

جماليات الفنتازيا في الإعلان الرقمي المعاصر

روى ناظم حسن بخيت فاطمة لطيف عبد الله

جامعة بابل / كلية الفنون الجميلة

fine.fatima.lateef@uobabylon.edu.iq mlecba19@alkadhum-col.edu.iq

تاريخ نشر البحث: ٢٠٢٣ / 3 / 15

تاريخ قبول النشر: ٢٠٢٣ / ١ / ١٥

تاريخ استلام البحث: ٢٠٢٣ / ١ / ١٠

المستخلص

يتناول البحث الحالي دراسة (جماليات الفنتازيا في الإعلان الرقمي المعاصر)، وتضمن البحث أربعة فصول، تناول الفصل الأول (الإطار المنهجي للبحث) تمثلاً بمشكلة البحث، وأهميته والحاجة إليه، فضلاً عن هدف البحث الذي يرمي إلى التعرف عن (جماليات الفنتازيا في الإعلان الرقمي المعاصر)، كذلك احتوى الفصل على حدود البحث وتعريف مصطلحاته.

تضمن الإطار النظري ثلاثة مباحث، تناول المبحث الأول دراسة (الفنتازيا في الفكر الفلسفي المعاصر)، في حين تضمن المبحث الثاني (الفنتازيا مفاهيمياً)، أما المبحث الثالث فقد عني بدراسة (الإعلان الرقمي المعاصر)، وانتهى الإطار النظري باستعراض الباحثة للدراسات السابقة ومناقشتها، بالإضافة إلى ما انتهى إليه الإطار من مؤشرات.

أما الفصل الثالث فقد خُصص بإجراءات البحث وتمثل بمجتمع، في حين بلغت عينة البحث أنموذجين تم اختيارها بطريقة قصدية، كما احتوى الفصل على منهج البحث، وأداته، وتحليل عينته، في حين خُصص الفصل الرابع لعرض نتائج البحث، استنتاجاته، توصياته، مقترحاته، إذ تستعرض الباحثة بعض النتائج وكالاتي:

١- جاء العمل الإبداعي محققاً لأبعاد نفسية تلتبس بموضوعات وجودية تظهت عبر العناصر البنيائية (خط، ملمس، شكل، صورة) منفذة على وفق صياغة إحالية بارعة قد امتزجت بالوقع والخيال، مما منحها تداولية القراءة كما في أنموذج (١)، (٢).

٢- انماز نتاج فن التصميم بالخطاب الروحي المرمز، ذلك عن طريق بناء التشكيلية الرقمية الزاخرة بالعلامة الدلالية التي تحمل في طياتها مضموناً مبطناً تمتاز بقصدية الأرسال، فجاء العمل (١)، (٢) حاملاً لدلالة مبطنة قد تكيفت اجتماعياً وفقاً للتقاليد والأعراف محققة بذلك بعداً ذاتياً - موضوعياً، فريداً - مجتمعياً.

ومن أهم الاستنتاجات التي توصلت إليها الباحثة:- الفنتازيا تستند إلى أرضية معرفية وفنية خصبة لأنها ثمرة لسعي جمالي مرجعة ذو جذور ثقافية، تاريخية، مما جعل موضوعاتها مزيجاً لخطاب أيديولوجي يعكس أحداثاً ثقافية/مجتمعية.

٣- تنوعت الأبعاد الجمالية للفنتازيا عبر تجلياتها في بنية التصميم الإعلان الرقمي وفقاً لأساليب متعددة اتبعتها المصمم ليفصح عن قصدية ارسالية حملت مضامين ساكولوجية، وبهذه الآلية أصبح الإعلان الرقمي طرْحاً وكلاً لإشكاليات الحياة المعاصرة التي يعيشها إنسان سواء كانت اجتماعية - نفسية وفي الوقت نفسه تنتج فضاءً إبداعياً يجد فيها الإنسان متنفساً له يعبر عن طريقها عن تنامي رغباته وميوله بشكل متسارع كما هو الحال في طبيعة الحياة المعاصرة .

ومن أهم التوصيات التي توصلت إليها الباحثة، هي: - ١ ضرورة توجيه ذائقة الطلبة نحو إقامة معارض الكترونية تتضمن الفنون الرقمية ومنها التصميم حتى يعاصر الطلبة المستجدات التكنولوجية والاستفادة من معطياتها.

٤- إقامة دورات وورش تعليمية عن استخدام البرامج الالكترونية نحو منصات المواقع الالكترونية، وشبكة الانترنت العالمية لتدريب الطلبة على آلية التفاعل الآتي والحرّ مع تقنية الحاسوب وتنمية إمكانيات الطلبة في الأداء الفني المعبر .

الكلمات الدالة: الفنتازيا، الإعلان، التصميم

Aesthetics of Fantasia in Contemporary Digital Advertising

Ruaa Nazim Hassan Bakhit Fatima lateef Abdulla

College of Fine Arts/ University of Babylon

Abstract

The current research studies (Fantasia aesthetics in contemporary digital advertising) The research included four chapters, the first chapter dealt with (the methodological framework of the research) represented by the problem of the research, its importance and the need for it, as well as the objective of the research, which aims to identify (Fantasia aesthetics in contemporary digital advertising) The chapter also contained the limits of the research and the definition of its terms.

The theoretical framework included three topics, the first topic dealt with a study (Fantasia in contemporary philosophical thought), while the second research included (conceptual fantasy) As for the third topic, it was concerned with the study of (contemporary digital advertising), and the theoretical framework ended with the researcher reviewing and discussing previous studies, in addition to the indicators concluded by the framework.

As for the third chapter, it was devoted to the research procedures and was represented by a community, while the research sample reached (2) a model that was chosen in an intentional way. The researcher reviews some of the results as follows:

1- The creative work came to achieve psychological dimensions seeking existential themes that were manifested through the structural elements (line, texture, shape, image) implemented according to an ingenious allegorical formulation that mixed with reality and imagination, which gave it the pragmatic reading as in models (1), (2).

2- The product of the art of design is characterized by the encoded spiritual discourse, through its digital formative structure full of the semantic sign that carries within it a veiled content that is marked by the intention of transmission, so the work came (1), (2) carrying an implicit signification that has been socially adapted according to traditions and customs, thus achieving a dimension Subjectively, objectively, individually and societally.

Among the most important conclusions reached by the researcher:-- Fantasia is based on a fertile knowledge and artistic ground because it is the fruit of an aesthetic pursuit with cultural and historical roots, which made its topics a mixture of ideological discourse that reflects cultural / societal events.

٣- The aesthetic dimensions of fantasy varied through its manifestations in the structure of the digital advertising design according to various methods used by the designer to disclose the intention of the message that carried psychological contents, and with this mechanism the digital advertisement became a proposition and an agent for a Problems of contemporary life experienced by LaA person, whether social or psychological, and at the same time, produces a creative space in which a person finds an outlet for him through which he expresses the rapidly growing desires and inclinations, as is the case in the nature of contemporary life.

One of the most important recommendations reached by the researcher, she :- 1- The necessity of directing students' taste towards holding electronic exhibitions that include digital arts, including design, so that students can contemplate technological developments and benefit from their data.

٤- Holding educational courses and workshops on the use of electronic programs towards website platforms and the World Wide Web to train students on the mechanism of instant and free interaction with computer technology and develop students' capabilities in expressive artistic performance.

Key words: Fantasia , advertising , design .

الفصل الاول/ مشكلة البحث

يرجع البعض بأنّ الفنتازيا تعود إلى أصول الأعمال الأدبية القديمة ك (ملحمة كلكامش) في بلاد الرافدين، (والاوديسة) في اليونان القديمة، فضلاً عن نتاجات العصور الوسطى وخاصة التي تضمّ عناصر عجائبية ك (أسطورة الملك آثر) وملحمة (بيوولف) الانكلوسكسونية، فضلاً عن حكايات (ألف ليلة وليلة) في الشرق الأوسط. [١، ص٧٢]

إضافة إلى إسهامات الفن القوطي (الرعب القوطي) في بلورة الفن الفنتازي بما يحتويه من عناصر الرعب، الانفعال، الخيال، إذ اتسم بتجسيد تلك الانفعالات الجامحة الغامضة بما تحمله من خوف وإثارة [٢، ص١٠٠-١٠١]. كما وشهدت فنون العصور الوسطى تحولاً كبيراً مهماً من التعبير الأسطوري الخالص، نحو الأسلوب الإبداعي مع الاحتفاظ ب (عناصر العجيب) التي وظفت لجوانب جمالية تارة ، واجتماعية تارة أخرى [٣، ص٥١]، وهذا ما أكده (جورج لوكاش) بأنّ جمع النتاجات الإبداعية الأدبية كانت أم فنية كانت وما زالت تدور حول تناقضات القيم الإنسانية المزرية التي سادتها تناقضات الواقع البرجوازي، إذ اقترب نتاجاتهم من المسحة الواقعية التي تسعى وراء الغرابة [٤، ص١٧]، فأصبح الأبطال الخرافيون يتركبون الصفات السحرية العجيبة، ليجدوا بدلاً عنها هموم مجتمعهم، الأمر الذي جعل الشخصية الأدبية ومنها الفنية تمثل مجتمعاً له نظمه وخصائصه وهذا ما لا يتوفر في البطل الخرافي [٥، ص١١]، ومع الفن الرومانسي قام الفنانون بإضفاء الطابع الإنساني على نتاجاتهم الإبداعية، فأصبحت شخوص النص وأحداثه تمتلك صفات فوق طبيعية ولديهم من الوسائل الكافية ليؤدوا دورهم بصورة فاعلة في العالم الواقعي، ليستنبطوا قيماً كونية مستندة على عالم الواقع [٦، ص١٣]، كما شكّلت المدرسة الانطباعية التي أسهمت بشكل كبير في كيفية تنفيذ الفنان مع بناية سطح التشكيل بأسلوب علمي متقن ساهم في إظهار فقرة تطويرية أظهرت جمالية البنى التشكيلية التي أصبح ذات الفنان تشكل دوراً أساسياً كبيراً والتي أصبحت فيما بعد قاعدة أساسية لظهور الخيال المفرط للفنان تجاه عمله الإبداعي، أمّا التكعيبية فقد أبدعت في تقديم متقن لجمالية التشكيل المحترف الذي ينم عن خيال الفنان الخصب التي تصدم المتلقي وتثير دهشته وهذا ما نلاحظه في أعمال الفنان (بيكاسو، براك)، كما لعب الفن السريالي دوراً هاماً عبر إعلائه للخيال وإسقاطه للعقل مما عمل على ولادة بنى تشكيلية تزخر بالخيال المنفلت والتي مثلت الأرض الخصبة للفنتازيا التي جاءت عبر تراكمات التطورات والتقلبات الفكرية التي سبقتها فأصبح الفنان يعبر عن خياله بحرية مطلقة، لذلك شكّلت المدارس الفنية الحديثة نقطة تحول كبير في كيفية تعامل الفنان مع بناءه بأسلوب متقن لا يخلو من جوانبه الجمالية كالتعبيرية والتجريدية التي بشرت بولادة فنون ما بعد الحداثة التي جمعت بأطرها قيم الجمال والدلالة، إذ عمل الفنان باعتماده آلية التصميم عبر استخدام التقنيات الحديثة كالحاسوب في إنجاز عمله الإبداعي عن طريق الجمع ما بين التصوير والرسم داخل المنجز التشكيلي في إنتاج أعمال إبداعية ذات دلالة هادفة تحمل صبغة فنتازية عالية، فأصبح التصميم المرتكز الأساسي في انتاج الفنون المعاصرة حتى أصبحت فنون ما بعد الحداثة بمثابة فن اعلاني وهنا تكمن أهمية العلاقة في كيفية اقتراب بل ترابط الفن بالتصميم على وفق رؤية جمالية فنية، وبما ان الإعلان يمثل احد جوانب الفن ويُعد رسالة إنسانية هادفة تعبر عن جوانب (اجتماعية، إرشادية، تسويقية) تحمل رسالة هادفة لا تخلو من بعدها الجمالي، وبما أننا اليوم نشهد

عصر التقنية الرقمية التي غزت مختلف ميادين الحياة، ومنها سرعة التطورات التكنولوجية التي شكّلت أهمية بالغة على مختلف الأصعدة ومنها الصعيد الفني، إذ أسهم التقدم العلمي التكنولوجي لوسائل الاتصال المختلفة ضرورة مهمة، فأصبح العمل الفني عبارة عن بناء تصميمي يُنفَّذ عبر الوسائط الرقمية، حتى أصبح الحاسوب المنطلق الأساسي في تنفيذ أعماله، فآل الفنان/ المصمّم إلى استخدام أحدث الطرائق وبأسلوب مبتكر يرنو عن طريقه إلى الوصول إلى الغرابة عبر التلاعب في البنية التشكيلية وعن طريق عناصرها وأسس بنائها ليكسر أفق توقع القارئ عبر ذلك الخيال الجيَّاش المنفَّذ بأسلوب رقمي متقن، مما عمل ذلك على إكساب بنية النص الفني سيلاً من الدلالات الرمزية المعبرة التي تؤثر في ذات المتلقي عند قراءتها للوهلة الأولى وتعمل على شدّ انتباهه، وبما أنّ الإعلان الرقمي يعتمد على قوى ذهنية خصبية يعمل الفنان على إسقاطها بصورة مرئية تعمل رسالة إنسانية تخاطب مختلف الجوانب الاجتماعية، لذا عمل الفنان على توظيف الأسلوب الفنتازي في بناء التشكيلية من أجل إثرائها بالغرابة والدهشة والعمل على جذب انتباه المتلقي صوب هدف الرسالة ذاتها عن طريق العلاقات والأنظمة داخل البنية التصميمية الرقمية وإخراجها بصورة تتلاءم مع هدف الرسالة المراد تقديمها للمجتمع، ومن هذا المنطلق تتمحور مشكلة الدراسة الحالية بالتساؤل الآتي: **ما جماليات الفنتازيا في الإعلان الرقمي المعاصر؟ أهمية البحث والحاجة إليه:**

١- التعرف على مفهوم الفنتازيا وكيفية توظيفها داخل في الإعلان الرقمي للإمساك بالجوانب الفنية التي يعالج بها المصمم موضوعاته.

يسط الضوء على الفنتازيا داخل بنية الإعلان وما تحمله من مضامين إبداعية مُعبّرة هادفة.

هدف البحث: يهدف البحث الحالي إلى التعرف (جماليات الفنتازيا في الإعلان الرقمي المعاصر).

حدود البحث:

- الحدود الموضوعية: جماليات الفنتازيا في الإعلان الرقمي المعاصر.
- الحدود الزمانية: تتحد المدة الزمنية من (٢٠١٠ - ٢٠٢٢).
- الحدود المكانية: المنفَّذ في دول (أوربا، أمريكا).
- **مصطلحات البحث**
- **الجمال لغة:** يرى ابن سيده أنّ ((الجمال: الحسن، يكون في الفعل والخلق. وقد جَمُلَ جَمَلاً، فهو جميل، وجُمَالٌ بالتَّخْفِيفِ...، وجمال، الأخيرة لا تكسر. وامرأة جَمَلَاء: جميلة. وهي أحد ما جاء من فعلاء لا أفعل لها)) [٧، ص ٤٥٠].

الجمال اصطلاحاً: يعرف الجمال هو علم يهتم بدراسة العناصر والعلاقات التي تمنح العمل الفني قيمةً جماليةً [٨، ص ٢٨٩].

الفنتازيا

الفنتازيا/لغة ((تعني اشتهاً، تخيّل، تصوّر، جماح، خيال، رغبة، شهية، شوق، مخيلة)) [٩، ص ٥٤٧].

الفتازيا/اصطلاحاً: جاءت في معجم (المورد القريب)، بإرجاعها إلى قاموس اللغة الإنكليزية، إذ تكتب بـ (fantasy) (n) وهي اسم وتعني الخيال المتحرر من القيود التقليدية ، والصفة منها (fantastic) (adj) إذ تنص على الخيال، الوهم، غير الواقعي، غريب الأطوار [١٠، ص ١٥٤].

الإعلان لغة: جاء في لسان العرب ((علن: العلن والمُعانة والإعلان: المُجاهرة. علن الأمرُ يعلُنُ علوناً ويعلُنُ وعلُنَ يعلُنُ علناً وعلانيةً فيهما إذا شاعَ وظَهَرَ)) [١١، ص ٢٨٨]، وجاء في (المعجم الوسيط) ((الإعلان إظهار الشيء بالنشر عنه في الصحف ونحوها)) [١٢، ص ٦٢٥].

اصطلاحاً: بأنه مختلف نواحي النشاط الذي يؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور، وهو وسيلة غير شخصية يُراد منه حث الناس على شراء سلع أو طلب خدمات أو التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلن عنها [١٣، ص ٣٥].

الرقمي: لغة: ((الرقم)) الخط الغليظ والعلامة والختم وما يكتب على الثياب وغيرها من أثمانها وكل ثوب يرقم أي وشي برقم معلوم حتى صار علماً وضرب مخطط من الوشي وجاء بالرقم الكثير (في علم الحساب) هو الرمز المُستعمل للتعبير عن أحد الأعداد البسيطة وهي الأعداد التسعة الأولى والصفر ٩ ٨ ٧ ٦ ٥ ٤ ٣ ٢ ١ (والصفر) [١٤، ص ٣٦٦].

اصطلاحاً: يعرف الإعلان الرقمي بأنه وسيلة إبداعية مبتكرة تعتمد على قدرات ذهنية تحتضن أفكاراً خصبة تحمل رسالة هادفة ترتقي إلى مستوى القائمين والمتعاملين معه [١٥، ص ٥١٠].

الفصل الثاني/ الاطار النظري : المبحث الاول : الفتازيا في الفكر الفلسفي المعاصر

يُعدُّ (نيتشه) رائداً من الرواد الأوائل والمؤسسين لفكر ما بعد الحداثة وذلك لخطورة طروحاته التي اتسمت بسعي حقيقي وقصدية عالية لضرب وتهشيم الأنظمة والأبنية المعرفية والقيمية للمجتمعات الأوربية والتي تم الاتفاق عليها كثنائيات فلسفية وأخلاقية مسلم بها الأمر الذي جعل من فلسفته منعطفاً متناقضاً مع تاريخ الفكر الثقافي الغربي بدءاً من العقل الذي عدّه أداة خطرة وخداعة كونها عملت وبشكل فعّال على اخفاء خليط الأوهام والأحكام المسبقة والمعتقدات التي رُوِّدَ بها الذات سابقاً [١٦، ص ٤٣٦]. إذ تُمثّلُ إرادة القوة جوهر الوجود لديه والتي عبرها تفسر مظاهر الوجود حيث آمن (نيتشه) بالخير، لكونه قيمة عليا سامية تعمل على إنماء القوة وازديادها، إذ نادى بالتقصي من الضعفاء وجعلها أحد مبادئ حبّ الإنسانية لذلك تُمثّلُ فكرة السوبرمان أساس وهدف فلسفة (نيتشه) والتي تعني أنّ الإنسان عندما يتحلّى بإرادة قوية يحقق عبرها نتاجه الفني، وبهذا يكون قد عمل على خلق فنّ جديد يسمو على الحياة السائدة، لكون الإنسان الأعلى هو من يستطيع تخطي الصراع (الخير، الشر) عبّر إرادته القوية وقواه الداخلية، لذا فهو يملك قدرة تفوق الآخرين [١٧، ص ٣١٧]، تبعاً لذلك فالسوبرمان الذي تحدّث عنه (نيتشه) لا يتماثل أمام العين بكونه شخصاً حقيقياً، بل هو غاية الإنسان ومستقبله [١٨، ص ١٤٣] ، وعليه جاءت طروحاته وفقاً لذلك رفضاً لجميع القوانين الفلسفية والأخلاقية القائمة في عصره، وعمل على إبدالها بما يُعرف بـ (إرادة القوة) والتي تظاهي مقام الآله، والتي تُعدُّ أساس الحياة والتقويم، فهي منطقاً أساسياً لكلّ شيء [١٩، ص ٢٠٦]، يؤكد (نيتشه) بأنّ (العلم، الفنّ، الفلسفة) خير تجسيد لصور الخيال إذ ينظم بها الفرد حياته لذلك يؤكد على أهمية التراجيديا باعتبارها تحدياً للطبيعة

عبر تجاوزها والسمو عليها ويكون ذلك عن طريق المعرفة- الحكمة بأسلوب الرعب الألم[٢٠، ص١٢٦]، فالقن الذي طالب به لا بد وأن يكون نشاطاً يخلق دافعاً واضحاً لدى الانسان، و أنه لا بد وأن يكون معبراً عن إرادة القوة [٢١، ص ١٩١-١٩٢].

أما (فوكو) فقد انتهج أسلوباً جديداً في الفلسفة، إذ أصبحت معه كشافاً للحاضر، إذ حرص على مناقشة تاريخ الفلسفة وتفكيك أنساقها من أجل الانفتاح على أسئلة تفتح له أفاقاً جديدة، فمع طروحاته لم تعد الفلسفة تهتم بالبحث عن غائية الوجود وأن الفيلسوف غير معني بوضع تفسيرات حول معنى الحياة والموت [٢٢، ص٨٧-٨٨] إذ أعلى (فوكو) من أهمية الفلسفة بكونها الوسيلة الأساسية والطريقة المثلى للتفكير في أنفسنا، فأعتبر (الحاضر هو نحن ونحن هم الحاضر)، فالحاضر هو منبع لتساؤلاتنا وفكرنا، فضلاً عن اهتمامه لقضايا المهمل والمهمش وجعله يشكل محوراً مركزياً أساسياً [٢٣، ص١٩]، كما وأكد على مقولة (موت المؤلف) وذلك عبر تفكيك الذات والتي عن طريقها فكك المفاهيم، والتي أعطت الذات تصوراً للواقع المجتمعي بوصفه بنية مرادفاً للوعي، فجاءت آراؤه لإزاحة هذا الوعي عن المركز والتأكيد على هامشية المجتمع، وتفكيك الذات وموت المؤلف والاعلاء من أهمية النص ذاته بالركون إلى أهمية القارئ الذي يكشف عن المعنى وبلوغ الدلالة [٢٤، ص٣٢٢].

المبحث الثاني/الفتنازيا مفاهيمياً: الفتنازيا نشاطاً أبداعياً يفضي إلى خلق صور ذهنية تقدم بصيغ وأفكار متمردة ومنفذة بتقنيات شكلية مميزة يبرز ظهورها في عوالم مفارقة عن الواقع، تستقي أحداثها عن طريق الجمع ما بين الواقع واللاواقعي، بين الحقيقة والحلم، حيث تصبح بنية العمل الفني متخلخلة الحدود منسجمة في الوقت نفسه ، ممّا ننثري في داخل المتلقي مشاعر الدهشة والصدمة والتفاعل والشغف [٢٥، ص١٧-١٨]. فهي لا تعني رفضاً للواقع ، بل هي تُعنى بالواقع وتصويره عن طريق تفكيك بنياته والولوج إلى عمقه والكشف عن تلك الترسبات المتعددة والوقوف خلف موضوعاتها ومعالجتها، بأسلوب مميز لا يهدف إلى نسخ الواقع بكافة وجوهه ، فهي آلية اقحام الواقع بأسلوب غير مألوف يثير الدهشة، لذا فهي تعكس فكر وعقلانية المنتج والبيئة، فتأتي ممزوجة بالتخيل لاستيلاد الإشرافة الفتنازية [٢٦، ص٣٢٢]، وبهذا الوصف يمكن القول إن الفتنازيا مفهوم يجمع ما بين (الغريب - العجيب) ذلك أنها جنساً خطابياً يتوَلَّد عن طريق الدهشة التي تتملك المتلقي، عند مفاجئته بحدث خارق يتجاوز قوانين الواقع المألوفة ، كأن يظهر الشيطان أو الجان أو أي حالة مسخ تولد الخوف والدهشة [٢٧، ص١٧٨]. فإحدى تشكيلات الفتنازيا تتم عبر توظيف صور الجن والأشباح كإشارات معتمدة على آليات التحليل النفسي، فهي بهذا الوصف تتناول قضايا الذات وهو وعي متنامي يتفوق على مشاعر الخجل، الذنب، ليصل حد الإثارة والانزياح أحياناً، وهذا ما يؤشر أهمية وفاعلية الجانب النفسي في أساليب تصميم العمل الفني الفتنازي المعاصر [٢٨، ص٤٢]. وهذا ما يدل على أن المحك الأساس الذي يحدد مسار العمل الفتنازي هو فاعلية الأشكال داخل بنية العمل ذاته وبنائية تشكيلها فإذا اصطبغت بأكملها بجوانب الفوق طبيعي الخيالي يؤدي ذلك إلى إنهاء الحوار الجمالي وغلق العمل على نفسه كونه أصبح محملاً بفجوات وثغرات غير متوقعة، لذا فالعمل الفني لابد و أن يلامس أفق توقع المتلقي كما ولابد وأن ينبثق من الطبيعة، وأياً كانت درجة غرابته إلا أنه لا يختلف من حيث الجوهر عن تلك الجوانب التي تلامس العالم المرئي [٢٩، ص٤٨].

المبحث الثالث / الإعلان الرقمي المعاصر

كان للمعالجات التقنية للتصميم الرقمي الإعلان جودة عالية، فضلاً عن السهولة لدى المصمم عند ترجمة أفكاره وتنفيذها من دون ملل فالمصمم المبدع يحرص دائماً على مواكبة التطورات التكنولوجية عن طريق استخدامه للأدوات والوسائل الحديثة، حيث أصبحت المعالجة الرقمية من الأساليب الفعالة للإعلان والتي تهدف نحو تحقيق الأثرية وشدة الانتباه والتأثير في سلوك المتلقي عن طريق قدرة التنفيذ التصميمي على التحوير والتغير ضمن الفضاء التصميمي [٣٠، ص ٢٣٤]، إذ يسعى الإعلان الرقمي/الالكتروني في التأثير على المتلقين، لذا عندما يُقدم النص الإعلان فغاياته الأساس قسدية الإرسال، وكيف يؤثر في المتلقين حتى يعمل على التغير في سلوكهم ويكون ذلك عن طريق محورين أساسيين هما:

أ - المكان الذي يُقدم فيه الإعلان، ب - المحتوى المبتكر للإعلان أي البنية التصميمية ومضمون الفكرة الإعلانبة المبتكرة [٣١، ص ٤٨]، لذا فهو يُعد نمطاً اتصالياً هدفه إقناع القارئ قد يكون مدفوع الأجر أو غير مدفوع يُقدم على شبكة الانترنت هدفه زيادة وعي وإدراك القارئ عبر تقديمه للأفكار والخدمات، لذلك يعمل على توظيف النصوص الكتابية، الرسوم والصور وتقنيات فنية متنوعة [٣٢، ص ٢٩]، فهو عملية اتصالية تجلت عبر انفجار ظاهرتين خلال هذا العصر هما، تفجير المعلومات (Explosion information)، وظاهرة الاتصالات عن بعد (telecommunication) مما يجعل جمالية الإعلان مزيجاً من الصورة والنص، لذا تُعد كلاً من الحاسوب، الشبكة، الوسائط المتعددة، أقطاباً أساسية تسهم في انطلاقه وتجليه [٣٣، ص ٦٢٧]، إذ يتم تقديم المعلومات باستخدام تقنيات رقمية ووفقاً لوسائل تكنولوجية رقمية مما يسمح بالتفاعل المباشر والمستمر بين جانبيين المرسل والمرسل إليه وينماز بالدقة، وإمكانية الاستهداف [٣٤، ص ١١٨]، ومن أهم عناصر الاختلاف ما بين الإعلان الرقمي/الالكتروني الجديد عن الإعلان التقليدي القديم هو استبداله الوحدات المادية بالرقمية فجاءت البيئات عوضاً عن الذرات كأدوات رئيسة في حمل المعلومات، الصور، الأصوات وإيصالها بشكل إلكتروني بعيد عن الورق [٣٥، ص ١٣]، لذلك فهو عملية ابتكارية تعتمد مهارة المصمم وقدرته الإبداعية المتقنة، فهو نشاط مهجن (Hybrid Activity) يمتزج فيه العلم والفن والتصميم وهذا يعني أن المصمم يمتلك خبرات معرفية زاخرة [٣٦، ص ١٣٨]، فضلاً عن ذلك يُعد أحد أساسيات الترويج يهدف إلى نقل رسالة قسدية تسويقية من أجل جذب أنباه الجمهور المستهلك وإثارة اهتمامهم وإقناعهم بشراء المنتج [٣٧، ص ١٤].

مؤشرات الاطار النظري

١ - الفنتازيا نتاج فني تتجلى جماليتها عبر التآرجح جامعة ما بين عالمين الواقع والفق واقعي كما تضم الغريب، العجيب ضمن دائرة مداها الجمالي الواسع لذلك فهي دائرة واسعة تقع ضمن حدودها العجائبي والغرائبي، الأمر الذي اكسبها وظائف عده افرزتها بناها التشكيلية منها الوظيفة السردية، التسيقية، الإبلاغية، الانتباهية، التزيينية، التنظيمية، التبيرية.

٢- يجمع النتاج الفنتازي دلاليًا وجماليًا بين الثنائيات المتلازمة مثل (الواقع- الخيال، الحضور- الغياب، الاصل- الصورة، الشخص- الشبح، النور- الظلام، الشكل- المضمون، الزمان- المكان، الماضي- الحاضر)، فهي صياغات غريبة عن سياق مألوف.

٣- إن الصياغة الفنية الفنتازية لعناصر العمل الإعلان الرقمي لا تعتمد على حقائق معروفة وإنما توظف بوسائل وآليات غير معهودة، تتأتى جمالياتها عن طريق تجاوزها لنقل الواقع بآلية حرفية إذ أصبحت حقلاً يُعمل مدركات الخيال الواعي للفنان والمتلقي عن طريق القفز على الحدود التقليدية المألوفة بصياغات مبدعة ودقيقة.

٤- تضمنت الطروحات المعرفية للفلاسفة على تدليل واضح لمفهوم الفنتازيا، ومن أهمها طروحات (نيتشه) وتأكيد مبدأ القوة باعتباره أساس الوجود، حيث نادى بقوة الى خلق إبداعات فنتازية لكونها تمثل مجالاً رحباً تُغيب في الاحكام العقلية والقواعد المجتمعية التي انقلت كاهل الذات بما تتضمنه من قيود حُدت من حرية الفكر في أحداث التغير نحو التفكير والفعل السلوكي المجدي، إذ نادى بأهمية الفن الذي يسمو على الواقع بمسحة فنتازية تخالف الواقع وقوانينه لتتمظهر في جوهرها بمنطقية أكثر، فالفن الفنتازي يستلم صراعات الواقع وفقاً لصياغات جمالية معبراً عن أرادة القوة.

٥- تجلت الفنتازيا في طروحات (فوكو) عبر اهتمامه بالبنى الهامشية التي تهتم بالقضايا المجتمعية عن طريق البحث وتحليل الخطابات والكشف عن مدلولاتها التي تُخبئ الحقيقة فيها، لذا فهي لا تبحث عن صياغات جمالية بقدر اهتمامه حول قضايا حياتية، مؤكداً بضرورة ان يتسم الخطاب الفني بالندرة، رافضاً أن يكون إعادة صياغة المطابقة وإنما حتم أن يكون تكراراً للمتوَع والمختلف والمثير.

الفصل الثالث

أولاً/مجتمع البحث: نظراً لسعة البحث تعذر إمكانية عده إحصائياً، لذا استعانت الباحثتان بما هو متوفر على مواقع التواصل الاجتماعي، فضلاً على شبكة الانترنت الدولية والإفادة منهما في الاطلاع على النتاجات الفنية الرقمية وتحديدها بما يتلاءم مع هدف الدراسة الحالية.

ثانياً /عينة البحث:- قامت الباحثتان باختيار عينة للبحث بل عددها (٢) وبصورة قصدية وفقاً للموسوعات الآتية:

١- تقضي توجهات فن التصميم الرقمي الالكتروني والمحددة ضمن حدود البحث الزمنية

٢- انمازت العينة بالتنوع الأسلوبي والأدائي، إذ يُمكن ذلك الباحثتان من الإحاطة بالأبعاد النفسية للفنتازيا.

ثالثاً /منهجية البحث:- استعملت الباحثتان أسلوب تحليل المحتوى الكيفي منهجاً للبحث الحالي.

أنموذج ١ lateef

- اسم العمل / في أدنى الأعماق إذ تُورَع البذور

- اسم المصمم / جيفري سميث

- تاريخ النشر / ٢٠١٣

- الدولة / أمريكا

- نُفَذَ ببرنامج الفوتوشوب



تكوّن تصميم الإعلان الرّقمي وفقاً لمستويين، الأول: تمثل تحت

مستوى الأرض إذ تضمن ظهور هيكل عظمي بآلية صُوّرت مقلوبة الرأس

امتدت يده إلى أسفل قعر الأرض إذ وجود (غصن النبتة)، والذي تجاوز وتراكب مع تجلي كتلة الإضاءة، بينما جاء المستوى الآخر فوق مستوى الأرض والذي انطلق بدءاً من انتهاء قدم صورة الهيكل العظمي لتبدأ خطوات سير صورة الرجل الذي شكّل محوراً أساسياً في البناء التصميمي وهو يتقدم تجاه هالة دائرية شكلت ثيمة أساسية توسّطت فضاء البناء التصميمي، إذ أفرز الإعلان الرّقمي مضموناً نفسياً ممزوجاً بروحية الطبيعة وبآلية فنتازية، اعتمدت الألوان المعتمة، والأشكال المختزلة، وفي هذا دلالة على رغبة الفنان إلى اظهار فنتازيا ما وراء الواقع وما فيه من تفعيل القوى والخيال معتمداً في ذلك على تحقيق جملة من العلاقات البنائية التي شكّلت أبعاداً جمالية للفنتازيا، فعلاقة التبادل، التجاور، والترائب، التتابع، الاندماج، وحتى العلائقية الاشتقاقية التي تجلّت عبر توالد الدلالات اللونية والشكلية قد جعلت المألوف غريباً، تلاحم وارتباط الهيكل العظمي مع صورة الرجل على سطح الأرض وهو ما يدلّ على أنّ الخلق يُبتدأ مهما انتهت إليه الخلائق سابقاً، كما أنّ للعلاقة الاستبدالية تمظهراً متميزاً قد أفرزتها عناصر الإعلان الرّقمي، ففي أعلى الإعلان كان ظهوراً لشكل هالة من الضوء، حاول المصمم أن يُعبّر عن طريقها عن قدسية الآله، إذ زادت العمل الفني روحانية عالية التّكثيف مستعيناً بتلقائية الخط وجمالية اللون، والتي تراكبت وتجاورت مع الفضاء المفتوح، أمّا العلاقة التتابعية فقد شُغلت بكثافة عالية، فالمُتلقيّ عند مشاهدته للإعلان يقرأ أحداثه بصورة تتابعية متتفلاً بين علاقة التجاور بين عناصر البنية التصميمية بدءاً من أسفل الإعلان الرّقمي حيث الغصن والإضاءة المُشرقة والذي تجاوز واندمج مع صورة الهيكل العظمي امتداداً لأولى خطوات الرجل، وتتواصل العلاقة التتابعية مندمجة إلى أعلى العمل الفني، إذ ظهور الهالة المضئية، كما وتحققت علاقة تجاور أخرى شهدها عناصر البنية التصميمية فيها من خطوطٍ تلقائية صعدت من روحانية العمل، واندمجت مع المضمون، وتراكبت الخطوط مع اللون والفضاء المفتوح؛ لتكتف من دلالة روحانية الإعلان، وبالتالي أفرزت خطاباً اشتقاقياً مُكثفاً متعدد الإحالة ومفتوح القراءة بين بدايات الكون ونهايته ثم بدايته من جديد، لذلك جاء اختزال الألوان والأشكال لينسجم والرُهد في تفاصيل الأشكال بغية تحرير العلاقات الشكلية لتندمج مع روحيته ومضمونه مُحدثاً بذلك انتقاله من السياق الحسي نحو النسق الفنتازي باحثاً عن جمالية مثالية للتعبير والانفعال.

على مستوى الأسس البنائية لبنية التصميم الرّقمي فقد حقّقت توازناً متماثلاً، فالإضاءة فوق مستوى الأرض تتماثل نسبياً مع الإضاءة في قعر الأرض المتمثلة بـ(غصن النبتة)، كما وحقق جمالية اللون الرّقمي علاقة توازن

وانسجام، إذ تراكبت الألوان واندمجت مع بنية الفضاء وغرابة الطبيعة إذ مَنَحَتْ أجواء الإعلان بعداً جمالياً يُعمِّقُ الإحساس بالحدث ذلك أنها بالأساس لم تُعدْ خاضعة لقوانين بصرية واقعية، بل اضطبغت بالجانب التعبيري مما عمل على منحها تحرراً كبيراً وارتقاءً فنتازياً لا يتحقق إلا في تجليات الخيال، على الرغم من مرجعيته الواقعية، وعلى الرغم من كون التصميم الإعلان شهد مستويين الأول تحت مستوى الأرض والآخر تضمن أحداثاً فوق مستوى الأرض، إلا أنه جاء مُحَقَّقاً وحدةً بنائية متماسكة العناصر، فالتمازج الجمالي القائم بين عناصر الإعلان الرقمي من خطوط، ألوان لم تشتت ذهن المُتلقي؛ لكونها اتَّسمت بطابع دينامي، بل تظهر كبنية جمالية فنتازية واحدة، فضلاً عن ذلك فقد غطت السيادة اللونية بشكل واضح على بنية التصميم بأكمله، بينما شهد الثباين حضوراً متميزاً عبر جمالية الإضاءة مع عتمة اللون، حضور الشخص مع الهيكل العظمي، كما وكان لتلقائية الخطوط وتكرارها ديناميكية مليئة البناء الرقمي إيقاعاً متنوعاً زاد فاعلية الإعلان وروحانية الهدف الإرشادي الذي تم تصميمه لأجله على مستوى البعد المعرفي والفلسفي، أُفرِزت بنية الإعلان عن أبعاد شتى تضمنت البعد المادي، إذ على الرغم من فنتازيته العالية – أي: الإعلان، إلا أنه جاء مُوظَّفاً لغاية دينية إرشادية ذات هدف سامي يعلو بالإنسان نحو القيم العليا والسلوك القويم، إذ وظَّفَ المصمِّمُ أبنية شكلية ولونية توظيفاً فنتازياً خاصاً أخرجها عن مألوفيتها ليمنحها جانباً روحياً يخرق أفق توقُّع المُتلقي، مع الاحتفاظ بحسِّيَّتها حتى لا يفقد الإعلان وشائجهُ مع الواقع ويصبح بمنأى عنه، وإنما أراد المصمِّمُ أن يجعل من حسيَّة الأشكال والألوان الانطلاقة نحو فك شفرات العمل الإبداعي عن المعاني المضمرَّة وبالتالي تصبح عملية الاتصال والتفاعل ذات دينامية معرفية بدنياميكية عالية، لذلك فإنَّ تجسيد فكرة وجودية مادية ما هو في الحقيقة إلا أحواله وأحاطه بقيق ما ورائية والتي تقف مخبوءة خلف فنتازيا التصميم ذاته، فالمضمر يجعل المُتلقي في حالة تأمل ويحثُّ فكري يُنقَّب ويحلُّ الحدث ويجهد في متابعة حفريات البنية الإعلان، والاستمرار في إقامة التواصل وفك شفرات النص الإعلان وتجلي ذلك في (غصن النبتة) الموجود في أسفل أعماق الأرض والضوء الخارج منه يوازيه بنائية (هالة الضوء) في أعلى الإعلان المُتمثلة بالذات الإلهية كقيمة (روحانية/ إنسانية) غلبت تخفي وتقرز دلالات تجعل المُتلقي في حالة تفكير وتأمل عميق يبعده بالتألي عن القراءة السطحية، فالعمل الفني حَمَلَ في طياته معنى خفياً يوجي أكثر مما يُصرِّح، يُحفِّز الإدراك المعرفي للمتلقي ويحرره من سطوة الإدراك الحسي وماديته المحدودة.

حقق الإعلان الرقمي بعداً فلسفياً اجتماعياً وذلك عبر تسويفه لرسالة قصدية أراد إيصال خطابها بروحانية معبرة حول مصير الإنسان فأصبحت الرسالة مفتحة القراءة متسمة بطابع إنساني شمولياً يحاكي مشاعر كل متلقي لا يقف عن شخص محدود وإنما رساله توصله اجتماعية تطرح خطاب بروحانية فنتازية أكثر دهشة واثارة بغض النظر عن الزمان والمكان، فيحسب للاندماج معه كما، وتمظهرت أبعاد التبدل والتحول والتي تمثلت في صورة (الهيكل العظمي) تحت مستوى الأرض وصورة (الرجل فوق سطح الأرض) بألية فنتازية حَقَّق تحوُّلاً وتبدلاً وعلاقة تجاوز وتتابع، وبالتالي اشتقاق لمعنى جديد يحمل مضموناً فلسفياً وجودياً، فأنبثق خطابٌ يحمل رؤية تصوُّر لنا بشكل فنتازي جمالي روحانية العالم الآخروي ومُلاقاء الإنسان لمصيره الأمر الذي حَمَلَ الإعلان الرقمي بنزعة دينية إرشادية وتوجيهية في الوقت ذاته. يحثُّ المُتلقي على اتِّباع طريق الخير، كما لم يخل الإعلان الرقمي من بعداً فلسفياً

تغريباً تمثل في انفتاح الفضاء والهالة الضوئية التي توسطته، فقللت من فتازيا الحدث الإعلاني والانتقال من الواقع الوجودي نحو واقعاً مثالياً سامياً أفعم بروحية عالية، وفي المقابل شملت حوارية الأبنية الشكلية واللونية في أسفل الأرض والخطوط المتراكبة والمتداخلة مع بعضها البعض والتي اندمجت مع ظلمة المكان مثلت بعداً اجتماعياً فتازياً ذو مسحة وجودية بالأساس.

أما على مستوى البعد النفسي فقد أفرز الإعلان الرقمي مضامين نفسية عدة يمكن الإحساس بفاعليتها عبر العناصر البنائية للتصميم (الشكلية واللونية)، فضلاً عن الفضاء المفتوح للإعلان جمع بين اللاوعي الفردي والجمعي، فالإعلان أفصح عن قضية وجودية ترحل للعالم الآخروي، فخطابها جاء يحمل هدفاً توجيهياً و تواصل اجتماعياً، كما وحقق الإعلان الرقمي بعداً نفسياً تعويضياً، فهل الخير تمثل في غصن النبتة وجمالية الإضاءة التي تحولت بجمالية فتازية روحاً تمثلت في صورة الرجل وهو يتخطى نحو العالم الآخروي (فوق سطح الأرض)؟ فأبعاد الفتازيا النفسية اتضحت عبر دافع تقرير الذات بانثاق قوة إيجابية تسيطر على الحياة، وتقوّم من سلوك الفرد بآلية خيالية اتبعها الفنان حتى تنظم أسلوباً، وتعد بالتالي أنموذجاً قوياً يحمل هدفاً أخلاقياً سامياً، خطاباً اشهارياً يعلو على الواقع ليكون أكثر ارتعاداً ونقاءً؛ لذا فالإعلان هنا مثل جانباً تعويضياً ايجابياً ذا مسحة فتازية وفقاً لطروحات (أدler).

أما على المستوى الاجتماعي الثقافي، فقد تضمن الإعلان جانباً من الثقافة الدينية جسدها المصمم لتمثيل خطاباً تواصلياً بين حياة الواقع واللاواقع مع المتلقي (غصن النبتة، القيمة الضوئية، الهالة المضيئة) وهي ثقافة متداولة تفرز دلالة روحية معبرة ومتداولة بين الشعوب لذا فالإعلان الرقمي شكّل تجسيدا ثقافياً أذاب الحدود وسمح بانفتاح الضوئية الهوية؛ هوية الأنا مع هوية الآخر، لكونه أي: الإعلان تضمن فتازية وجودية تعبر وتحاكي الفكر الديني لمختلف الشعوب على أديانهم ومعتقداتهم، فعلى الرغم من أديانهم ومعتقداتهم، وعلى الرغم من كون الإعلان يحمل خطاباً دينياً روحياً، إلا أنه لا يقف عند معتقد محدد، وإنما أصبح منفحة الهوية يخاطب مختلف الديانات ومختلف الأعراق والقوميات .



- اسم العمل / ملينة بالقمامة

- اسم المصمم / جريغورز روتكوفسكي

- تاريخ النشر: ٢٠١٩

- الدولة / بولندا

- نفذ ببرنامج / الفوتوشوب

يُصور العمل الإبداعي صورةً إعلانيةً مشوهةً لشخصية (الموناليزا) إذ شوّهت ملامح الشخصية عبر ملئ السطح الإعلاني والفضاء بالنفايات، إذ عمل المصمم على نفي وتقويض مقاييس الجمال المثالي محوّلًا قيمتها الجمالية إلى مضمون الواقع المادي

بأسلوبٍ أدهشَ المتلقي وفقاً لمرونةٍ وحريةٍ الفنانِ في التلاعبِ واضفاءِ التأثيراتِ الرقمية، إذ صُمِمَ هذا الإعلان وفقاً لآليةِ الحذفِ والإضافةِ ليدل على خطورةِ التلوثِ؛ وذلك بجعله أكثر غرابةً وبأسلوبٍ فنتازي يتقاطع مع فكرةِ الجمال التقليدي والنظم الكلاسيكية المُتَّبَعَة واستبدالها بمسحةِ فنتازية حَمَلَتْ في طياتها المعقول واللامعقول.

حققت بنية التصميم الرقمي أبعاداً جماليةً بنائيةً أفرزتها العلاقة الاستبدالية للعناصر الإعلان، إذ نجح الفنان في استبدال الإضافات المتمثلة في مجموعة من النفايات متضمنة: الأشكال، الخطوط، الألوان، استبدالاً عن شكل الموناليزا، يُعد افتراضي أحال المتلقي لعالم فنتازي انبثق عبر جمالية الصورة الإعلان وفقاً لآلية التحريف والتحول، عمل ذلك على تأجيج مضامين دلالية ونفسية للنص الإعلان، فعلى الرغم من واقعية الشكل المُفْرِطَة إلا أنَّ العلاقة الاستبدالية المتمثلة في اضافته النفايات والخردة فعل من طاقة العمل الفنتازية، وفضلاً عن عناصر التصميم الأخر كاللون، القيمة الضوئية، الفضاء، فجمالية اللون مع الإضاءة فَعَلَتْ من جمالية الإعلان ووطدت علاقته بتناقضات الواقع، كما حقق الفضاء علاقة استبدالية، إذ استبدل الفنان خلفية الموناليزا بالنفايات والخردة المتنوعة حتى تراكب واندمج مع الشكل الإعلان وتداخل معه، كما استعان الفنان بفاعلية اللون الأسود لشكل الموناليزا والفضاء وعبر استخدام برنامج (الفوتوشوب) منح الإعلان الرقمي بعداً جمالياً فنتازياً خيالياً حين تجاوز الشكل مع الفضاء، وبالتالي اندمج وتراكب ليعبر عن سوداوية الواقع ورفضه، بل والثَّمرد عليه عبر الإطاحة بالقيم الجمالية وهدم مركزيتها، كما وحقق الإعلان الرقمي علاقة اندماجية، عبر تلاشي شكل الموناليزا مع الفضاء بالمعالجة الرقمية المتقنة حقق علاقة تراكب، وبالتالي علاقة اشتقاق، حمل ذلك النص الإعلان دلالات اشتقاقية جديدة أفرزتها البنية الافتراضية للإعلان، وهي بطبيعة الحال مغايرة للمعنى الذي حملته شكل الموناليزا لدافنشي.

على مستوى الأسس البنائية جاءت القيمة الضوئية بكثافةٍ عاليةٍ تُعْطِي توازناً وتبايناً لبنية التصميم (جمالية الضوء مع اللون الأسود)، فالضوء تجاور مع اللون الأسود القائم الأمر الذي منح الإعلان ديناميكية بصرية وانفعالية مثيرة وذلك باندماجها مع الشكل والفضاء، بما تتضمنه من نفاياتٍ وخردة، وهو ما جعل فنتازية البنية التصميمية قريبة من الواقع ومفارقة له في آنٍ واحدٍ، فضلاً عن ذلك بدت البنية الرقمية كوحدة متماسكة إذ تداخل وتراكب اللون مع الشكل والفضاء، كما شغلت السيادة البصرية لشكل الموناليزا الريادة في خلق حوار جمالي بنائي بأليةٍ ساخرةٍ يشيرُ بدلالته إلى تسلطِ الضوء على خطورة تبدل القيم الإنسانية بأسلوبٍ يتمرد على الواقع، فالإعلان حمل خطابات أيديولوجية ذات مضامين عدة منها: اجتماعية، سياسية، اقتصادية الخ.

تضمن الإعلان الرقمي أبعاداً معرفيةً تَمَظْهَرَتْ عبر آلية الحذف والإضافة والتحوير، وهو ما أضفى عليه مسحةً جماليةً محرّفةً عن النسخة الأصل، وذلك عبر هدم بنائية شكل الموناليزا ذاتها؛ بغية الكشف عن أبعاداً فكريةً بجمالية رقمية تدهش المتلقي، وتثير اهتمامه عبر خروج المصمم عن مألوفية التنفيذ وخرق المعقول نحو فضاءات الخيال الحر بأبداعٍ متقنٍ، فتلاشي الشكل مع الفضاء وتضييع معالمه فيه دلالة إحالية واضحة لانهايار وتقويض القيم الجمالية، فالمهمش أصبح يمثل بؤرة دلالية تتجدد بتعدد القراءات وانفتاح النص مع الاحتفاظ بطابع الرَّد السَّاحِر من تناقضات الواقع الذي استبدل ما هو قيمٌ بأخرٍ مبتذل، وعلى الرغم من الانتشار الكثيف لقطع النفايات إلا أنَّ الإعلان عمل على تكثيف الدلالات وانفتاح التأويل وفقاً لتعدد بؤر المعنى على الصعيدين الشكلي والنفسي، وهذا يتفق مع

طرح (دريدا) بضرورة هدم الهرمية العقلية وزعزعت بنائية النص والكشف عن المخبوء والمسكوت؛ لذلك عمل المصمم على ضرب المركز وهدم نسقيته بالية التموهيه مُسلطاً الضوء على موضوعات تمثل صلب المجتمع بأسلوب خرج عن المألوف وفقاً لنسق النظم العقلية الصارمة مُفصحاً عن خطاب يتضمن العقلي واللاعقلي معاً بأسلوب رقمي واعٍ متخذاً من الشكل الفني ذريعةً للتكوين، فالعمل الإعلاني تضمن نداءً خفياً ضمناً قابلاً خلف البنية الشكلية، وهذا يتفق مع الطرح النيتشوي بضرورة نفس الرؤية الجمالية المعتادة وإزاحة القيم الجمالية المتداولة والتّمرد عليها، بالية إزاحية تتبّع من الضرورة الإنسانية واستبدالها بواقع تعويضي افتراضي فنتازي.

كشفت بنية التصميم الرقمي عن أبعاد نفسية جامعة ما بين الوعي الفردي واللاوعي الجمعي على حد سواء، وهو ما جعله متمسكاً بالغربة الدلالية عن طريق جدلية الجمال والقبح وعبر معالجة المصمم الرقمية في تشويه معالم الجمال وإزالة انوثة شكل الموناليزا، بوصفها أيقونة الجمال محققاً علاقةً استبدالية، إذ استبدل جمال الشكل بقبح تشويبه حملت في مضمونها بعداً نفسياً متمثلاً في الرفض، والتّمرد على الضغوط والقيم المجتمعية بأسلوب ساخر أخرج البنية الإعلانية من حسيّة الشكل ومألوفيته نحو عالم الخيال الواعي بحريّة تامة ومعالجة متقنة مما أكسب الإعلان الرقمي فنتازية وجودية بمعالجة رقمية، إذ غيّب الفنان/ المصمم ملامح الشكل وحدوده مع الفضاء، وبذلك ضرب مركزية الشكل وأصبح الإعلان لا يقتصر على شكل أو ذائقة ثقافية محددة، وإنما إنماز بانفتاح الهوية وتعدد القراءة.

الفصل الرابع نتائج البحث وتغيرها:- الفنتازيا جنسٌ إبداعيّ متحرّر من قيود الواقع مبالغٌ في افتتان خيال المتلقّي؛ لكونه قوةً دافعةً وراء استبطان الواقع، فهو نشاطٌ إبداعيّ يُفضي إلى خلق صورٍ ذهنيةٍ تُقدّم بصيغٍ وأفكارٍ متمردةً باليةً شكليةً مميزةً، وكونه جامعاً تحت مظلتِهِ (العجيب، والغريب، والدهش) ممّا يجعل بناء مليئةً بالعلامات الدلالية التي تحمل رمزيةً مضمّنةً، فيكون متميزاً بحالةٍ من التفرد ليس على المستوى الشكليّ فحسب، بل على المضمون كذلك، معتمداً على حقائق معروفةٍ، ومُنقّداً بوسائل غير معهودة.

٢- الفنتازيا جنسٌ فنيٌّ يقوم وفقاً لقواعد وأساليب منظّمة، وجماليةً أدائيّةً بارعة، وتقنيّةً دقيقة، معتمدٌ الرؤية الحداثيّة، ومواكبٌ لتطورات الواقع، ومتضمّنٌ الحداثة المعاصرة والمبتكرة، فضلاً عن احتفاظه بالفلكلور والتراث ممّا يجعل نصّه مُحَمَّلاً ببعيدٍ جماليّ دلاليّ مُفَعِّمٍ بحالةٍ من الدهشة، فيجذب المتلقّين، ويُثري فكرهم ووعيهم.

٣- اتّسم الإعلان الفنتازي الإلكتروني بكونه نشاطاً إبداعياً ذهنياً واعياً يُقدّم باليةً مُتحرّرة، ويُنفّذ بتقنياتٍ شكليةٍ مميزةٍ يتجلّى انبثاقها في عوالم افتراضيةٍ مفارقةٍ للواقع، تستقي أحداثها من الجمع ما بين الحقيقة والحلم ممّا يجعل بنائية التصميم متخلّلة الحدود ومنسجمة في آنٍ واحدٍ.

ثانياً / الاستنتاجات:- في ضوء نتائج البحث توصلت الباحثة إلى الاستنتاجات الآتية:-

١- الفنتازيا تستند إلى أرضية معرفية وفنية خصبة لأنّها ثمرة لسعي جمالي مرجعة ذو جذور ثقافية، تاريخية، مما جعل موضوعاتها مزيجاً لخطاب أيديولوجي يعكس أحداثاً ثقافية/ مجتمعية.

٢- تنوعت الأبعاد الجمالية للفنتازيا عبر تجلياتها في بنية التصميم الإعلاني الرقمي وفقاً لأساليب متعددة اتبعتها المصمم ليفصح عن قصيدة إرسالية حملت مضامين سايكلوجية، وبهذه الآلية أصبح الإعلان الرقمي طرماً وكلاً

لإشكاليات الحياة المعاصرة التي يعيشها لإنسان سواء كانت اجتماعية - نفسية وفي الوقت نفسه تنتج فضاءً إبداعياً يجد فيها الإنسان متنفساً له يعبر عن طريقها عن تنامي رغباته وميوله بشكل متسارع كما هو الحال في طبيعة الحياة المعاصرة .

ثالثاً/ التوصيات:- في ضوء ما أسفر عنه البحث من نتائج أو استنتاجات توصي الباحثة بالآتي:- ١- ضرورة توجيه ذائقة الطلبة نحو إقامة معارض الكترونية تتضمن الفنون الرقمية ومنها التصميم حتى يعاصر الطلبة المستجدات التكنولوجية والاستفادة من معطياتها.

٢- إقامة دورات وورش تعليمية عن استخدام البرامج الالكترونية نحو منصّات المواقع الألكترونية، وشبكة الانترنت العالمية لتدريب الطلبة على آلية التفاعل الآني والحرّ مع تقنية الحاسوب وتنمية إمكانيات الطلبة في الأداء الفني المعبر .

رابعاً / المقترحات :- تقترح الباحثة اجراء الدراسات الآتية:-

١- الفنتازيا وتمثالاتها الجمالية والدلالية في فنون ما بعد الحداثة.

CONFLICT OF INTERESTS

There are no conflicts of interest

المصادر

- [١] بهلولان، منير: أنواع الفنتازيا، مجلة ومضات فانتازيا، العدد ٣٨، ٢٠٢٠.
- [٢] عبد الحميد، شاكر: الغرابة المفهوم وتجلياته في الادب، المجلس الوطني للثقافة والفنون، والآداب، عالم المعرفة، الكويت، ٢٠١٢.
- [٣] علام، حسين: العجائبي في الادب من منظور شعرية السرد، ط١، الدار العربية للعلوم ناشرون، الجزائر، ٢٠٠٩.
- [٤] لوكاش، جورج : الرواية كملحمة برجوازية، ط١، ت: جورج طرابيشي، دار الطباعة، ١٩٧٩.
- [٥] زيرافا، ميشال: الأسطورة والرواية، ط٢، ت: صبحي حديدي، منشورات عيون، الدار البيضاء، ١٩٨٦.
- [٦] زيرافا، ميشال: الأسطورة والرواية، ط٢، ت: صبحي حديدي، منشورات عيون، الدار البيضاء، ١٩٨٦.
- [٧] ابن سيده: المحكم والمحيط الأعظم، تح: خليل إبراهيم جفال، ج٧، بيروت، ط١، دار إحياء التراث العربي، ١٩٩٦.
- [٨] بدوي، أحمد زكي، وآخرون: المعجم العربي الميسر، ط١، دار الكتاب المصري، القاهرة، ١٩٩١.
- [٩] معلوف، لويس: المنجد في اللغة، ط٢٢، دار الشرق، بيروت - لبنان، ١٩٧٥.
- [١٠] البعلبكي، منير: المورد القريب: قاموس إنكليزي - عربي، دار العلم للملايين، بيروت، ٢٠٠٣.
- [١١] ابن منظور، لسان العرب، الناشر: دار صادر - بيروت، ط ٣ - ١٤١٤ هـ ١٣/٢٨٨.
- [١٢] مصطفى، إبراهيم، وآخرون: المعجم الوسيط، ج ٢، الناشر: دار الدعوة، ب ت.
- [١٣] راشد، أحمد عادل: الإعلان، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، ط ١، ١٩٨١.

- [١٤] مصطفى، إبراهيم، وآخرون: المعجم الوسيط، ج ٢١، الناشر: دار الدعوة، ب.ت.
- [١٥] جلاب، إحسان دهش، العابدي هاشم فوزي: التسويق وفق منظور فلسفي ومعرفي، ط ١، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٠.
- [١٦] ليشته، جون: خمسون مفكراً أساسياً معاصراً من البنيوية الى ما بعد الحداثة، ط ١، توزيع الدراسات الوحدة العربية بيروت- لبنان، ٢٠٠٨.
- [١٧] أندلسي، محمد: نيتشه وسياسة الفلسفة دار طوبقال للنشر، الجزائر، ٢٠٠٦.
- [١٨] نيتشه، فريدريك: هكذا تكلم زرادشت، ت: فليكس فارس، المكتبة الثقافية، بيروت- لبنان، ب.ت.
- [١٩] فنك، أويغن: فلسفة نيتشه، ت: الياس بدوي، منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي، دمشق، ١٩٧٤.
- [٢٠] بولس، سلامة: الصراع في الوجود، دار المعارف، مصر، ١٩٥٢.
- [٢١] الرضي، إنصاف: علم الجمال بين الفلسفة والابداع، ط ٢، دار الفكر، عمان، ٢٠٠٧.
- [٢٢] عباس، فيصل: موسوعة الفلاسفة، ط ١، دار الفكر العربي، بيروت- لبنان، ١٩٩٦.
- [٢٣] كريزويل، أدين: عصر البنيوية، ط ١، ت: جابر عصفور، دار سعاد الصباح، الكويت، ١٩٩٣.
- [٢٤] أباه، السيد ولد: التاريخ والحقيقة لدى ميشال فوكو، دار المنتخب العربي للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ٢٠٠٤.
- [٢٥] أمينة، ضرباني: الذات والمؤسسة عند ميشال فوكو، مجلة سلسلة الأنوار، مختبر الأنساق البنيات - النماذج والممارسات، جامعة وهران، العدد ٨، المجلد ٣، ٢٠١٨.
- [٢٦] حليفي، شعيب: شعرية الرواية الفنتاستيكية، ط ١، منشورات الاختلاف، الجزائر، ٢٠٠٩.
- [٢٧] الكحلي، شعبان رجب: الفنتازيا في أداء الممثل، مطبعة السيماء، بغداد، ٢٠١٦.
- [٢٨] أبت، ت. ي: أدب الفنتازيا، مدخل إلى الواقع، ت: صبار سعدون السعدون، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، ١٩٨٩.
- [٢٩] مصطفى، جلال مصطفى: الفنتازيا في النص المسرحي العراقي المعاصر، مسرحية (طنطل) أنموذجاً، مجلد ١٢، العدد ٢٤، جامعة ميسان، كلية التربية الأساسية، ٢٠١٦.
- [٣٠] أبت، ت. ي: أدب الفنتازيا، مدخل إلى الواقع، ت: صبار سعدون السعدون، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، ١٩٨٩.
- [٣١] أبت، ت. ي: أدب الفنتازيا، مدخل إلى الواقع، ت: صبار سعدون السعدون، دار المأمون للترجمة والنشر، بغداد، ١٩٨٩.
- [٣٢] محمد، طارق إسماعيل: المرجع في التصميم الجرافيكي والاتصال المرئي، ط ١، الآفاق المشرقة ناشرون، المملكة الأردنية، ٢٠١١.
- [٣٣] قنيقة، إيناس: اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الإعلان على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير، جامعة منتوري - قسنطينة، الجزائر، ٢٠٠٩.

[٣٤] موصلي، إبراهيم: دور محددات اتجاهات العملاء نحو الإعلانات عبر شبكة الانترنت في سلوكهم الاستجابي.

[٣٥] كاظم، بتول راضي وسبتي، إبراهيم حمدان: فاعلية البنية التصميمية الافتراضية في الإعلان الرقمي، مجلة الاكاديمي، العدد ٩٣، ٢٠١٩.

[٣٦] العلاق، بشير ومحمد ربيعة، محمد علي: الترويج والإعلان التجاري، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الاردن، ٢٠٠٧.

[٣٧] البدراني، فاضل محمد: الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري، ط ١، منتدى المعارف، بيروت- لبنان، ٢٠١٧.