

التصميم الكرافيكي المفاهيمي وفاعليته في الترويج الإعلاني

Conceptual graphic design and its effectiveness in advertising promotion

أ.م. رعد منذر احمد

Assistant Professor Raghad Munther Ahmed

أ.م.د. ايمان طه ياسين

Assistant Professor Dr. Iman Taha Yassin

كلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد

The College of Fine Arts/University of Baghdad

ملخص البحث:

ادت التكنولوجيا وتطوراتها المتسارعة إلى إحداث تغيير شامل في شتى مجالات الأنشطة الإعلانية والدعائية، التي تتشكل على هيئة وسائط دعائية وترويجية وبيئات إفتراضية وغيرها من الأنظمة التفاعلية، ومن هنا برز مفهوم الفن المفاهيمي والذي بدأ بعرض الحركة الفنية المفاهيمية في الستينيات من القرن الماضي، والتي رفضت المفهوم السائد للممارسة الفنية التي شكلت النصف الأول من القرن العشرين، حيث نظرت حركة الفن المفاهيمي إلى الفن على أنه شيء لم يتم تحديده حصرياً من خلال الخصائص الجمالية فحسب، ولكن أيضاً من خلال المفاهيم والأفكار ذاتها، ومن هنا تولدت لدى الباحثة تساؤلات عدة حول مفهوم التصميم الكرافيكي المفاهيمي ومدى فاعليته في الترويج الإعلاني و وضع الفرضيات والهدف الأساس من تحقيقها على وفق منهجية البحث، وتستخلص الباحثة مشكلة البحث بعدة تساؤلات تمركزت حول:- ماهي العلاقة ما بين مفهوم التصميم الكرافيكي والتصميم المفاهيمي؟، بينما أهمية البحث جاءت من خلال التأكيد على أنظمة التفكير في التصميم المفاهيمي وبيان مدى أهميته في التصميم الكرافيكي والبحث في أسس وقواعد بناء مفهوم الفكرة في التصميم المفاهيمي، بينما كان هدف الدراسة الحالية هو:

- التعرف على التصميم المفاهيمي وبيان مدى فاعليته في الترويج الإعلاني للمنتج الطباعي، كما شملت الدراسة في اطارها النظري على مبحثين، الاول: الفن المفاهيمي النشأة والمفهوم والثاني: الفكرة والخيال الإبداعي في الفن المفاهيمي، وفي اجراءات البحث الحالي تبنت الباحثة المنهج الوصفي في تحليل نماذج الدراسة ومن ثم عرضت الدراسة نتائجها وأهمها:

. تشكلت وسائل التعبير عن الفكرة لفن المفاهيمي من خلال إثارة التساؤلات والإفتراضات التي تؤدي إلى تخطي الأثر الفني بغية إدراك المضمون الكامن وراءه، والتركيز على الفكرة بدل الشكل، وإثارة وتحريك العديد من المفاهيم الأساسية في ذهن المتلقي وصولاً إلى الأهداف وغايات العمل الفني واستنتاجات والتي جاءت أهمها:

١. اتسمت التصاميم الإعلانية بالمعالجات الجاذبة والتي أستندت إلى إيجاد مفاهيم جديدة مزجت ما بين عناصر متناقضة مما نتج عنها تصميم إعلانات حملت أفكار مفاهيمية مبتكرة.

٢. تظهر التصميم الكرافيكي المفاهيمي في الملصقات بإعتماد مضمون الفكرة التي شكّلت بإعتبارها العنصر الأهم في العمل الفني.

الكلمات المفتاحية: التصميم الكرافيكي ، الفن المفاهيمي ، الفاعلية ، الترويج الإعلاني

Summary:

Technology and its rapid developments have led to a comprehensive change in the various fields of advertising and propaganda activities, which are shaped in the form of advertising and promotional media, virtual environments and other interactive systems, hence the concept of conceptual art, which began with the presentation of the conceptual art movement in the sixties of the last century, which rejected the concept The dominant artistic practice that shaped the first half of the twentieth century, as the conceptual art movement viewed art as something that was not exclusively defined by aesthetic characteristics, but also by the concepts and ideas themselves. Hence, the researcher raised several questions about the concept of graphic design.

conceptual and its effectiveness in e-marketing and setting hypotheses and the main goal of achieving them according to the research methodology. Conceptual study and an indication of its importance in graphic design and research in the foundations and rules for building the concept of the idea in conceptual design, while the goal of the study was current header to

-Identifying the conceptual design and showing its effectiveness in advertising promotion and marketing of the printed product. In its theoretical framework, the study included two sections, the first: conceptual art, its origins and the concept, and the second: the idea and creative imagination in conceptual art, and in the current research procedures and the adoption of the descriptive approach in analyzing the study models and Then the study presented its results, the most important of which are:

.The means of expressing the idea of conceptual art were formed by raising questions and assumptions that lead to overcoming the artistic effect in order to realize the underlying content, focus on the idea rather than the form, and stir up and move many basic concepts in the mind of the recipient to reach the goals and objectives of the artwork.

The most important conclusions:

١. The advertising designs were characterized by attractive treatments, which were based on creating new concepts that mixed contradictory elements, which resulted in designing advertisements that carried innovative conceptual ideas.
٢. The conceptual graphic appears in the posters by adopting the content of the idea that was formed as the most important element in the artwork

Keywords: graphic design, conceptual art, effectiveness, advertising promotion

الفصل الأول : الاطار المنهجي

مشكلة البحث:

لقد شهد القرن الواحد والعشرون تطوراً معرفياً وتكنولوجياً، بان أثره في كافة مفاصل الحياة منها الإعلامية والإعلانية، ويعد التعليم والترويج والتسويق الإعلامي من المجالات التي تستوجب تطويراً مستمراً وبما يواكب الإحتياجات التي تفرضها حاجة السوق والتطور المعرفي والتكنولوجي في كل فترة زمنية وذلك من خلال إخراج المتلقي من الطريقة التقليدية إلى أسلوب فني متفرد يحاكي الحاجة المعرفية والنظرية والعملية.

ومن هنا برز مفهوم الفن المفاهيمي والذي بدأ بعرض الحركة الفنية المفاهيمية في الستينيات من القرن الماضي، والتي رفضت المفهوم السائد للممارسة الفنية التي شكلت النصف الأول من القرن العشرين وبشكل أكثر تحديداً، رفض مؤيدو هذه الحركة فكرة أن الممارسة الفنية التي تعتمد بالضرورة على إنشاء منتج نهائي مادي وعلى نحو فعال، حيث نظرت حركة الفن المفاهيمي إلى الفن على أنه شيء لم يتم تحديده حصرياً من خلال الخصائص الجمالية فحسب، ولكن أيضاً من خلال المفاهيم والأفكار ذاتها، بحيث تمثلت المفاهيمية بالتصميم الكرافيكي المفاهيمي ومدى فاعليتها في الترويج الإعلاني و وضع الفرضيات والهدف الأساس من تحقيقها و على وفق منهجية البحث.

وتستخلص الباحثة مشكلة البحث بعدة تساؤلات تمثلت بالآتي:

- ماهي العلاقة ما بين مفهوم التصميم الكرافيكي والتصميم المفاهيمي؟ وماهو دور التصميم المفاهيمي في الترويج الإعلاني؟

أهمية البحث والحاجة إليه:

أهمية البحث والتي يمكن إيجازها بالآتي:

- التأكيد على أنظمة التفكير في التصميم المفاهيمي وبيان مدى أهميته في التصميم الكرافيكي والبحث في أسس وقواعد بناء مفهوم الفكرة في التصميم المفاهيمي.

- رفد مكتبة الفنون بمفهوم وأدبيات التصميم المفاهيمي.

- التوسع في دراسة التصميم المفاهيمي بوصفه الفكرة التي تصنع الفن (التصميم).

هدف البحث: ويهدف البحث إلى:

- التعرف على التصميم المفاهيمي وبيان مدى فاعليته في الترويج الإعلاني للمنتج الطباعي.

حدود البحث: ويتحدد البحث الحالي في:

- الحدود الموضوعية: التصميم الكرافيكي المفاهيمي من خلال الفكرة التي يبني على وفقها التصميم المفاهيمي في سياق الترويج الإعلاني.

- الحدود المكانية: الإعلانات الترويجية لمنتجات شركة ايكيا السويدية (IKEA) وذلك لكونها من المؤسسات الإعلامية العالمية التي شهدت تطوراً تكنولوجياً وتقنياً وعلى كافة الأصعدة ومنها في مجال ترويج منتجاتها بإعتماد التصميم الكرافيكي المفاهيمي.

- الحدود الزمانية: تحددت حدود البحث الزمانية للعام ٢٠١٩.

تحديد المصطلحات:

التصميم الكرافيكي - إصطلاحاً: عرف التصميم : بأنه فعالية خلاقه تتضمن إيجاد شيء جديد ومفيد الذي

لم يكن موجوداً سابقاً

^١، وعرفها الفنان وليم أديسون دوينغر عام ١٩٢٢ على انها (عملية جمع العناصر المختلفة في صفحة واحدة بشكل جذاب) وهو اول من أطلق تسمية التصميم الكرافيكي ^٢.

التصميم الكرافيكي - إجرائياً: هو عمل ابداعي يقوم به مصمم بناء على متطلبات العميل هدفها إيصال

رسالة مؤثرة للمتلقى المستهدف بوصفه وسيلة إيصال محتوى مفهوم باستخدام وسائل تقنية مختلفة.

التصميم المفاهيمي - إصطلاحاً: يعرف على انه: النظرة الذهنية من خلال الفكرة على حساب المنجز الذي

ينساق من مواد قد تكون غير ملائمة^٣، كما عرف :على إنه تحويل فكرة ما وجعلها ملموسة، فالتصميم المفاهيمي هو مرحلة مبكرة من عملية التصميم، حيث يتم توضيح الخطوط العريضة للوظيفة وشكل شيء ما، يتضمن تصميم التفاعلات والخبرات والعمليات والاستراتيجيات، كما إنه ينطوي على فهم احتياجات الناس وكيفية تلبيتها بالمنتجات والخدمات والعمليات^٤

التصميم المفاهيمي - إجرائياً: عرفته الباحثة اجرائيا على انه قوة الفكرة، وليس المادة في التصميم المفاهيمي

إذ إن الفكرة وآليات إشتغالها تعد أكثر أهمية من التعبير المادي والتأسيس للأفكار الأساسية والتعبير عنها بصرياً مما يسهم في رواج المنتج وفاعلية ترويجه وتسويقه إعلانياً.

الفاعلية لغوياً: (أسم)، الفاعلية: وصف في كل ما هو فاعل، مصدر صناعي، من فاعل: مقدرة الشيء على

التأثير^٥.

الفاعلية اصطلاحاً: عرفها هولاند وآخرون "بأنها مجموعة التوقعات لتي تجعل شخصاً ما يعتقد ان المسار

الذي سيتخذه سلوكاً ما سيحظى بالنجاح^٦.

الترويج لغة: عرف روج: راج الشيء يروج رواجاً بالفتح أي نفق ورَّوجهُ غيره ترويجاً نفقة وفلان مُرَّوجٌ بكسر

الواو^٧

الترويج اصطلاحاً: عرف بانه أنشطة الإعلان والتسويق وترويج المبيعات (معجم المعاني العربية). ترويج

المبيعات: (جر) عملية التسويق التي تهتم بتشجيع أعمال البيع وفعالية التوزيع^٨

الترويج - إجرائياً: عرفته الباحثة اجرائيا على انه: هو مجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى إيصال الرسالة التسويقية للعملاء المستهدفين وبوسائل تأثير فكرية مختلفة من خلال إعلام العملاء بمزايا وعروض المنتجات والخدمات، وذلك بهدف خلق الوعي حول الشركة ومنتجاتها إضافة إلى تحقيق زيادة في المبيعات.

الإعلان لغة: كم عرف في معجم مقاييس اللغة: " العين واللام والنون أصلٌ صحيحٌ يدلُّ على إظهار الشيء،

والإشارة إليه، وظهوره^٩

الإعلان اصطلاحاً: يعرف على انه الاشهار لكافة الأنشطة التي تقدم كمجموعة بطريقة غير شخصية - مرئية أو شفوية عن طريق رسالة معلومة المعلن بسلعة أو خدمة أو فكرة معينة وهو الوسيلة غير الشخصية لتقديم الأفكار والترويج عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع^{١٠}

الإعلان - إجرائياً: هو وسيلة مصممة تهدف إلى التأثير المطلوب من بائع إلى مشتر وعلى أساس غير شخصي، وبوسائل تأثير مختلفة لتقديم الأفكار والترويج عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع.

الفصل الأول: الاطار المنهجي

المبحث الأول: المفاهيمية بين الفلسفة والفن :

ظهر التصميم الكرافيكي بقوة في مطلع القرنين التاسع عشر والعشرين مع تطور الإنتاج الصناعي، اذ بدأ المصنعون يفكرون للترويج مع ظهور المنتجات الصناعية بمختلف تنوعاتها، وفي بداية القرن العشرين شغل المصممون مكانة رفيعة في مجال الصناعة والترويج، لأن الجاذبية التسويقية للمنتج كانت تعتمد عليهم، و لقد طوروا الهوية المؤسسية للمؤسسات وتمكنوا من التأثير على إنتاج الأجهزة والسيارات المختلفة، لذلك أصبح التصميم نشاطاً فنياً صناعياً، وأصبح يغطي مجال التصميم والإنتاج ومختلف المنتجات التي يتم تصنيعها، مع مراعاة فائدتها وراحتها وجمالها.

المفاهيمية فلسفياً:

ظهر الفن المفاهيمي كردة الفعل النفسية على الحربين العالميتين الأولى والثانية، بالإضافة إلى التطور العلمي والتكنولوجي، وكذلك التأثير بالحركات الفنية الحديثة التي ظهرت في القرن العشرين مثل (السريالية، والتعبيرية التجريدية)، اذ يرجح بداية ظهور الفن المفاهيمي إلى رائدي الحركة السريالية في القرن العشرين، الفرنسي مارسيل دوشامب والبلجيكي رينيه ماجريت اذ جاءت "كأعمال فنية لا وظيفة لها، او رسالة سوى تحديد نفسها"^{١١}

هذا وعُدَّ الفن المفاهيمي من التيارات الفنية الجديدة التي كان لدوشامب الاثر الاهم في ظهورها، اذ اوجد فن المقاطع الفكرية ووظف اي وسائل يجدها الفنان مناسبة للتعبير عن الفكر^{١٢}، وقد ظهرت البواكير الاولى للمفاهيمية

كأعمال لا وظيفة لها او رسالة الا تحقيق ذاتها وتفسير المتلقي، ونرى ذلك جلياً في اعمال الفنان جوزيف كوسوت لاسيما عمله (كرسي واحد وثلاثة كراسي)، (شكل رقم ١) فجعل منه حواراً مرئياً مع ماهية الكرسي ليقوم بتأويلها بمشاركة المشاهدين وإحالة العمل الفني الى Concept يحمل طاقة تعبيرية خارج كل السياقات الاجتماعية، والسياسة والاقتصادية، والثقافية.



شكل رقم ١

كما إن التوسع في مجال التصميم في العالم الحديث يعد من أكثر العوامل تشابكاً وتعقيداً، وأكثرها إقناعاً عند تصميم أي تصميم، إذ يضع المصمم نموذجاً للعمل، مع مراعاة التطور السريع للمجتمع الحديث. ومن هنا يأتي مفهوم مثل التصميم المفاهيمي، والذي يدرس المزايا والمقارنة للخيارات، ويأخذ في الاعتبار آفاق تنفيذها في ضوء المشكلات الوظيفية والجمالية التي تم تحديدها أثناء تحليل المهمة التصميمية كما ويطور مفهوم فكرة ما قبل المشروع لحل مستقبلي ليصوغ المخرج التصميمي إذ يتم تنفيذ أحكام مفهوم التصميم من خلال التنظيم الهيكلي للتصميم في عملية تشكيله النهائي.

يتبين من ذلك ان العمل التصميمي في الفكر المفاهيمي هو فعل لكسر الرتابة التصميمية وهو ثورة على القيم والتقاليد التصميمية التي هدفها إيصال أفكار للمتلقي بصورة مبتكرة ومعبرة في ذات الوقت وبدون قيود اجتماعية او تقنية، كما يهتمش الفكر المفاهيمي التراتبية ويعطي الاولوية للفكرة واخراجها بوعي اكثر اهمية وسلطة من الموضوع ذاته.

و من الأعمال التي خرجت من إطار السريالية لتؤسس للفن المفاهيمي هو "غش الصورة هذا ليس غليوناً"، (شكل رقم ٢) في عام ١٩٢٩، لرينيه ماجريت، ليغير كل معايير الجمال الرأسمالي البرجوازي، فأنتهج حالة من التفرد، كفن سريالي ومفاهيمي وتصغيري، والأهم بوصفه الرسام الذي استطاع تحويل أعماله الفنية من حقل فلسفي



كامل إلى لوحات مرسومة، إذ يستعرض ماجريت جوهر الفن المفاهيمي واضحاً، ألا وهو فن تقديم الأفكار وطرحها، من خلال التمثيل اللغوي الذي قد يُزيف أو يصدق الحقيقة المُعبر عنها من خلال تلك العلاقات ما بين العلامات النصية والصور البصرية، فالتفرد في تصوير الأشياء العادية جاءت لتتمظهر في إطار فلسفي غير تقليدي وكاشفاً في ذات الوقت عن أوجه الخلل التي تعترى الأمور التي قد تبدو عادية وطبيعية.

(شكل رقم ٢)

كما أن التيارات الفنية الجديدة تمثلت (arttherapykw) – Art Therapy conceptual art – com. وللمرة الأولى على نطاق واسع في المعرض الذي، أقيم في ألمانيا عام ١٩٦٩، وأطلق عليه اسم (متحف ليفركوزن)، وتلا ذلك تنظيم لمعارض أخرى وفي عدد من المدن الأوروبية، والأمريكية إذ شارك فيها فنانون و من مختلف أنحاء العالم ليمثلوا تياراً فنياً طليعياً والمتمثل بالفن المفاهيمي.

مفهوم التصميم المفاهيمي:

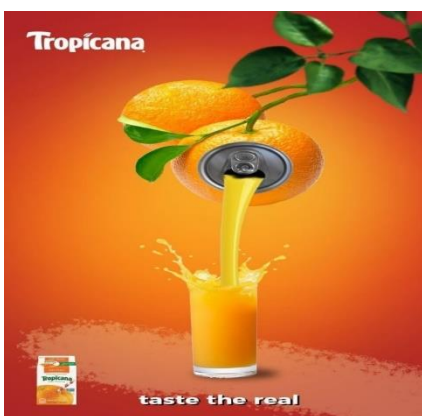
تعد المفاهيمية هي إتجاه يوجد عملية الإبداع إذ يتم معالجة مختلف المتناقضات في التصميم وانطلاقاً من تعريف التصميم على أنه عملية لتشكيل البيئة و كممارسة لتحويل الأشياء إلى إشارات، وإشارات إلى الأشياء، كونه عملية إتصال تصبو الى الكشف عن الجوانب المختلفة من خلال المفاهيم .

فالتصميم المفاهيمي أولاً وقبل كل شيء يكمن في قوة الفكرة، وليس المادة في التصميم المفاهيمي ليكون المفهوم أكثر أهمية من التعبير المادي فالفن بعد المفهومية، كما إن المفاهيم هي الثورة الفنية التي يتم استيعابها وتحقيقها في القرن العشرين.

هذا وقد تخلت المفاهيمية عن المحتوى الجمالي والتمثيل الصريح للعناصر التصميمية بهدف الوصول الى تمثيلات تحقق نتائجاً فكرياً معاصراً يخطئ أسلوباً مبتكراً، فمن ذلك يمكننا القول إن المفاهيمية هي المجال الرحب الذي ربط الفلسفة بالفن من منظور فكري فلسفي يتمظهر من خلاله جوهر الفن المفاهيمي الى الذات السيكولوجية والاحساس بالفكرة من خلال التجريد والتأثير الفكري المحض^{١٢}

كما قد تميزت المفاهيمية بإستخدام أقل ما يمكن للمصمم أن يستخدمه من عناصر للوصول الى مبتغاه الا وهو الفكرة، إذ اعتمدوا البساطة والتصغير مما انتج عن هذا التوجه الى ما يعرف اليوم بالتصغيرية (Minimalism) وهو قدرة المصمم للوصول الى الفكرة باقل عدد ممكن من المفردات او الصور او الاشكال في عمله التصميمي. فالفن المفاهيمي يترجم الافكار والتعبير عنها يكون بإستخدام وسائط ومواد متنوعة، فهو يعد وسيلة إتصال فاعلة تحمل القدرة على وصول الافكار الى مرحلة التأثير في المتلقي.

يُسمى أحياناً الفن المفاهيمي بالمذهب التصوري فيمكن وببساطة من إنشاء العديد من أعمال الفن التصوري، وهو فن تشترك فيه المفاهيم أو الأفكار والأولوية فيها على حساب الاهتمامات المادية والجمالية التقليدية، إذ تعد



الفكرة أهم جانب من جوانب العمل التصميمي عندما يستخدم المصمم نموذجاً تصورياً، وذلك من خلال جميع عمليات التخطيط وصنع القرارات التي تمت مسبقاً وأن التنفيذ هو عمل روتيني، و الفكرة هي الآلة المنتجة للفن والتي تعد أنساق فكرية من خلال إستخدام وسائل يراها الفنان مناسبة معتمداً على المهارات الإخراجية التي تتطلبها هيكلية العمل التصميمي المفاهيمي، هذا ويكمن الجمال المفاهيمي في عدم توقع الناتج من إتحاد الأشياء التي يوظفها الفنان وبأساليب مختلفة غير تقليدية وغير سائدة في ذات الوقت (شكل رقم ٣).

شكل (رقم ٣)

فتغادر بنية الفن في الفن المفاهيمي مقامها البصري من خلال عناصر العمل الفني من ما تحتويه من قيم تعبيرية وجمالية والموضوعات الفنية، فضلاً عن ما يحققه الفن المفاهيمي من خلال المعنى متأماً ومفكراً فيه بفعل الجوانب المادية لعناصر العملية الإبداعية، فالعناصر التشكيلية المؤلفة للعمل الفني تعمل لخدمة الفكرة وتتجاوز كل المسميات الفكرية إلى البحث في إمكانية إنعكاس الأفكار على إختلاف مقاماتها وبشكل مكثف ومتعدد^{١٣}

ويمكن القول إن الفن المفاهيمي يتلخص معناه في كيفية إظهار كل عناصر العملية الفنية وكل أدوات الفعل الفني بشكل فلسفي يستدعي التأمل والتحليل والتأويل، والتعامل معه كظاهرة على وفق واقع مدرك ومحسوس بشكل يقيم للعمل الفني إنفصاله عن الواقع الوظيفي، اي بمعنى إعادة ترتيب المعطيات المادية والأفكار وقيمها المعنوية على وفق المنهج التحليلي أو التركيبي الذي ينتهي بمثول ظاهرة مكثفة قابلة للتأمل والتحليل، و ربما في هذا السياق،

يمكن اعتبار قيمة التعبير قيمة ذات بعد مفاهيمي إذ يمكن أن نقف على قيم تعبيرية في عمل فني ما دون التأثر به^{١٤}

لذا فإن الفن المفاهيمي هو فن حدسي هدفه الحقيقي فكري فلسفي بحت واهم جانب من جوانب العمل الفني فيه حسب رؤيته هو الفكرة او المفهوم الذي يركز عليه، إضافة الى التحرر من المهارة الحرفية للفنان، ويبدو الفنان المفاهيمي في عمله يعمد إلى الفكرة بدلاً من الفن العملي نفسه، على عكس الرسام أو النحات الذي سيفكر في



أفضل طريقة للتعبير عن فكرته بإستخدام الطلاء أو المواد والتقنيات النحتية، إذ يستخدم الفنان المفاهيمي أي مواد وأي شكلاً يراه أكثر ملاءمة لوضع فكرته - والذي قد يكون من الأداء إلى الوصف المكتوب على الرغم من عدم وجود نمط أو شكل واحد محدد يستخدمه الفنانون المفاهيميون (شكل رقم ٤).

شكل (رقم ٤)

المبحث الثاني: أسس ومقومات التصميم المفاهيمي:

إتسم الفن المفاهيمي بسمات الإبتكارية ويكونه فناً منفتحاً على العديد من التطورات الواقعية والافتراضية التي تتيح للمصمم العديد من الحلول التصميمية المبتكرة والتعامل معها من خلال تجسيد الأفكار في إطار فلسفي ويتمظهر من خلال التعبير وفهم الواقع، ومن بين أهم الأسس التي يستند إليها الفن المفاهيمي هي_الاهتمام بفكرة ومعنى التصميم الفني وإهمال شكله الجمالي وإسلوب إنجازه، إذ إن الفكرة تعلق فيه على العمل الفني وبكل أشكاله و ألوانه و تقنياته، و محاولة التخلص من أشكال الفنون التقليدية و إستبدالها بالأفكار و المفاهيم و المعلومات المعاصرة التي تمس الفن الحديث، و إستخدام اي وسيلة مناسبة للتعبير عن الفكرة و التي تعد أهم من الجمال الشكلي للتصميم، ومن أهم آلياتها هي^{١٥}:

١. الخروج عن المألوف.
٢. الإختزال والتبسيط.
٣. إشراك المتلقي.
٤. التغيير في مفهوم وقيم الفن.
٥. الإنفتاح على المحيط المجتمعي.
٦. توظيف التقنيات الحديثة.
٧. توظيف فن الجسد.
٨. التوظيفات الجديدة الغير متوقعة.
٩. إعادة تدوير المستهلكات والإفادة منها في بناء العمل الفني.

إتجاهات الفن المفاهيمي:

إنتهج فنانونا المفاهيمية تيارات ومذاهب عدة والتي سعت جميعها إلى الإبتعاد عن الفن التقليدي وأشكاله وطرق إستهلاكه، وذلك من خلال قطع الصلة بالموروث وإبراز الواقع كما هو ليبرز كقيمة جمالية، "فقاموا بإستبدال اللوحة والتمثال بالافكار والمفاهيم والمعلومات التي تميز الفن من خلال المقترحات المكتوبة والصور الفوتوغرافية والوثائق والخرائط والرسوم البيانية والفيلم والفيديو واجسام الفنانين انفسهم واللغة نفسها، إذ مكنت الفنان من التمتع بفضاء واسع من الحرية جراء التعبير بأشكال ومواد يبتكرها لنفسه والتي مثلت نتاج الحياة اليومية المعاصرة^{١٦}.

١. الفن واللغة (Art and Language):

يمثل هذا الفن نقطة إلتقاء ما بين مناهج عدة، منها مناهج إتصالية، فالصورة واللغة تلتقيان في الكتابة، كذلك الوسيلة التي تجعل من الكلمة مرئية، غير ان الجمع بين كلمتي فن ولغة لا يشير إلى "ممارسة الكلام بإعتباره فناً، بل إلى تطبيق اللغة على تحليل الفن^{١٧}. وذلك ما يسمى بالفن التحليلي الذي يشابه التلاعب بالألفاظ والذي عرف به دوشامب، وقد إكتفت هذه المجموعة بإستبدال المشاهد المصوّرة إلى وصف مكتوب يعلق في صالة العرض الفني للأعمال الفنية (شكل رقم ٥).



(شكل رقم ٥)

٢. فن الحوار (discussion art):

إنشأت هذه المجموعة من قبل عدد من الفنانين المتنوعين علمياً، وقد إستخدم الفنانين المنضويين تحت مفهوم الفن المفاهيمي "الصور الفوتوغرافية، والميكروفيلم، والنصوص المدونة"، واستخدموا أيضاً "مجموعة كبيرة من الكتيبات، والأشرطة المسجلة، و وثائق أخرى تتعامل كلها مع طريقة النقاش حول الفن^{١٨}.



(شكل رقم ٦)

٣. فن الأرض (Land Art):

فن الأرض ، هو إتجاه في الفن نشأ في الولايات المتحدة في أواخر الستينيات، إذ ارتبط العمل الذي ابتكره الفنان ارتباطاً وثيقاً بالمناظر الطبيعية، ولم تكن أعمال فن الأرض خارجية أو مقدمة فيما يتعلق بالمناظر الطبيعية فحسب لا بل تم إستخدام هذا الأخير كشكل ووسيلة لإنشاء عمل فني في كثير من الأحيان، و كان يتم تنفيذ العمل في مكان مفتوح، بعيداً عن المناطق المأهولة بالسكان ، كما لم يكن فن الأرض مستوحى فقط من الحركات الفنية مثل التبسيط والمفاهيم فحسب، ولكن أستوحى أيضاً من الحركات الحداثيّة وما بعد الحداثيّة^{١٩}، وقد سمي أيضاً بالفن البيئي وذلك لان

العمل الفني فيه يشترط وجود الطبيعة فيتداخل معها و يندمج مع البيئة المحيطة به كما ويسمى ايضاً (بالفن المستحيل)، لكونه ينفذ بمساحات كبيرة مستمداً عناصره من الطبيعة، ومن ابرز فناني هذا التيار الفنان ريتشارد لونغ (Richard Long)، وهو نحات بريطاني وفنان بيئي^{٢٠} (شكل رقم ٧).



(شكل رقم ٧)

٤. فن الجسد (Body Art):

لقد ظهر هذا النوع من التيارات الفنية المفاهيمية عند بعض الفنانين من خلال الحاجة الى الدمج الكلي ما بين الفن والحياة حتى تتلاشى الفوارق بينهما حيث أتخذوا بذلك الجسد كمادة أساسية للعمل الفني، إذ تمثل العمل الفني من خلال حركات تشبه تلك الممارسات الطقوسية البدائية وما يجري في حفلات المدن الدينية في بعض المذاهب بهدف تحريض الجمهور وإثارة انتباههم وتخطي جميع المقاييس والمفاهيم^{٢١}.



(شكل رقم ٨)

ويؤكد فن الجسد على "فكرة الحياة التي تتحول الى عمل فني^{٢٢} وترافق ظهور هذا الفن مع ظهور مجموعة من التوجهات التشكيلية التي قدمت الفن كفكرة كمحاولة للاحتفال إبداعياً بالجسد وجعله مكونه من تكميلياً للعمل الفني (شكل رقم ٨).

٥. الفن الحركي (Kinetic Art):

لقد إرتبط الفن الحركي بمجال النحت الحركي والمتحقق من خلال أجزاء متحركة ومحركات ميكانيكية تعمل يدوياً او بفعل طاقة طبيعية، وتعد عجلة دراجة دو شامب هي أول من أسس لهذا الفن الديناميكي^{٢٣}، (شكل رقم ٩).



(شكل رقم ٩)



٦. النحت التجميعي (assemblage sculpture):

يشير آل وادي الى بدء التحول الذي احدثه استخدام المادة في النحت المعاصر مع استخدام الاشكال الجاهزه ، وفيه تحرر النحات من الخامات التقليدية إذ يستخدم طرق وأساليب جديدة في استخدام مخلفات الصناعة لصياغة قوالب فنية تميزت بالإبداع^{٢٤}.

(شكل رقم ١٠).

([wikipedia.org/wiki/Assemblage_\(art\)](http://wikipedia.org/wiki/Assemblage_(art))).

الفصل الثالث: إجراءات البحث

إعتمدت الباحثة المنهج الوصفي في تحليل عينة البحث للوصول الى هدف البحث المتمثل ب(التعرف على التصميم المفاهيمي وبيان مدى فاعليته في الترويج الاعلاني للمنتج الطباعي)، وبما يتفق و يتلائم وموضوعه البحث لكونه يتيح إمكانية إجراء التحليل والإستدلال و بما يخدم مجريات البحث بعد الاستعانة بالأدبيات والدراسات والمواقع ذات الصلة بالموضوع في شبكة الانترنت.

مجتمع البحث: حددت الباحثة مجتمع بحثها بعد جمع نتائج وأعمالاً فنية مثلت الفن المفاهيمي في التصميم الكرافيكي من خلال ما اطلعت عليه من أدبيات فضلاً عن ما توافر في الشبكة الدولية والمواقع المعتمدة للنشرات العالمية من الملصقات الترويجية التي وضفت فن التصميم المفاهيمي.

عينة البحث: تم إختيار عينة قصدية من قبل الباحثة متمثلة بالإعلانات الترويجية لشركة ايكيا السويدية (IKEA) للعام ٢٠١٩ و بواقع ٢٥ اعلان، وللمبررات التالية:

١. تعد الشركة من كبرى الشركات العالمية في مجال تسويق الاثاث.
 ٢. تعتمد في كثير من تصاميمها على التصميم المفاهيمي.
 ٣. وجود تنوع في الأساليب الإظهارية التي توضعها في الملصقات الاعلانية.
- من ذلك تم اختيار نماذج البحث بواقع (٣) نماذج وبنسبة ٢٥% من عينة البحث وهي نسبة يمكن الركون اليها في هكذا بحوث.

اداة البحث: لغرض تحقيق أهداف الدراسة الحالية استخدمت الباحثة اداة بحثها والتي تألفت من إستمارة أولية ملحق رقم (١) تضمنت:

١. المحور الرئيس الاول(أسس الفن المفاهيمي بين التعبير والتلقي) .
٢. المحور الرئيس الثاني(آليات الفن المفاهيمي بالتصميم الكرافيكي).

من أجل تحقيق أهداف البحث، تم استخدام الأدوات الآتية في جمع المعلومات المتعلقة بالبحث وهي على النحو الآتي:

أولاً: الدراسة الاستطلاعية.

ثانياً: إعداد إستمارة تتضمن تحديد محاور التحليل على ضوء الإجراءات الآتية:

١. ما أسفر عنه الإطار النظري وما تمخضت عنها المصادر والمراجع وكذلك أدبيات الاختصاصات العربية والأجنبية لما تتميز به من معلومات قيمة في مجال التصميم المفاهيمي والكرافيكي والتي لها علاقة بموضوع الدراسة البحثية.

٢. خبرة الباحث في اختيار الصورة الفوتوغرافية الخاصة بتصاميم نماذج الدراسة البحثية التي حصلت عليها الباحثة من الشبكة الدولية للمعلومات.

صدق الأداة: لغرض التحقق من صدق الأداة المستخدمة بعد إستكمال أدوات البحث كافة من خلال عرض إستمارة محاور التحليل الأولية على مجموعة من الخبراء من ذوي الخبرة في مجال التصميم الكرافيكي لبيان آراءهم حول صلاحيتها في ضوء ما طرح من ملاحظاتهم العلمية السديدة^{٢٠}، وذلك لما تتميز به من شمول فقراتها وصلاحيتها في تحديد أهداف الدراسة البحثية.

ثبات الأداة البحثية: تعد الموضوعية شرطاً أساسياً لطريقة تحليل المضمون، ولكون الثبات هو جزء من تحقيق الثقة بموضوعية الدراسة البحثية والتحكم من خلالها بذاتية المحلل إلى أقصى حد ممكن، وذلك من خلال التطبيق الصحيح للأداة على انموذج البحث، ولهذا تم اللجوء إلى استخراج ثبات التحليل والذي يعني الوصول إلى النتائج ذاتها، لهذا فقد إعتمدت الباحثة الإتساق عبر الزمن في تحقيق ثبات التحليل:

وبعد التحليل تم إستخدام معادلة (كوبر)، لتحديد نسبة الاتفاق بين التحليلين وبعد فترة (٢١) يوم بعد التحليل وذلك من خلال حساب معامل الثبات بين التحليل الأول والثاني وقد كانت نسبة الثبات كالاتي: نسبة الثبات بين الباحث والمحللين الأول والثاني: ٨٦ % وهي نسبة جيدة يمكن الركون اليها عليها.

تحليل تماذج العينة:

نموذج رقم (١): حملة شركة إيكيا لترويج عن دولاب أطفال.

السنة: ٢٠١٩م.

شعار الحملة: (Smaller Size Larger Space)، (أصغر حجم أكبر مساحة).



أسس الفن المفاهيمي بين التعبير والتلقي:

وسائل التعبير عن الفكرة: ظهرت وسائل التعبير عن فكرة الملصق من خلال إستخدام المصمم التأويل والذي يراد به التأويل لمعنى آخر يراد به إظهار فكرة الملصق، إذ أكتفى بإظهار شكل الخرطوم للتعبير عن قوة ومتانة وسعة المنتج (الدولاب) المعلن عنه، والتحليل الذي يظهر في تحليل مفهوم الفكرة المفاهيمية التي يطرحها الملصق للتعبير عن قوة المنتج ومتانته.

أساليب الفن المفاهيمي: أعتمد المصمم على توظيف وإظهار أسلوب الفن المفاهيمي من خلال التبسيط والأختزال لأكثر من فكرة ومعنى والذي أختزل بشكل واحد فضلاً عن الصورة الذهنية التي وظفت في الملصق والمرتبطة بمعان أخرى متمثلة بقوة التصميم من خلال إظهارها بأسلوب مفاهيمي مبتكر ويحمل الأسلوب الجمالي في ذات الوقت.

أسس إظهار الفن المفاهيمي: والمتمثلة بالنصوص التي حملت عنوان الشركة (IKEA) فضلاً عن عبارة (Smaller Size Larger Space)، (حجم صغير مساحة أكبر) لتعبر عن رسالة الملصق ولتتقق كمفردة نصية مع المفهوم الرمزي المفاهيمي للصورة الموظفة في التصميم، فضلاً عن الألوان التي غلب عليها اللون الأبيض والرمادي والأزرق مما أظهر التصميم بشكل هادئ ومناسب للفئة العمرية الموجه لها الإعلان وهم الأطفال لكونه دولا ب يخص الأطفال الذي ظهر جلياً من خلال توظيف رموز تعبيرية تعبر عن الطفل والمتمثلة بلوحة معلقة على الحائط ظهرت برسوم طفولية ولعبة تخص الأطفال ظهرت في أرضية الملصق.

آليات إظهار الفن المفاهيمي في التصميم الكرافيكي:

وسائط إظهار الفن المفاهيمي: إعتمد المصمم على إظهار تصميمه من خلال إعتماد الوسائط المتعددة والمتمثلة بتطبيقات الحاسب الآلي وعرضها بأسلوب تفاعلي من خلال توظيف الصورة ودمجها بصورة أخرى بالإضافة إلى النصوص الكتابية المرافقة للإعلان التي تم توظيفها بإعتماد تقنيات حديثة ومبتكرة في التصميم والمتمثلة بإستخدام برنامجي (Photoshop_Illustrator) في تصميم وإخراج فكرة الملصق، كذلك أعتمد المصمم على، الأشكال الثلاثية الأبعاد التي شغلت أغلب أجزاء التصميم.

إتجاهات الفن المفاهيمي: أعتمد المصمم على توظيف الفن المفاهيمي من خلال إتجاه الفن واللغة إذا وظفت الصورة إلى جانب المفردة النصية للتعبير عن الرسالة الاعلانية للتصميم، إذ إن المفردة النصية بدت كوسيط يترجم الفكرة التي يطرحها التصميم.

بهذا نجد إن الأفكار المستخلصة من هذا العمل تتبع سياقاً خاصاً في محاورة المفاهيمية العقلية لدى المتلقي، فالعمل نفذ بوسائط متنوعة ومتعددة في ذات الوقت، وهو بذلك يشير إلى إمكانية تحويل كل شيء وكل شكل إلى عمل فني، وبالتالي فهو يولد لدى المتلقي شعوراً بأنه يعيش في محيط كامل من المواد والخامات القابلة للتطويع والتغيير والتحويل من اجل الناتج الجمالي، أي ان التصميم قد تمظهر من خلال الإختزال الشكلي لإظهار فكرة الملصق.

وقد تجسد الفن المفاهيمي بأسلوب مبتكر من خلال تقنية الإظهار الصوري ورمزية الفكرة للمعنى المفاهيمي إذ أعتمد نماذج شكلية غير مألوفة حملت صفة الإبتكار والتميز في توظيفها متمثلة بدمج شكلين للتعبير عن معنى واحد الا وهو القوة والمتانة في أصغر حجم.

الإ إن النص المرفق كان بالإمكان الإستغناء عنه او تغيير موقع توظيفه لكونه ظهر كحلقة زائدة دون الحاجة لها، لكون الفكرة الأساسية التي أسند لها التصميم كانت كافية للتعبير عن معنى الملصق دون الحاجة لشرحها أو ترجمتها

وكان بالأمكان الأكتفاء بالأشكال الصورية المعبرة التي كانت ستظهر الملصق بمعنى أعمق وبعيداً عن النمطية التي تسود أغلب الإعلانات التي ترافقها المفردة النصية.

نموذج رقم (٢): حملة شركة إيكيا للإعلان عن حافظة طعام.
السنة: ٢٠١٩م.



شعار الحملة: (Watermelon In Winter!)، (بطيخ في الشتاء!) .

أسس الفن المفاهيمي بين التعبير والتلقي:

وسائل التعبير عن الفكرة: إن التعبير عن الفكرة جاء بإستخدام المصمم التأويل في إظهار فكرة الملصق، إذ تمثل من خلال دمج شكلين متناقضين للتعبير عن إمكانية المنتج (الحافظة) في الإحتفاظ بالأغذية الصيفية لفصل الشتاء، كذلك التحليل المنطقي للفكرة والذي يتمظهر في دمج شكلين للتعبير عن معنى واحد والمتمثل بجودة المنتج.

أساليب الفن المفاهيمي: جاء إستخدام الفن المفاهيمي متمثلاً بالتبسيط في طرح الفكرة، وإختزال المعنى من خلال دمج شكلين لإظهار معنى واحد والمتمثل بالقبعة الصوف التي رمزت للشتاء وشكل البطيخة التي ترمز للصيف فأختزل المعنى في شكلين لمعنى واحد، كذلك التصغير الذي أظهر في شكل البطيخة والذي جاء ليتناسب مع حجم القبعة، اما الصورة الذهنية التي تتولد لدى المتلقي بأن المنتج سيحفظ الأغذية الصيفة لموسم الشتاء من خلال طرح فني مبتكر وأسلوب جمالي للدمج المتناقض للأشكال الموظفة في التصميم.

أسس إظهار الفن المفاهيمي: تم إستخدام المفردة النصية التي ظهرت في عنوان الشركة (IKEA)، كما وظفت بعبارة (Watermelon In Winter!)، (بطيخ في الشتاء!) لتكمل المعنى المفاهيمي للفكرة، إذ تمظهرت لتفسر مفهوم الملصق من خلال التأكيد على الفكرة التي يطرحها الشكل التعبيري للصورة فضلاً عن علامة التعجب ! التي اكدت على مفهوم الفكرة وهو التعجب من إمكانية المنتج في حفظ الغذاء الصيفي لموسم الشتاء مما عزز بالنتيجة الطرح المفاهيمي الذي ينقله الملصق، كذلك أعتد المصمم علاقة التكامل اللوني من خلال توظيف اللون الأحمر للقبعة واللون الأخضر لشكل البطيخة مما ولد حركة وإنسجام لوني في توظيف الشكلين ودمجهما معاً، فضلاً عن الأرضية التي ظهرت بلون أخضر متدرج مما أبرز الشكل المركزي الذي يعبر عن فكرة التصميم المعبر عن فكرة التصميم الرئيسية، وذلك من خلال التركيز على نظام توزيع بؤري (مركزي) واحد وللتأكيد عليه فقد وظف في منتصف الإعلان لإحداث سيادة وتأكيداً للشكل مما احدث جذباً للإنتباه نتيجة تمركزه وإعتماد شكلين متضادين في ذات الوقت.

آليات إظهار الفن المفاهيمي في التصميم الكرافيكي:

وسائط إظهار الفن المفاهيمي: ظهر التصميم من خلال إعتماد الوسائط المتعددة والمتمثلة بتطبيقات الحاسب الآلي وعرضها بأسلوب فني مبتكر في توظيف الصورة ودمجها بأخرى بالاضافة إلى النصوص الكتابية المرافقة للإعلان والتي وظفت بإعتماد تقنيات تصميم حديثة متمثلة بإستخدام برنامجي (Photoshop_Illustrator) في تصميم

وإخراج فكرة الملصق، إذ أعتد المصمم على إعادة تدوير المفردات الشكلية وبأسلوب طرح جديد ومبتكر في ذات الوقت.

إتجاهات الفن المفاهيمي: وظف الفن المفاهيمي من خلال إعتد إتجاه الفن واللغة، فالوسيلة الموظفة في التصميم هي التي تجعل من الكلمة مرئية، كذلك الشكل الصوري الذي ترجم فكره إلى وصف مكتوب، كما نجد الفن التجميعي متمثلاً من تحرر المصمم من الخامات التقليدية إذ أعتد تصميمه على إعادة إستخدام المفردات وتجميعها على وفق توظيف فني مبتكر بإستخدام طرق وأساليب دمج جديدة لإنشاء تصميم فني تميز بالإبداع والتجديد.

فالتصميم الذي يؤسس لمبدأ إدخال الفكر التقني والتكنولوجي بإعتد أسلوب الفن المفاهيمي سيؤدي بالنتيجة لإبداع فناً مبتكراً يحمل سمة الحداثة، إذ تصبح الخامات المأخوذة من الأرض والطبيعة وكل مفردات البيئة هي العناصر المؤلفة للتصميم، فيقوم المصمم الذي يفكر في تعديلها وتحويلها ونقلها من مكان لآخر من اجل إحداث التحول الجمالي الخاضع للفكر الإبداعي والذائقة الفنية والجمالية المدربة على الإبتكار والإبداع والبحث عن إمكانية التغيير الذي يقود إلى حدود المنجز التصميمي بعد الحداثي إذ يبني التصميم على وفق أسس طبيعية وصناعية لتتصهر في تشكيل واحد جديد ومبتكر.

وقد تجسّد الفن المفاهيمي من خلال التزاوج الشكلي والموضوعي للقبعة مع شكل البطيخة والذي أنشأ تصميمياً على وفق فكر الفن المفاهيمي، إذ تم ترجمة أفكار المصمم وتصوارته من خلال الخامة التي تتجاوز حدود التعبير الفني المباشر وتضيف إلى العمل الفني أبعاداً جمالية وتعابير رمزية ذات علاقة بقيم وعلاقات المجتمع الإستهلاكي من خلال الدمج المتكافئ والمتوازي للأشياء الصناعية والطبيعية.

إلا إن الإعلان وعلى الرغم من نجاحه في إظهار فكرة الإعلان وبأسلوب مفاهيمي مبتكر إلا إنه أخفق في إبراز أهمية الحافظة المعلن عنها والتي بنيت على أساسها فكرة التصميم فعلى الرغم من تباينها اللوني والشكلي عن بقية أجزاء التصميم إلا إنها لم تحقق مركز السيادة بالنسبة للتصميم، وذلك نتيجة لتموضعها في زاوية على يمين الملصق وبحجم صغير نسبياً مما أخفق في إبراز أهميتها لكون النداء البصري قد سحب لمنتصف التصميم نتيجة لتمرکز الشكل التصميمي وكبر حجمه نسبياً وتكامل ألوانه مما حقق بالنتيجة سيادة ومركز أهمية عن ما هو سائد وغالب بالنسبة لبقية مفردات التصميم.

نموذج عينة رقم (٣): حملة شركة إيكيا للإعلان عن وسائد نوم.

السنة: ٢٠١٩.

شعار الحملة: (Just Pillows, No Pills)، (لا حبوب فقط وسائد).

أسس الفن المفاهيمي بين التعبير والتلقي:

وسائل التعبير عن الفكرة: تجسدت وسائل التعبير الشكلية للتصميم بإعتد التحليل الرمزي لمفهوم الفكرة والتي تمظهرت ترجمة لأفكار المصمم وتصوارته

من خلال العناصر التصميمية الموظفة والتي تجاوزت حدود التعبير الفني المباشر وتأويل معنى العمل الفني



للمفهوم المفاهيمي والذي أظهر إنسجاماً شكلياً وجمالياً من خلال فكرة جديدة غير متوقعة إذ تم إظهار الوسائد وكأنها حبوب تخرج من شريط الحبوب المنومة من أجل إحداث التحول الجمالي الخاضع للفكر الإبداعي المفاهيمي. **أساليب الفن المفاهيمي:** أعتمد التصميم على توظيف أسلوب الفن المفاهيمي، فعلى الرغم من غرابته إذ بدا بسيطاً ومؤلف من مواد شائعة في الحياة اليومية لكل بيت وكل إنسان، إذ إن خامات العمل مثلت إتجاهين أساسيين يقاسمان حياة وجود الإنسان وهما المواد الإستهلاكية الصناعية الشائعة مثل شريط الحبوب والوسائد، كما أعتمد المصمم مهارة تصغير الوسائد وتكبير شريط الحبوب لتتناسب بحجمها مع شريط الحبوب مما وُدد صورة ذهنية للمتلقي بأنها ستكون وسائد مريحة وكالحبوب المنومة عند إستخدامها فأظهر التصميم فكراً مفاهيمياً حمل سمة الإبتكار والتميز في إبداع علاقة شكلية تجسدت لعنصرين وظفا بطريقة تأخذ بالتفكير والإدراك لفكرة الملصق وأسلوب طرحه المفاهيمي.

أسس إظهار الفن المفاهيمي: نجد إن إستخدام العبارة النصية (Just Pillows, No Pills) قد وظف بأسلوب ذكي ومبتكر في ذات الوقت لكونه أعتمد على التقارب الحروفي والشكلي لكلمة (Pills) التي تعني حبوب وكلمة (Pillows) التي تعني وسائد إذ طرحت مفهومين مختلفين ليلتقيان في التعبير عن معنى مفاهيمي واحد الا وهو نوعية الوسائد الجيدة والمريحة في الإستخدام، كما نجد إن إعتماد التصميم على شكلين أساسيين والمتمثلة بالوسائد وشريط الحبوب الذي أظهر مطابقة مع المعنى المفاهيمي للملصق وعبارته النصية، كما نجح المصمم في إنتخاب توظيف لوني متميز يتوافق مع التشكيل العام للملصق إذ تمظهر اللون الأزرق المتدرج مع اللون الأبيض للوسادة، مما مكن المصمم من إبراز العناصر التصميمية نتيجة لإعتماد لون الأرضية المتوافق مع الكل الشكلي لبقية أجزاء التصميم، كما إنه ظهر متوافق مع الفكرة الأساسية للتصميم لكون اللون الأزرق من الألوان الباردة ويوحى بالهدوء والسكينة والتي تتفق مع فكرة النوم بهدوء عند إقتناء المنتج المعلن عنه.

آليات إظهار الفن المفاهيمي في التصميم الكرافيكي:

وسائط إظهار الفن المفاهيمي: تشكّل التصميم من خلال إعتماد الوسائط المتعددة والمتمثلة بتطبيقات الحاسب الآلي وعرضها بأسلوب تفاعلي في توظيف الصورة وإضافة صورة أخرى فضلاً عن النصوص الكتابية المرافقة للإعلان والتي تم توظيفها بإعتماد تقنيات حديثة ومبتكرة في التصميم والمتمثلة بإستخدام برنامجي (Photoshop_Illustrator) في تصميم وإخراج فكرة الملصق، كذلك أعتمد المصمم على إعادة تدوير العناصر المستخدمة والمتمثلة بشريط الحبوب المستخدم ونموذج عن الوسادة المعلن عنها والتي ظهرت بتصميم ثلاثي الأبعاد ولكافة العناصر مما أظهر الشكل النهائي للتصميم على وفق علاقة شكلية إبداعية متناغمة ومبتكرة في ذات الوقت. **إتجاهات الفن المفاهيمي:** ظهر إتجاه الفن المفاهيمي في التصميم من خلال إعتماد الفن واللغة وهو نقطة إلتقاء بين عدة مناهج إتصالية فالصورة واللغة تلتقيان لتجعل من الكلمة مرئية، أي أن الفن إنتقل من شكل اللغة لتأكيد معنى ورسالة الملصق، وقد نجح المصمم في إختياره هذا الإتجاه من خلال إنتخابه العبارة النصية المتقاربة شكلاً ومختلفة في المعنى لتعطي بالنتيجة معنى قائم على جماليات إشتغال اللغة والفن من خلال إستنتاج معاني جديدة نتيجة للإندماج الشكلي والموضوعي في ذات الوقت.

بهذا نجد إن توظيف أفكار جديدة ذات منطلقات مضامينية خاصة سوف تنتج مفاهيم جديدة حول دور المنتج وأهميته في حياة الإنسان ومحدثه في ذات الوقت تتاعماً بصرياً وشكلياً ناتج عن تداخل الشكل مع بقية أجزاء التصميم ونابع من فكر تصميمي دقيق ذو نزعة فنية مفاهيمية تعمل على تدوير وتحوير العناصر المهمة وتحويلها إلى أعمال فنية إبداعية.

وقد تجسّد الفن المفاهيمي في المضامين الفكرية والموضوعية للملصق والتي وظفت على أساس أبعاده عن صيغته التقليدية وإستخلاص معاني جديدة والتوصل لمفاهيم وقيم غير مطروقة مسبقاً، فالأعمال الفنية مهما تنوعت وتعددت طرق التنفيذ فإن المحصلة النهائية أن المصمم يؤدي تعبيراً متفاعلاً مع الموضوعات التي يعالجها أثناء التصميم وهذه النتيجة التي يحققها هي الهدف المرجو بالنسبة للمتلقي والفنان معاً.

وقد نجح المصمم في إنشاء إعلان فني مبتكر على وفق مبدأ الفن المفاهيمي الذي يعتمد الفكرة التي تحاور فكر المتلقي من خلال إعتقاد مبدأ الإستعارة الصورية للمنتج والعبارة النصية والتزاوج الفني والموضوعي بينهما مما أظهر بالنتيجة السلعة التجارية التي يمكن شرائها وتداولها بكونها تحمل صفة المثالية التي تعد الهدف الأساس للتصميم.

الفصل الرابع: عرض النتائج ومناقشتها

بعد إجراء تحليل العينات توصلت الباحثة إلى النتائج الآتية:

أسس الفن المفاهيمي بين التعبير والتلقي: وتمثلت على النحو التالي:

١. تشكّلت وسائل التعبير عن الفكرة للفن المفاهيمي من خلال إثارة التساؤلات والإفتراضات التي تؤدي إلى تخطي الأثر الفني بغية إدراك المضمون الكامن وراءه، والتركيز على الفكرة بدل الشكل، وإثارة وتحريك العديد من المفاهيم الأساسية في ذهن المتلقي وصولاً إلى الأهداف وغايات العمل الفني.

٢. أعتد المصمم المضمون الفكري للفن المفاهيمي المعاصر من خلال المعالجة الشكلية للمفردات التصميمية التي يتم إدراكها على وفق التحليل والتأويل لمعانٍ ومفاهيم أخرى تتسم بالفكر الإبداعي والتميز الموضوعي والشكلي كما في العينة (٣_٢_١).

٣. أساليب الفن المفاهيمي تمظهرت من خلال تنظيم المفردات الشكلية على وفق التبسيط في العينة (٣_٢_١) والإختزال الشكلي في العينة (٢_١) واللوني في العينة (٢)، والتصغير للمفردات كما في العينة (٣_٢_١)، فضلاً عن الصور الموظفة بوصفها مكوناً إدراكياً أنشأت صوراً ذهنية جسدت مفاهيم ومعانٍ جديدة يطرحها الملصق كما في العينات (٣_٢_١).

٤. ظهر الإبتكار الشكلي والموضوعي من خلال تغيير طبيعة المدرك البصري للعينات وماهيته شكلاً وحجماً وموضوعاً من خلال الدمج الصوري لمفردات تختلف بالشكل وتتشابه بالمعنى المفاهيمي كما في العينة (٣_٢_١).

٥. أُنسجت العينات بالأسلوب الجمالي المبتكر والذي تجسّد بإختيار المثيرات المرئية المتناقضة والتي تشكّلت على وفق أنظمة تشكيلية متغايرة فبدت الفكرة هي البناء الجمالي الفني للتصميم كما في العينات (٣_٢_١).

٦. تحليل الفكرة وإستنتاج معانٍ جديدة والتوصل إلى مفاهيم مبتكرة من خلال التفسير المبني على وفق الفن المفاهيمي الغير تقليدي والتأويل الذي يرافق المضامين الفكرية الكامنة وراء الفكرة كما في العينات (١_٢_٣).

٧. تمثيلات الفن المفاهيمي تمظهرت من خلال الصورة التي تم معالجتها شكلياً بدمج صورتين لتظهر معنى واحد وعلى وفق علاقة الارتباط بينها وبين الفكرة الرئيسة للإعلان التي أتمدت الفن المفاهيمي في طرحها كما في العينات (١_٢_٣)، كما تم توظيف النصوص الكتابية التي تمظهرت لترجمة فكرة الملصق كما في العينات (١_٢_٣)، اما الألوان التي تم إتمادها فقد تم توظيفها على وفق أنظمة لونية متغايرة ومتنوعة وبحسب ما يتوافق وفكرة الملصق.

٨. وسائط إظهار الفن المفاهيمي تجسدت بإبتكار عدد غير محدود من الإشتغالات الفنية من خلال الوسائط الفنية المتعددة وتقنيات التصميم الحديثة ومنها (Photoshop_Illustrator) التي أظهرت فناً مبتكراً وغير تقليدي بني على أساس فكر الفن المفاهيمي كما في العينات (١_٢_٣)، كذلك تم إعادة تدوير خامات مستخدمة لربطها بفكرة الملصق والذي تمظهر بتوظيف القبعة وبتوظيف غير مألوف كما في العينة (٢) وشريط الحبوب كما في العينة (٣)، كما أتمدت أغلب التصاميم على توظيف عناصرها بإعتماد التصميم ثلاثي الأبعاد كما في العينات (١_٢_٣).

٩. إتجاهات الفن المفاهيمي والتي تجسدت في التصميم وكانت محوراً مهماً في إيصال الرسالة الإعلانية للملصق من خلال تبني المصمم إتجاه الفن واللغة التي إشتملت على العناصر التيبوغرافية والنصوص الكتابية المكملة للمعنى المفاهيمي للملصق كما في العينة (١_٢_٣).

١٠. ملائمة الدمج ما بين العناصر التيبوغرافية المتناقضة وتوظيفها على أساس أسلوب الفن المفاهيمي لإنتاج تشكيلات فنية تحمل فكرة الإبتكار المراد إيصالها للمتلقي وفاعليتها في ترويج المنتجات المعن عنها كما في العينة (١_٢_٣).

١١. ملائمة العناصر التصميمية الموظفة للتعبير عن الفكرة المراد إيصالها للمتلقي ونجاحها في ترويج المنتجات المعن عنها كما في العينة (١_٣).

١٢. على الرغم من جمالية العناصر التصميمية الموظفة في العينة (٢) إلا إن التصميم أخفق إلى حد ما في إبراز أهمية السلعة المعن عنها نتيجة لإعتماد تشكيلات تصميمية تمظهرت كمرکز أهمية وجذب بالنسبة لبقية أجزاء التصميم كما في العينة (٢).

ثانياً: الإستنتاجات:

إستناداً لما أظهرته نتائج البحث تستنتج الباحثة ما يأتي:

١. إتسمت التصاميم الإعلانية بالمعالجات الجاذبة والتي أستندت إلى إيجاد مفاهيم جديدة مزجت ما بين عناصر متناقضة مما نتج عنها تصميم إعلانات حملت أفكار مفاهيمية مبتكرة.

٢. تمظهر التصميم الكرافيكي المفاهيمي في الملصقات بإعتماد مضمون الفكرة التي شكّلت بإعتبارها العنصر الأهم والأساس في تمظهر العمل الفني.

٣. يندرج التصميم الكرافيكي المفاهيمي ضمن ثقافة المتلقي وذائقة الفنية ومدى إستجابته الجمالية والفنية لمضمون الإعلان الذي يطرح المضامين الفكرية من خلال تمثله للأشكال على السطح التصويري للملصق.

٤. برزت المفاهيم الجديدة من خلال المزج ما بين المتناقضات الشكلية لإظهار تصاميم مبتكرة في مفهوم الفكر المفاهيمي بإعتماد تقنيات التصميم الحديثة والوسائط المتعددة لترويج المنتج على وفق التطور التقني والفكري للتصميم.

٥. ادت المنافسة الكبيرة والتطور التقني في كافة الميادين عامة وفي عالم التصميم الطباعي خاصة مما أظهر إعتماًداً كلياً على الإبتكارات العلمية والإبداعات الفنية التي حفزت المصممين للبحث عن أساليب إظهار مبتكرة ومنها أساليب الفن المفاهيمي الذي يعد فناً معاصراً و مواكباً للتطور الفني الحديث ونتيجة لإعتماده المضمون الفكري المبتكر.

٦. تنوع المضامين الفكرية التي تطرحها ملصقات الفن المفاهيمي بإختلاف تيارات الفن المفاهيمي ومنها الفن واللغة، والفن التجميعي والتي عدت أحد أبرز الأساليب التي إنتهجها المصمم في ترويج إعلاناته نتيجة لتوافق مضمونها الفكري وأسلوب طرحها التصميمي مع منهج الترويج الاعلاني للملصق.

٧. إن أسلوب التصميم المفاهيمي قائم على تقنية (إظهار الفكرة)، إذ إن الفكرة هي الغاية الأساس التي سيتحدد من خلالها إظهار التقنية التي سيعتمدها المصمم لإخراج منجزه التصميمي.

ملحق رقم (١)

جامعة بغداد
كلية الفنون الجميلة
قسم التصميم / الطباعي
الدراسات العليا / الدكتوراه

استمارة تحليل نهائية

غير متحقق	متحقق نسبي	متحقق	المحاور الفرعية	المحاور الثانوية	
			التبسيط	تعتمد اساليب الفن المفاهيمي على	المحور الرئيسي الاول اسس الفن المفاهيمي بين التعبير والتلقي
			الاختزال		
			التصغير		
			الصور الذهنية	إشراك المتلقي من خلال	
			التحليل		
			التفسير		
			التأويل		
			الحدس	تمثلات الفن المفاهيمي	
			النصوص		
			اللون		
			الاشكال		
			المنظور		
			الخرائط والرسوم البيانية	وسائط اظهار الفن المفاهيمي اتجاهات الفن المفاهيمي	المحور الرئيسي الثاني اليات الفن المفاهيمي بالتصميم الكرافيكي
			الوسائط المتعددة		
			تقنيات حديثة		
			اعادة تدوير		
			مواد مستحدثة		
			تصاميم ثنائية الابعاد		
			تصاميم ثلاثية الابعاد		
			فن الانشاء والتركيب		
			فن الحركة		
			الفن واللغة		
			النقاش		
			فن الارض		
			فن الجسد		
			الفن التجميعي		

احالات البحث: (الهوامش)

- ١ غيورغي، غاتشف: الوعي والفن ، رجمة د. نوفل نيوف - عالم المعرفة - الكويت - ١٩٩٠.
- ٢ خلود بدر غيث: مدخل الى التصميم الكرافيكي، الإعصار العلمي، عمان، ٢٠١١، ص ١٤
- ٣ Wikipedia. Stage One: Conceptual Design.
- ٤ <http://www.almaany.com/ar/dict/ar>
- ٥ الفيروز آبادي محمد بن يعقوب مجد الدين، المعجم القاموس المحيط، المطبعة الميمنية، القاهرة، ١٩٠٢م، ص ٥٥
- ٦ هولاند: المعجم المصور للميكروإلكترونيات والميكروكومبيوتر: ترجمة مؤسسة الأبحاث اللغوية، نيقوسيا، بيروت، ط ١، ١٩٨٦، ص ١٤٣.
- ٧ الرازي؛ محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، مكتبة لبنان، ١٩٨٦. ص ٢٤٤
- ٨ الفيروز آبادي محمد بن يعقوب مجد الدين، المعجم القاموس المحيط، مصدر سابق، ص ٢٩٣
- ٩ أنيس، إبراهيم، وآخرون: المعجم الوسيط، ج ١، دار الفكر. ١٩٨٤، ص ٢٨٣.
- ١٠ النجدي، حازم راشد: منهجية التصميم المعماري، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، ١٩٩٢، ص ١٧.
- ١١ امهز، محمود: التيارات الفنية المعاصر، شركه المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، لبنان، ١٩٩٦، ص ٤٨٢.
- ١٢ رشيد، سلام حميد: جماليات الفكره في نتاجات الفن المفاهيمي، لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية بحوث الفنون والسياحة الجزء الثاني من العدد ٢٨، ٢٠١٨، ١٤١.
- ١٣ رضا جمعي: البعد المفاهيمي للفنون البصرية وإشكالية التصنيف، مجلة جماليات، المجلد ٧، العدد ٢، الجزائر، ٢٠٢٠، ص ٦٢.
- ١٤ رضا جمعي: البعد المفاهيمي للفنون البصرية وإشكالية التصنيف، مصدر سابق، ص ٦٣.
- ١٥ عبد الله، غادة عبد الوهاب: المفهوم في التشكيل الفني السعودي المعاصر بإسلوب التجهيز في الفراغ (دراسة تحليلية)، مجلة الفنون والآداب وعلوم، ٢٠٢١، ص ١٨٧.
- ١٦ آل وادي، علي شناوة، والحسيني، عامر عبد الرضا: التعبير البيئي في فن ما بعد الحداثة، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٣٣٥.
- ١٧ امهز، محمود: التيارات الفنية المعاصر، مصدر سابق، ص ٣٣٥.
- ١٨ امهز، محمود: التيارات الفنية المعاصر، مصدر سابق، ص ٤٨٨.
- ١٩ Doronina ، ٢٠٠٦ ، ١٤٤ p.
- ٢٠ عبد الله ، مصدر سابق ، ص ١٨٧.
- ٢١ خزعل عباس معروف: ايمان ومحسن حميد الطائي: سلوى: الأدائية في فنون ما بعد الحداثة" الفن المفاهيمي انموذجا"، كلية الفنون الجميلة، جامعة بابل، العراق، ٢٠١٢، ص ٤.
- ٢٢ آل وادي، علي شناوة، والحسيني، عامر عبد الرضا: التعبير البيئي في فن ما بعد الحداثة، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٣٤٤.
- ٢٣ المصدر السابق نفسه ، ص ٣٧٨.
- ٢٤ المصدر نفسه ، ص ٣٨٠.
- ٢٥ ينظر للملحق رقم (٢) استمارة التحليل النهائية.

المصادر والمراجع:

- غيورغي، غاتشف: الوعي والفن ، رجمة د. نوفل نيوف - عالم المعرفة - الكويت - ١٩٩٠.
- خلود بدر غيث: مدخل الى التصميم الكرافيكي، الإصدار العلمي، عمان، ٢٠١١.
- الفيروز آبادي محمد بن يعقوب مجد الدين، المعجم القاموس المحيط ، المطبعة الميمنية، القاهرة، ١٩٠٢م.
- هولاند: المعجم المصور للميكروإلكترونيات والميكروكومبيوتر: ترجمة مؤسسة الأبحاث اللغوية، نيقوسيا، بيروت، ط١، ١٩٨٦،
- الرازي؛ محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، مكتبة لبنان، ١٩٨٦.
- أنيس، إبراهيم، وآخرون: المعجم الوسيط، ج١، دار الفكر. ١٩٨٤.
- النجدي، حازم راشد: منهجية التصميم المعماري، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، ١٩٩٢.
- امهز، محمود: التيارات الفنية المعاصر، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، لبنان، ١٩٩٦.
- رشيد، سلام حميد: جماليات الفكره في نتاجات الفن المفاهيمي، لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية بحوث الفنون والسياحة الجزء الثاني من العدد ٢٨، ٢٠١٨.
- رضا جمعي: البعد المفاهيمي للفنون البصرية وإشكالية التصنيف، مجلة جماليات، المجلد ٧، العدد ٢، الجزائر، ٢٠٢٠.
- عبد الله، غادة عبد الوهاب: المفهوم في التشكيل الفني السعودي المعاصر بإسلوب التجهيز في الفراغ (دراسة تحليلية)، مجلة الفنون والآداب وعلوم، ٢٠٢١.
- آل وادي، علي شناوة، والحسيني، عامر عبد الرضا: التعبير البيئي في فن ما بعد الحداثة، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١١.
- Doronina ، ٢٠٠٦ .
- خزعل عباس معروف: ايمان ومحسن حميد الطائي: سلوى: الأدوات في فنون ما بعد الحداثة" الفن المفاهيمي انموذجا"، كلية الفنون الجميلة، جامعة بابل، العراق، ٢٠١٢.

- Wikipedia، Stage One: Conceptual Design.

- <http://www.almaany.com/ar/dict/ar>