	
عام ١٩١٧ أول فيلم كرتوني أرجنتيني قام به بعنوان Elapstrol قام به (دون فيدر كوفالي)	
عام ١٩٠٧ ظهرت أول صحيفة في البلاد العربية وأول من أطلق عليها اسم (جريدة) هو (أحمد لطفي السيد) وهي جمع جرائد (سعف النخيل) وقد حجبت هذه الجريدة عام ١٩١٥ وذلك لأنه قديماً كان يكتب على أوراق النخيل.	
عام ١٩٢٧ ظهر أول فيلم ناطق وهو تحت اسم (مغني الجاز) حيث تم تحقيق التزامن بين الشريط السينمائي وإسطوانة الصوت المسجلة، وهكذا انتهت السينما الصامتة	
عام ١٥٨٥ ظهر أول رسم كاريكاتوري في صحيفة للرسام الإيطالي (انيبال كارتشي) الذي يعتقد أنه أطلق عليه اسم كاريكاتور نسبة إلى اسمه (أي أسلوب كراتشي)	

فهرس المصطلحات الفنية

إنكليزي		فرنسي	
صورة المرأة	Woman portrait	متعددات العلوم والفنون	Polytechnique
التصميم الغرافيكي	Graphic de sign	نموذج	Module
علم الإنسان	Antheropology	الفن الحديث	L'art modern
التغذية الراجعة	Feed back	الولادة	La naissance
المخرجات	Outputs	الديموقراطية	La democratie
النظام	Process	إغريقي	Grecque
المُدخلات	Inputs	أمهات أعمال الفن	Chefs d'auvre de l'art
الدراسة النمائية	Developmental/studie	الشرق	L'orient
عينات مقصودة	Purposive sampls	التصوير الحديث	La penture modern
أوروبا	Europe	مقدمة	Avant-propos
إجراءات	Proce dures	الإدراك الفني	La perception artistique
عينات البحث	Research sampls	المعرفة	La phynomonology
عينات عشوائية	Random samples	واقعي	Fuguratife
مقابلات	Intreviews	قريب من الواقع	Prés figuratife
المدخل	Introduction	الإنموذج	La module
علم التوجيه	Sybernétique	انثروبولوجي	Anthropology
ثقافة	Cuplture	ثقافة	Culture
تكعيبية	Cubism	حضارة	civilization

فرنسي		إنكليزي	
La calligraphy	فن الخط	Poster	ملصق جداري
Syimétrique	سيمتري التخطيطي	Logo	لوغو
Symbolique	رمزي	Camera	آلة تصوير الفوتوغرافي
Expressionniste	تعبيري	Visul communication	الاتصال البصري
Abestrait	تجريدي	Goddessoffertility	آلهة الخصب
Décoratiphe	زخرفي	Female deities	الآلهة الأنثى
Art graphique	الفن الغرافيكي	Phenomenology	الظاهراتية
La musique	الموسيقى	Intentionality	القصدية
La chinography	فن المسرح	Enthatem- Epochesich	تعليق الحكم
Le camer	الكاميرا آلة تصوير الضوئي	Experience	الخبرة
Le tablau	اللوحة	Phenomological reduction	الرد الظاهراتي
L'impressionnisme	الاتجاه الانطباعي	Essence	الماهية
La littarature	الأدب	Intersubjectivite	الذاتية البيئية
Letter	صرف	Apodeietic	اليقيني
Figure	صورة	Writing	الكتابة
Lettrag	الترقيم بالحروف	Satellite	الوسائل الصناعية
Sybernétique	علم التوجيه	Fiberes optique	ألياف بصرية
Port rait	صورة	Mimitel	جهاز لاستقبال الرسائل وإرسالها
Robustes	قويات ممتلئات	Computer	الحاصوب
Portays	الصور النصفية	World	عالم

فرنسي		إنكليزي	
Robaste	إمرأة ذات صحة ممتلئة	Communication	الاتصال
Midi	منطقة المحيدي جنوب فرنسا	Transaction theory	النظرية التفاعلية
Ornament	زركشة	Image	صورة
Daphne	شجرة الفار في اليونانية إله إغريقي	The observer	المدّرك
Inanna	آلهة بابلية	Visual perception	الإدراك البصري
Portrait	صورة	Écologie	البيئة
La manierisme	النهجية	Asthetic portress	الصفات الجمالية
Sybermétique	علم التوجيه	The advertisimg objective	هدف الإعلان
Gazette des beaux	مجلات الفنون	The taget audience	الجمهور المستهدف
La vision conference	الاجتماع الحواري البعدي (الصوت والصورة)	The creative promise	الوعد الابتكاري الإعلاني
Les autoroutes de l'informations	الطرق السريعة للمعلومات	The back up clain	دعم الادعاء الإعلاني
Les relations matualles	العلاقات التبادلية	The (tume)	النبرة الإعلانية
La théorie Ecologique	النظرية البيئية	The happening art	النزعة الحدوثية
Estetique	علم الجمال	Formalism	النزعة الشكلية
Art gravure	فن الحفر	Conceptual art	الفن المفاهيمي
Graphic	طريقة كتابة الكلمة	Magnetic tape	شريط ممغنط
graphologie	دراسة الخط للاستدلال على الشخصية صاحب الخط	Gaime	لعبة رقمية
phenominal	/ظاهراتي	Hard – disks	أقراص صلبة

فرنسي		إنكليزي	
Communication	اتصال	Print making	التصميم المطبوع
Illustration	الرسم الإيضاحي	Graphic art	الفن الغرافيكي
Propaganda	جملة إعلانية	Xylographi	النقش على الخشب
Fame d'interceure	سيدة المنزل الغير عاملة	Media media	وسائل متعددة
Affiche	ملصق جداري	Hue	أصل اللون
Caricatures	الرسوم الهزلية	Saturation	تركيز اللون
Digital thechnology	التقانة الرقمية	Brighten	نصاعة اللون
Manikine	مانيكان (مشق)	Poster	ملصق
L'idée	الفكرة	Hypermedia	الوسائط الفائقة عبر الانترنيت
Naquillage	مستحضرات تجميل	Analogue technology	التقانة التناظرية
Manikine	المشق	Film based photoghraphy	الفوتوغرافية الفيلمية
Typoyraphie	الطباعة المنضدة	Digital photography	التصوير الرقمي
Art graffiti	فن العامة	Pixels	نقاط ضوئية الكترونية
Présental	مُمثلْ	Bitmappeds images	صور نقطية
Artistique	فني	Analoge images	حالة تناظرية
abstrait	تجريد	Digital forma	شكل رقمي

المراجع العربية:

١- مدخل إلى علم الإنسان الإنتربولوجيا، د. عيسى الشماس، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، ٢٠٠٤.

٢- الإنتربولوجيا وتنمية المجتمعات المحلية، منشورات وزارة الثقافة ، سورية، ٢٠٠١م.

٣- موسوعة الخط العربي، أيمن عبد السلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، ٢٠٠٠م.

٤- مصور الخط العربي، زين الدين المصِرف، ناجي مكتبة النهضة، بغداد، العراق، ١٩٨٠م.

٥- الذاكرة الأولى، د. عبد الحكيم ذنون، دار المعرفة، ط٢، سورية، دمشق، ١٩٩٣م.

٦- المؤلفات الكاملة فلاديمير لينين مجلد ١٨.

٧- الشعور الجمالي ومؤلف الفن، يولداشيف، ترجمة، زياد الملاح، ١٩٨٤م.

٨- علم الجمال، أ.ف.ف هيغل، مجلد١١.

٩- سيكولوجيا العقل البشري، عويضة كامل محمد، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ١٩٧٦م.

١٠- المعجم المدرسي، محمد خير أبو حرب، دمشق، وزارة التربية، ١٩٨٥م.

١١- المورد الوسيط، انكليزي عربي، منير البعلبكي، دار العلم للملايين، بيروت، ٢٠٠٢.

١٢- قاموس المستقبل ، فرنسي، عربي، د. رؤوف سلامة موسى، القاهرة، مصر، ١٩٩٢م.

١٣- قاموس المنهل، فرنسي عربي، د. جبور عبد النور، د. سهيل إدريس، بيروت، لبنان، ط٢، دار العلم للملايين، ١٩٩٦.

١٤- فصول عن المرأة، الهادي العلوي، دار الكنوز الأدبية، بيروت، لبنان، ط١، ١٩٦٦م.

١٥- فقه اللغة، أبي منصور عبد الملك بن محمد الثعالبي، المكتبة التجارية الكبرى، مطبعة الاستقامة، مصر، القاهرة ١٩٥٧م.

١٦- نصوص الشرق القديم، فراس السواح، دار علاء الدين ، دمشق، ٢٠٠٦م.

١٧- المرأة بين البدائية المشاعية إلى القرن الواحد والعشرين، نذير جزماتي، دار النور، دمشق، ٢٠١٣م.

١٨- قصة الفن التشكيلي، العالم القديم، د. محمد عزت مصطفى، دار المعارف، مصر، ١٩٦٠م.

١٩- المجتمع البدوي، محمد الخطيب، دار علاء الدين، دمشق، سورية، ٢٠٠٨م.

٢٠- تاريخ التصميم الغرافيكي، أ.م.د. أحمد يازجي، منشورات جامعة دمشق، ٢٠١٢م.

٢١- شمال وجنوب، د. عفيف بهنسي، دار الثقافة للإعلام، الشارقة، ٢٠٠١م.

٢٢- أحمد وصفي زكريا، عشائر الشام.

٢٣- فن النقش بالحناء، مايسه الشرنوبي، مكتبة ابن سينا، مصر الجديدة، القاهرة.

٢٤- التشكيل المغربي، محمد أديب السلاوي، منشورات وزارة الثقافة ، دمشق، سورية، ١٩٨٧م.

٢٥- الحضر مدينة الشمس، الباحثان د. فؤاد سفر، د. مصطفى محمد علي ، وزارة الإعلام ا لعراقية، ١٩٧٩م.
٢٦- عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مج٢٤، د. نزار عيون السود، ١٩٩٧م.
٢٧- تاريخ التربية الفنية ونظرياتها، د. محمود أبو العباس، الرياض، السعودية، وزارة التربية والتعليم، ٢٠٠٥م.
٢٨- اتجاهات الفنون التشكيلية المعاصرة، د. عفيف بهنسي، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، سورية، ١٩٦٠م.
٢٩- تاريخ الفن، عفيف بهنسي، مطبعة الشركة العربية، ١٣٨٦هـ ، دمشق، سورية، ١٩٦٩م.
٣٠- الفن الحديث، رجاله، آثاره، مدارسه التربوية، د. محمود بسيوني، دار المعارف ، مصر، ١٩٥٧م.
٣١- اتجاهات الفنون التشكيلية المعاصرة، د. عفيف بهنسي ، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، سورية، ١٩٦٠م.
٣٢- مجلة دار الفكر، مج٢٦، عدد٢، اكتوبر – سبتمبر ١٩٩٧، د. علي اللواتي، الكويت.
٣٣- فن الضوء، د. ماهر راضي ، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، سورية، ٢٠٠٥م.
٣٤- النقد الفني، عصور الحداثة، د. عفيف بهنسي، دار الشرق للطباعة والنشر، دمشق، ٢٠١٣م.
٣٥- الأنثى المهدورة (لعبة التخيل الذكوري في صناعة الأنثى)، مركز الاتحاد للحضارة، محمود إبراهيم ، دار الفكر، لبنان، بيروت.
٣٦- مدخل إلى التربية الفنية د. جمال أبو الخير، وزارة التربية والتعليم، بيشة، السعودية، ١٩٨١م.
٣٧- النقد والتذوق في الفنون الغربية، بحث، مجلة دار الفكر، مج٢٦، عدد٢، تشرين١، تشرين٢، ١٩٩٧م، الكويت.
٣٨- سيكولوجية المرأة العاملة، د. سليم نعامة، م أضواء عربية، بيروت، لبنان، ١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م.
٣٩- إشكالية النقد الفلسفي في الخطاب التشكيلي المعاصر، د. فاروق العلوان، دار علاء الدين، دمشق، سورية، ٢٠٠٩م.
٤٠- موسوعة المعارف الكبرى، إعداد يوسف نجيم وعدد من الاختصاصيين ، دار نوبيليس ، بيروت، لبنان، ٢٠٠٦م.
٤١- فن الإعلان، د. عطا الله الرمحين، د. أميمة معراوي، منشورات جامعة دمشق، ٢٠٠١-٢٠١١م.
٤٢- فينومونولوجيا الخطاب البصري، د. جواد الزيدي، دار الينابيع، دمشق، سورية، ٢٠١٠م.
٤٣- الفن والجمال، د. علي الشلق، السلسلة الأدبية، المؤسسة الجامعية للدراسات للنشر والتوزيع، ١٤٠٢هـ - ١٩٨٢م.
٤٤- فن الغرافيك المصري، د. فتحي محمد، الهيئة العامة للكتاب ، مصر، القاهرة، ١٩٨٥م.
٤٥- تقانات النحت، الخزف والفخار، أ.د. فواز بكدش، منشورات جامعة دمشق، ١٩٩٩م.

٤٦- أسس التصميم وعناصره، أ.د. أحمد عبد العزيز الدجوي، منشورات وزارة التربية والتعليم السعودية، ١٩٩٦م.
٤٧- الإعلان مفهومه وتطبيقاته ،الياس جميل سلوم، دار الرضا للنشر ،دمشق ،سوريا ٢٠٠١ م
٤٨- التعليم والإعلام، د. علي اسماعيل سعيد، بحث، مجلة دار الفكر، عدد ١،٢، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، دولة الكويت.
٤٩- صورة المرأة في الإعلام العربي، د. أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، ١٩٩٧م.
٥٠- الراهب واحه صورة المرأة في السينما السورية، واحة الراهب، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، سورية، ٢٠٠١م.
٥١- تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، د. سعيد غريب النجار، الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر لبنان، ٢٠٠٣م.
٥٢- بحث١، د. أشرف جلال حسن، صورة المرأة كما تعكسها الدراما الفضائية العربية، مدرس في قسم الإذاعة، جامعة القاهرة، منشورات جامعة القاهرة.
٥٣- الموسوعة العربية العالمية ، مجلد ١٥، الرياض، السعودية، ١٩٩٩م.
٥٤- حوار الفن الإسلامي، دراسة نقدية، د. عفيف بهنسي، وزارة الثقافة الشارقة.
٥٥- معالم التربية، دراسات في التربية ا لعامة والتربية العربية، أ.د. فاخر عاقل. دار العلم للملايين، لبنان، ١٩٤٦م.
٥٦- البحث العلمي مفهومه أدواته، د. ذوقان عبيدات وجملة من الباحثين ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، ١٩٧٧م.
٥٧- أدلة معارض أساتذة كلية الفنون الجميلة، منشورات جامعة دمشق، سورية، النصف الثاني من القرن العشرين.
٥٨- د. خليف بشار، نشوء فكرة الألوهة، مراجعة وتحقيق د. محمد محفل، الأهالي، دمشق، ٢٠١٠، س٩-٢٦.
٥٩- د. جبر جميل، حكاية الأبجدية، الكتابات القديمة، مكتبة حسيب بيروت ص٥٥-٥٧.
٦٠- د. محمد بلاسم، التصميم الغرافيكي عبر العصور، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع عمان، الأردن، ٢٠٠٩م.
٦١- سيكولوجيا لإدراك .أ.دعلي منصور ، د.أمل الأحمد ، منشورات جامعة دمشق.٢٠١٠/٢٠١١م

المراجع الأجنبية المترجمة:

١. اللآلئ في النصوص الكنعانية بقلم كبير الكهنة في أوغاريت إلي مليكو، تأليف ديل مديكو ترجمة وتكليف مفيد عرنوق، منشورات دار الفكر، ١٩٨٠م.
٢. قضياا البحث الفلسفية في الفن، يلداشيف، ترجمة زياد الملا. دار دمشق للنشر والطباعة ، ١٤٠١هـ – ١٩٨٤م.
٣. قصة الحضارة، وايل ديورنت مج١.
٤. مائة عام من الرسم الحديث، إي مولر، فرانك إيلغر، ترجمة فكري خليل، دار المأمون، بغداد، ١٩٨٨م.
٥. ضرورة الفن، آرنست فيشر، المكتبة الاشتراكية، دار الحقيقة، بيروت، لبنان.
٦. الرسم بالنور، جون ألتون،ترجمة ثريا حمدان .المؤسسة المصرية للنشر ١٩٦٤.

المراجع الأجنبية

1- La penture modern par Mourice Gieure presses universitaires de france.

2- L'art modern fait appea l 'orient, Afif Bamassi. Orient pubpication. Afif bahnassi.

3- Mondrian. Chefs d'auvr de l' art paris famule.

4- Dcuhamp.. chefs d'auvr de l'art paris france.

5- Braque.. chefs d'auvr de l'art paris france.

6- Stael. Tudor publishing.com – Jeam guichrd. Meili.

7- Histoire de l'art grece payot.

8- L'arepaleiotique- peter . J.ucke.

9- La naissance de la democratie Grecque W.G.Forrest.

10- L'art modern a travers le monde henri perruchot. Hachette.

11- European illustration the tenth annual 83/84 Edward Booth, London.

12- Art news, February, 2013.p.80,81.

13- Dictionary of modern painting carlton laks and Robert maillard tudor publishing company new york printed in france paris.

ملخص البحث

العنوان : **(صورة المرأة في التصميم الغرافيكي)**

مقدمة البحث :

يتميز موضوع تمثيل صورة المرأة كعنصر بصري تشكيلي تمثيلا واقعيا أو رمزياً دلالياً في تاريخ الفنون الجميلة وفي الفن الغرافيكي والتصميم الغرافيكي بقدر كبير من الحساسية لأنه بعكس منظومة الأفكار والقيم الحسية والروحية والعاطفية والفنية والجمالية المحكوم بها.

من هنا تبرز أهمية البحث في موضوع صورة المرأة كعنصر بصري في الفن الغرافيكي الحديث والمعاصر.

وبما أن المرأة هي إحدى القدرات الفنية البصرية التشكيلية المتواترة والغامضة أحيانا، لما تحمله من قيم روحية وجمالية اجتماعية وإنسانية راقية.
أستوجب على البحث الوقوف على كيفيات وعوامل تشكل وتحولات تلك الصورة في الفنون الجميلة من الفنون التشكيلية إلى التصميم الغرافيكي .

جسم البحث:

يتكون البحث من ثلاث فصول توزعت في مباحث صغيرة متنامية في حدود ست عشر مبحثاً توزعت وفق تسلسل منهجي وصفي تحليلي تاريخي مقارن.

منهج وأسلوب البحث:

اتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي التاريخي المقارن وفق الأسلوب الوصفي النمائي كونه الأسلوب الوحيد الذي يمكن فيه دراسته الموضوعات الإنسانية إذ بدأ هذا الأسلوب في المنهج الوصفي في نهاية القرن الثامن عشر في أوروبا حيث ركزت الدراسات التي قام بها (فريدريك بلاي)F.BLAY (١٨٠٦-١٨٨٢) بإجراء دراسات تصف الحالة الاجتماعية والاقتصادية للطبقة العاملة في فرنسا(١)

(١) البحث العلمي وأدواته ، ذوقان عديدان وجملة من الباحثين ،دار أسامة للنشر والتوزيع. الرياض ١٩٩٧،ص٢١٩

الفصل الأول:

ويتكون من المقدمة التي شملت توضيحاً للمجالات البحثية وأهميتها مبنية على ضرورة معالجة النقص الحاصل في فهم صورة المرأة بأشكالها ومظاهرها المتنوعة عبر تاريخ الفن والحضارات المختلفة.

كما بينت مقدمة البحث الأسباب الموجبة لاختيار ،مثل هذا البحث وفق منهجيته ومنطقاته وأهميته للتعبير عن مدى وعي الباحثة وإطلاعها على هذا المجال .

إن أسلوب البحث الوصفي النمائي المدعم بالجداول التحليلية الوصفية والوصفية المقارنة والشواهد بالصور دفع البحث الى التحرر من الأنماط التقليدية وتجاوزها لاستنباط تفسيرات ذات صدقيه في التحليل والوصف والمقارنة.

المبحث الأول: وهو المدخل الانثربولوجي الى البحث ويتضمن:

- مفهوم الصورة في اللغات البصرية وأسس الاتصال الإنساني والاجتماعي
- النشأة الأولى للصورة في الفنون الجميلة
- عوامل تشكل الصورة في العمل الفني ويشمل:
- التخيل الذكوري لأنموذج المرأة
- صورة المرأة في اللغة والأدب العربي
- صورة المرأة الاجتماعية والتاريخية
- تطور الصورة الأنثوية للمرأة في الفنون البدائية شرق البحر المتوسط

المبحث الثاني: وهو تتمة للسياق النمائي لأسلوب البحث ويشمل:

- مظاهر وأشكال تخيل المرأة في الفنون القديمة مثالاً على ذلك:
- صورة المرأة الأشورية،المرأة الحضرية،المرأة الأغريقية،المرأة في المجتمع السوري القديم
- النظريات القديمة في الفنون الجميلة وأثرها على مفاهيم صورة المرأة في فنون عصر النهضة الأوروبية
- مظاهر اصورة المرأة كعنصر تشكيلي في فنون عصر النهضة الأوروبية
- المرأة الأوروبية في القرن السادس عشر

المبحث الثالث:

- صورة المرأة القديمة ونظرية محاكاة الجوهر و يتضمن:
- إنموذج المرأة في أعمال دلا فرانشيسكا و ليناردو دافنشي و رافئيلو سانزيو وأنجلو كوزيمو وما بعد عصر النهضة أمثال الفنان الفرنسي: نيكول بوسان والفنان الهولندي فيرمر

المبحث الرابع: متابعة البحث لتطور صورة المرأة ويتضمن:

- معايير تطور صورة المرأة في الفنون التشكيلية الحديثة و إنتقالها من الفنون التشكيلية إلى فن الإعلان الجداري (ملصق)
- أثر الفنانين الانطباعيين في البناء التشكيلي الحديث لصورة المرأة في الإعلان الجداري الحديث في أوروبا.
- التحولات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية في أوروبا وأثرها على تشكيل صورة المرأة،المفاهيم الاجتماعية والفنية والمهنية للمرأة في القرن العشرين ،ومفهوم الإعلان وأثره على هذه الصورة
- المعيار الغرافيكي والبسيكولوجي (النفسي) لفن الإعلان.
- المعايير الجمالية لوجه المرأة وأهمية البورتريه لنمط إعلاني حديث.

الفصل الثاني:

ويشمل الأسباب المباشرة وغير المباشرة في تشكيل صورة المرأة والتحولات الاقتصادية والسياسية والإجتماعية والثقافية في أوروبا وأثرها على مكانة المرأة وصورة تلك المكانة ،في استعراض المفاهيم الاجتماعية والنفسية وأثرها على مفهومي الإعلام والاتصال وصورة المرأة كأنموذج إعلاني لفن طليعي في القرن العشرين.

ويتألف من المباحث التالية: وهي تتمة لمباحث الفصل الأول

المبحث الأول: ويشمل:

- التطور التقاني وأثره على التصميم الغرافيكي الأوروبي.
- ابتكار الطباعة ، ظهور الفن الصحفي في كل من ألمانيا ، فرنسا ، إنكلترا
- كذلك ظهور صناعة الورق
- ابتكار الحاسوب (الكمبيوتر– Computer) وظهور عالم الانترنت

المبحث الثاني:

- الفنانون الطليعيون الأوروبيون ويشمل عرض لأساليب جديدة لفنانين مصممين مهدوا لأساليب محدثة في انتقال صورة المرأة من الفن التشكيلي إلى فن الإعلان: أمثال:فوغان،دوغا،وتولوز لوتترك،وبعض الفنانين مابعد الانطباعية ممن تأثروا بالمطبوعات اليابانية والذين أثروا بدورهم في أسلوبي كل من(لوترك،وجول شيرية)اللذان أسسا لفن الإعلان الحديث.
- تمهيد لظهور صورة المرأة في بعض أعمال الفنانين من المصممين الغرافيكيين الحديثين أمثال:

(١) باولاشير paulasher عام ١٩٩٤ في مصممها الذي يعبر عن العنف ضد المرأة وهي من الرواد في الفن الغرافيكي المعاصر.

(٢) المصمم الغرافيكي (اليومن) ميركواليك mirko ilic وكان فناناً ومصوراً حروفياً ومن المصممين الغرافيكيين الذي تمثلت صورة المرأة في أعمالهم : إذ أستخدموا تفاصيل من جسد المرأة (شعر ، العيون ، الفم) أو الأطراف أو الجذع مثل :

(٣) المصمم الغرافيكي ماكس كيسمان max kisman بملصقه الجداري الذي صممه بمناسبة ذكرى الفنان تولوزلوترك عام ٢٠٠١م

(٤) الفنان ماكوتو سيتو ١٩٥٢ الذي يعمل مديراً تصميمياً ومصمماً معمارياً ومصمماً غرافيكياً، الذي يحلل صورة وجه لفتاة بأسلوب تقاني مثير،في خلق نوع من الوهم البصري المحير.

(٥) المصمم المعاصر نيكولاس تروكسلر Niklaus traxler الذي تدرب رسمياً في جامعة لورانس عام ١٩٦٧ وحتى ١٩٧١، وقد صمم ملصقات جداريه لحفلات الجاز التي كان معجباً بها.

(٦) المصمم كارل دومنيك غيزبوهلر karl Dominic gissbu heler عام١٩٣٢ ،أنهى دراسته في كوسكول في برلين وصمم أكثر من ٢٠٠ ملصق ومن مصمماته (المرأة الصامتة).

(٧) المصمم الغرافيكي هولكرمايتس Holger mathies من برلين المولود في هامبورغ عام ١٩٤٠ فهو يقدم صورة المرأة ،لتصبح البندورة (الطماطم) بمثابة نظارة لوجه فتاة ملصق بعنوان (sommer)

(٨) المصمم ميشيل مانو إرنيج: Michael manw aring وهو من مشكلي مابعد الحداثة ويعتبر بالملصق الذي أنجزه بوساطة الشق بالورق عام ١٩٨٤م بأسلوب القص، لإظهار صورة المرأة.

(٩) المصمم الغرافيكي بول دافيد paul david الذي يقدم معالجة حاسوبية لصورة المرأة (الإعلان البورتريه) للتعبير عن جمالية عنق الفتاة ، وكأنه يستخدم شكل امرأة من العامة وليس وفق مواصفات المرأة المانيكان وغيرهم من المصممين الغرافيكيين المعاصرين .

المبحث الثالث:

ويتناول ظهور النظريات والمصطلحات الفنية الحديثة في انتقال صورة المرأة إلى مفاهيم التصميم الغرافيكي المعاصر مثل:

النظرية التفاعلية

- النظرية البيئية
- النظرية التفكيرية
- نظرية التفكير الإبتكاري للعالم جليفورد
- وكذلك نظرية التفكير الأبتكاري وفن الإعلان البيعي

المبحث الرابع:

- ***المرأة في التفكير الإصطلاحي للإعلان المعاصر مثل :***

- مصطلح الحدوثية في الفن
- مصطلح الشكلية
- مصطلح المفاهمية
- المرأة في أعمال بعض الفنانين الغرافكيين المعاصرين جنوب وشرق المتوسط وأوروبا
- صورة المرأة في أنماط الإعلان الأوروبي في القرن العشرين.

مثالاً على ذلك :

- المرأة والثورة التقانية المعاصرة في صناعة المعلومة الإعلانية.
- المرأة وفن الإعلان (الشراءلوجيا) بسيوكولوجيا الشراء.
- المرأة في أشكال الإتصال المعاصر
- المرأة والحملة الإعلانية

الفصل الثالث:

وهو تتمة لتطور مسار أسلوب البحث ونمائه ويتكون من ٥ مباحث،تتناول التعليل الفني لبعض عينات البحث بمناهج وأساليب التحليل الفني الجمالي للأستاذ في جامعة السوريون في باريس/فرنسا الدكتور بابا دوبولوس: وكذلك التحليل الفني (تحليل المضمون)أو(تحليل المحتوى).

يعتمد التحليل الجمالي على تحليل العوالم الجمالية للعمل الفني وهي أربعة:

(١) العالم الظاهراتي

(٢) العالم المعنوي

(٣) العالم الفني

(٤) العالم الممثل

ويعتمد تحليل المحتوى على ٤ اربع أبعاد:

(١) البعد الفكري

(٢) البعد التعبيري

(٣) البعد التخيلي

(٤) البعد التصميمي

المبحث الأول: **ويشمل:**

- ***المرأة في بعض أعمال الفنانين الغرافكيين الأوروبيين في شرق وجنوب المتوسط.***
- نشاة فن الإعلان (POSTER) في أوروبا
- **المرأة والتصميم الغرافيكي في مجال الصحافة.**
- الرسوم التوضيحية في بعض البلاد العربية
- المرأة ورسوم الكاريكاتير
- التقانات الرقمية وأثرها على التصميم الغرافيكي
- المرأة والألعاب الرقمية

المبحث الثاني:

- المرأة في أنماط الإعلان والصحافة والتلفزة شرق وجنوب المتوسط
- تحليل فني جمالي لبعض عينات البحث.
- مظاهر تشكل صورة المرأة في الفن الغرافيكي المصري في القرن العشرين
- صورة المرأة في الفن المغربي
- صورة المرأة في أعمال الفنان التونسي يحيى التركي
- صورة المرأة في السينما السورية في القرن العشرين
- المرأة في أعمال بعض الغرافكيين السوريين
- صورة المرأة في الكارت بوستال و التقويم السنوي السياحي
- تحليل فني (تحليل محتوى) لبعض عينات البحث لبعض المصممين الغرافيكيين السوريين

المبحث الثالث:

- مظاهر صورة المرأة في التصميم الغرافيكي المعاصر.
- صورة المرأة مابين الحقيقة والجوهر.
- الصورة الغرافيكية للمرأة.
- فن الإعلان بالأمشق (المانيكان) Manikane.
- النسب الجمالية لشكل المرأة المانيكان .
- صورة المرأة في الإعلام المعاصر .
- المرأة في التصميم الغرافيكي بين الفكرة والصورة والنظرية.

المبحث الرابع:

- أنماط التعبير في التصميم الغرافيكي المعاصر **ويتناول:**
- مفهوم الصورة التوضيحية في الغرافيك الأوروبي.
- تطور الصورة الغرافيكية في أوروبا القرن التاسع عشر.
- الصورة الغرافيكية الداجيرية .
- المرأة في أنماط التعبير الغرافيكي الحديث والمعاصر وظائف الصورة في فن الإعلان الحديث **مثال:**

- المرأة وفن الإعلان بالرسوم المتحركة: دور صورة المرأة في الفن الإعلانات في الصحف والمجلات والسينما.
- تصميم الإعلانات وعروض الأزياء.
- صورة المرأة والتعبير الغرافيكي المعاصر.
- صورة المرأة في التصميم الغرافيكي للنقود الورقية.
- صورة المرأة وفن الكاريكاتير.

المبحث الخامس :

- عوامل تشكل المظاهر المختلفة لعنصر المرأة في التصميم الغرافيكي الحديث والمعاصر :
- ظهور الجماعات والإتجاهات الفنية.
- التطور التقاني العلمي.
- ظهور البدوءات الأولى للرسوم المتحركة .
- صورة المرأة في الملصق الجداري الحديث والمعاصر.
- صورة المرأة في الفن الغرافيكي.

المبحث السادس :

دراسات تحليلية فنية وجمالية لبعض عينات البحث من التصميم الغرافيكي الأوروبي.

خلاصة نتائج البحث :

(١) لقد وصل البحث في مراحله المختلفة إلى إستجلاء الصور المتنوعة والمتناقضة أحيانا لصورة المرأة كعنصر بصري في التصميم الغرافيكي

(٢) إن هذا التنوع في صورة المرأة جاء خلاصة للتطور التاريخي الاجتماعي البشري كرسالة إبلاغية كثيراً ماتحمل بين طياتها القيم الروحية والعاطفية و الفنية والجمالية والتقانية بأساليب وأهداف متعددة

(٣) إن التقدم التقاني الذي يشهده العصر اليوم يقدم دائماً الابتكارات والتقانات الحديثة التي تؤثر بشكل مباشر على تبدل تلك الصورة والتي هي الأكثر استخداما وأمتهاناً لقابليتها للتصدير السهل والمصنع في مخيلة العالم الذكوري المسيطر الذي ينظر إلى المرأة كأنموذج في التصميم الغرافيكي المعاصر .

(٤) إن القوة الصناعية والتجارية لايمكن أن تؤتي ثمارها دون حملات إعلانية ذكية وناجحة تحفظ البعد النفسي والاجتماعي للمرأة التي تتلقى السلع والمنتجات المختلفة .

توصيات البحث :

(١) يقع على عاتق الجامعات السورية ومنها كلية الفنون الجميلة بجامعة دمشق دعم الدراسات والأبحاث العلمية المتعلقة بالمرأة ووضع برامج مناهج متطورة لحملات إعلانية هادفة لصورة المرأة في شكلها الإيجابي لتأخذ مكانتها في مؤسسات الإنتاج الإعلاني والإعلامي المعاصر

(٢) الاهتمام بمحو الأمية البصرية والعمى الشكلي بترقية الذائقة الجمالية في فهم صورة المرأة المعاصرة كونها عضو هام في المنظومة التربوية الاجتماعية غير الرسمية.وخاصة الفنانات الغرافيكيات

(٣) مناهضة الأساليب الابتزازية التي تستغل صورة المرأة كأنموذج إعلاني غرافيكي دماغي قد يتنافى مع دور المرأة ومكانتها الاجتماعية

(٤) توزيع عدة نسخ من هذا البحث إلى مراكز النشاط الاجتماعي في المجتمع المدني التي تعنى في الفنون الجميلة الطبيعية والتربية الفنية.

(٥) يجب فتح أفاق جديدة لدراسات وبحوث في هذا المجال.

تجربة الباحث:

مجموعة من التصاميم الإبتكارية والإكسسوارات في فن المصوغات النسوية بأسلوب فني معاصر من إنتاج الباحثة

ملحقات البحث: **وتشمل:**

جداول المصطلحات العلمية والفنية ،التواريخ،الأعلام

المراجع : العربية ،الأجنبية المعربة،المراجع الأجنبية،وهي في حدود (٧٧) سبع وسبعون مرجعاً

الصور التوضيحية: ١٣٨ صورة توضيحية

الجداول الوصفية: (٢٦) ست وعشرون جدولاً

عينات البحث تم تحليلها: (١٥) خمسة عشر عينة بحثية

ملخص البحث: باللغة العربية واللغة الإنكليزية

Damascus University
Faculty Of Fine Arts

Woman's Figure in Graphic Design Uisud communication Departement

Prepared by:
Nour ALBakdach

A thesis for getting a master's degree in fine arts – uisud communication

Supervised by professor.
Sawsan alsouobi

Damascus 2015

Abstract

Foreword

The realistic, symbolic or semiotic representation of woman image as an visual plastic element is characterized by a great deal of sensitivity in the history of fine arts and in both graphic art and design because such a representation reflects a controlling system of sensual, spiritual, emotional and artistic ideas and values. This highlights the importance of the study on woman image as a visual element in the contemporary and modern graphic art.

Influential and sometimes mysterious, woman is considered as a visual artistic capability because of the high spiritual, aesthetic, social, humanitarian values she enjoys. This makes the researcher seek information about the ways and factors of formation and transformations of such an image from plastic art to graphic design.

To devise the scientific, technical and historical reasons, the researcher has to investigate and analyze a set of research samples during the 20th century as follows:

The research is formed of three chapters, divided into about 18 small growing topics in a systematic, descriptive, analytic and comparative sequence. This reflects the importance of descriptive and developmental style as the only approach for studying human topics.

Such an approach started at the end of the 18th century, when the studies by Frederick Blay (1806-1882) focused on the description of the social and economical situation of working class in France(1).

Feeling the research problem and gathering information and data as well helped the researcher identify, study and formulate the problem, thus determining the hypotheses that guided her to reach the required solutions, the direct and indirect reasons and factors that led to emergence, development and transference of woman image from plastic arts to graphic art and then to the contemporary graphic design. The research also showed the characteristics and features of graphics practiced by graphic designers in parallel with their art designs.

The researcher tested her research tools to gather information from main sources depending on questionnaire, observation or artistic analysis of research samples.

---

(1) Scientific Research, Concept and Tools, by Thuqan Obeidan and other researchers, Osama House for publishing and distribution, Riyad, 1997, p.219

Reciprocal relationships between plastic arts and graphic design throughout ages until the end of the 20th centuries, attic cases and connectivity between these arts, their trends and vulnerability, all were studied using content analysis study of artistic groups and trends according to a descriptive approach through selecting purposive samples.

First Chapter

It consists of an introduction implying an explanation of areas and importance of the problem based on the necessity of addressing the shortfall of understanding of woman image in its various forms and manifestations through the history of art and different cultures.

The introduction identifies the reasons why the research was selected according to its methodology, basis and importance, as to express to what extent the researcher is aware of this field.

The anthropological introduction was so important that it allowed the research to go through a unified style, explaining the hypotheses depending on a wide knowledge of the problem and the related subjects, with a purpose different in context and aims from those of previous studies done by other researchers. This paved the way for the researcher to review all points of view and consider different situations of woman image from various angles being close to the discipline of the researcher.

The analytic, descriptive and developmental style supported by analytic descriptive tables and photos drove the research to set free from and overtake traditional patterns in order to devise credible interpretations in terms of analysis, characterization and comparison.

The first chapter deals with the following ideas:

1- **The First Topic**:

- Image concept in visual languages, and the principles of human and social communication. It includes:

- Image appearance and disappearance in ancient arts.

- Image shapes in ancient arts.

- The importance of artistic image and creative effects in art .

- Image first emergence in fine arts:

- Image in visual and verbal language.

- Image in visual art language.

- Social and historical image of woman:

- Maternal age.

- Woman and land fertility.

- Creation aspects of woman divinity.

2- Second Topic:

- Woman image development aspects in the primitive arts, Eastern Mediterranean

- Graphic references in alphabetical shapes of representative image, north-south, eastern Mediterranean, abiding by the geographical borders of the research subject.

- Woman presentation aspects and forms in ancient arts, and woman image in old Syrian society in particular.

- A study of old theories of fine arts and effect on woman image concepts.

3- Third Topic:

- It includes old theories of fine arts and the impact on woman image conceptions.

4- Fourth Topic:

It displays woman image as a plastic element of European Renaissance arts, starting from her image presented by Rapheal Samizo, Bran Zino and Anglo Kazimo to woman in the 16th century in the works of the French artist Nicols Poussin. The anthropological permeable and introduction led the research to discover some development criteria of woman image in plastic arts and in posters, which moved from painting to graphic art, as shown in the styles of Goya and later in the styles of Degas, Lutrick and Joule Sherei.
The research also showed the impact of impressionist artists on the new plastic construction of woman image that paved the way for new forms of images as shown in the works of H. Metisse, G. Klimt and Piet Mondrian who invented the grids in painting design.
The research reviews a number of paintings that paved the way for various art forms of woman image in modern graphic advertisements of the 20th century.

The research concerns with manifestation of the existence of woman portrait in advertising depending on optical theories and color analysis and their impact on the contemporary photograph.

The research addresses woman image reality between the representative image and content , in addition to a comparison between woman beauty and man handsomeness.

Second Chapter:

First Topic:

It includes the direct and indirect reasons beyond the formation of woman image: the economical, political, social and educational transformations in Europe, and their impact on woman status ,reviewing social and psychological concepts and their impact on the two concepts of communication and media, and on woman image as an advertising model of pioneering art in the 20th century.

Second Topic:

It reviews the most important pioneer artists who pave the way for woman image to transmit from plastic art to graphic design with its modern images.

Third Topic:

It deals with the technical development and its impact on European graphic art like:

- Inventing of mechanized printing.

- The advent of press advertisement in France, Germany and England.

- The advent of paper industry in Europe and the development of printing ink industry.

Reviewing the direct factors, the researcher could manifest some of them mainly: the invent of computer, the advent of internet, advertisement artandcommunicationtheories.

Fourth Topic

This topic shows the impact of modern theories on the transmission of woman image to contemporary graphic design concepts like: Happening art in the early sixtieth of the 20th century, Conceptual art, Formalism and other modern art theories like:

- Ecological theory or interactive theory.
- Thought creative theory.

Fifth Topic

The research discusses woman image patterns in the contemporary European advertising , the impact of technical revolution and the psychological reflections on the European advertising style and purchase psychology, which used woman image in many intentional advertising campaigns to satisfy, blackmail or lure consumers, thus producing multiple patterns of how males visualize woman. It also expresses how woman was visualized by females as it is the case in the works of Syrian, Egyptian, Moroccan female artists, in south and east of Mediterranean, who expressed the reality of woman image in graphical art and photography.

In this important hinge of research, the researcher discusses the representative differences to compare between woman image in the north of Europe and in the east and south of the Mediterranean in the 20th century.

Third chapter

This chapter consists of five topics that deal with artistic analyses of some research samples, artistically and aesthetically using the methodology and the style of contemporary artistic analysis. In the first topic of this chapter, the researcher reviews the first generation of artists, like H. Loutrec, who established advertising art , thus paving the way for the advertisement designer Jules Cheret (1836-1933) to start using woman pattern in consuming commercial advertisements. For example, J.de Bonette, who prepared a successful recipe of alcoholic drink, charged Jules Cheret to design the advertisement for such a drink of which the manufacturing company produced three million cans until the end of 19th century.

This phenomenon may look like that of the proliferation of soft drink advertisements, like Coco Cola and Pepsi Cola at our present time.
Jules Cheret used Lithography techniques when he carried out advertisements.
The research also explained the new factors that emerged in the development of contemporary posters and the use of woman in innovative styles in still and motion advertisements, relying on accurate digital photos.
The research analyzed the content of some intentional samples selected from some contemporary graphic designs that deals with woman image as an artistic pattern. In addition, the researcher achieved her own artistic experience that reflects the findings she reached in the field of her competence, graphic design.

Conclusion

Summarizing the results, the research uncovered the various and sometimes contradictory images of woman as a communicating visual artistic element in graphic design which carries the spiritual, emotional and artistic values. The research also explained the developmental evolution of woman image in advertizing -posters- and the impact of new innovations on both styles, and contemporary techniques. Furthermore, the research revealed the woman image as visualized by men and the evolutions of such an image which sometimes became a profession because the image is easily exportable and prefabricated in the imagination of some males.