
**القيم الجمالية في الفنون الإسلامية كمدخل لإعادة صياغة الإعلان العربي
على شبكة المعلومات الدولية***

إعداد

أ.د. / هانى عبده قناية

أستاذ التصميم ورئيس قسم التربية الفنية
كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

أ.د. / محمود سامى سيد

أستاذ التصميم بقسم الإعلان
وعميد معهد الفنون التطبيقية - ٦ أكتوبر

أ. منى إبراهيم عبد الرحيم
باحث ماجستير

**مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة
العدد السابع عشر - مايو ٢٠١٠**

* بحث مستل من رسالة ماجستير - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

القيم الجمالية في الفنون الإسلامية كمدخل لإعادة صياغة الإعلان العربي على شبكة المعلومات الدولية

إعداد

أ.د/ محمود سامي سيد أ.د/ هاني عبده قنابة أ. من إبراهيم عبد الرحيم

خلفية البحث :

تعد الفنون العربية من أعظم الفنون التي ظهرت لما يتميز به من إبداعات، ومن أجمل التعريفات التي ذكرت عنه أنه " الفن الذي يهيه اللقاء الكامل بين الجمال والحق، فالجمال حقيقة في هذا الكون، والحق هو ذروة الجمال، ومن هنا يلتقيان في القمة التي تلتقي عندها كل حقائق الوجود".^(١)

وهناك مجالات عدة استفادت من تلك الفنون وتذكر الباحثة منها ما هو يرتبط بموضوع البحث وهو الاستفادة من تلك الفنون في إعادة صياغة الشكل الاعلاني العربي للحفاظ على الهوية العربية وهروباً من الغزو الأجنبي على تفاصيل الحياة العربية، وقد ارتبط الاعلان في اعصر الحالي بالتطور التكنولوجي الذي مهد للعديد من الوسائل والسبل التي من خلالها ينتقل الاعلان إلى كل انحاء العالم بيسر ومن تلك التطورات هي شبكة المعلومات الدولية وقد "نشأت تلك الشبكة من خلال التزاوج بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وفي كل تكنولوجيا متقدمة شيء من السحر. وسحر الإنترنت هو التكنولوجيا الرقمية Technology Digital التي تتعامل كما يدل اسمها بالأرقام، حيث تحيل المعطيات الإعلامية المرئية والمسموعة إلى العدد الزوجي واحد وصفر، أو بالعكس تعيد تحويل المادة الرقمية إلى نصوص مكتوبة، وصوتية، وصور فيديو، ويُطلق عليها اسم "متعدد الوسائط" Multimedia. يقوم بهذه المهمة في الاتجاهين الكومبيوتر، أي "الحاسوب" وهو كما يدل اسمه بالعربية والإنجليزية آلة حاسبة تتعامل برقمي الواحد والصفر اللذين يشكلان الوحدات القياسية للمعلومات، ويُطلق عليهما اسم "بتات" Bits. كل ثمان "بتات" تعادل "بايت" Byte واحداً"^(٢).

والإعلان على الانترنت حالياً من أهم وسائل الإعلان العالمي والمحلي في مختلف المجالات، وتعددت وسائل هذا النوع من الإعلان فمنها ما كان عبر المواقع الشهيرة أو عبر الشركات المتخصصة في الإعلان الرقمي ومنها ما كان عبر البريد الالكتروني، وتحوّل أغلبها إلى رسائل مزعجة بسبب عشوائيتها واستخداماتها الخاطئة....

(١) صالح أحمد الشامي (١٩٩٠). الفن الإسلامي التزام وإبداع، دمشق: دار المعلم، ص ٣٥، ٣٦.

(2) <http://www.alittihad.ae/wajhatdetails.php?id=48952>

"وعربياً يمكننا ملاحظة أن الإعلان عبر الإنترنت انتشر بشكل كبير جداً، ولكن للأسف بشكل خاطئ... فإذا ما تحدثنا عن أشهر المواقع والمنتديات العربية نجد لأغلبها الهدف الأساسي والذي طغى على كل الأهداف الأخرى وهو الريح من الإعلان... ولكن المشكلة الكبرى ليست هنا فهذا من حق صاحب أي موقع لكن الطريقة التي يتم الإعلان بها شوهت المفهوم العام للإعلان، وترى الباحثة أن هذا يقلل من قيمة الموقع بحد ذاته ومن قيمة الإعلان فيه... فغالبا ما تبحث عن معلومة عبر google ليقودك إلى آلاف النتائج.. فما أن يوصلك إلى موقع عربي لا على التعيين علنا نجد فيه ما يفيد إلى أن تظهر العشرات من البانرات والفلashes والروابط الدعائية التي تشتت الفكر وتؤدي العينين بمجرد النظر لها وحتى أننا قد تنسى ما دخلنا لأجله وكذلك الأمر عندما نسجل في إحدى هذه المواقع أو المنتديات سنجد البريد الإلكتروني يعج بالرسائل الدعائية التي تهم والتي لا تهم والتي لا علاقة لنا بها"⁽¹⁾.

والمزعج في الأمر أننا نادرا ما نرى أن ما يشير له الإعلان له علاقة بالمعلن عنه فقد يكتبون لنا عبارات فقط لمجرد لفت الانتباه وإثارة الفضول ولا تكون تمت بصله للموقع أو السلعة أو الخدمة المعلن عنها.

ويؤثر الإعلان الجيد بشكل كبير على المتلقي ويثير اهتمامه مما يخلق الرغبة لديه للتوجه نحو موضوع الإعلان، بما أن الإعلان يخدم مساحة عريضة من الجمهور فمن هنا تتضح أهميته وكيف أنه وسيلة يجب النظر إليها دائما والعمل على تطويرها بما يتناسب مع التطور الهائل الذي يشهده العالم، ومن هنا كان موضوع البحث حيث ارتأت الباحثة أن الفن الإسلامي وما يمكن أن يضفيه من قيم جمالية قد يؤثر بشكل إيجابي على شكل الإعلان بما يتناسب مع الحضارة العربية وينقل صورة جيدة للفن الإسلامي بتوظيف مفرداته وعرضها من خلال الإعلان المعروض بوسائله المختلفة وبوجه خاص الإعلان المعروض على شبكات الإنترنت نظراً للتطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصالات.

ويمكن أن تلخص مشكلة البحث في الإجابة عن التساؤل التالي :

كيف يمكن إعادة صياغة الشكل الإعلاني المقدم من خلال بعض وسائل الإعلان بالاستفادة من القيم التشكيلية لعناصر من الفن في العصر الإسلامي ؟

أهمية البحث :

ترجع أهمية البحث إلى محاولة إعادة صياغة الإعلان بوسائله المتعددة وما يمكن أن تضيفه تلك المحاولة من تميز للإعلان العربي المعروض على شبكات الإنترنت.

وترجع أهميته أيضاً إلى اختيار فكرة الإعلان بما يتناسب مع تكنولوجيا الإنترنت كأسس فنية تأخذ الطابع العربي والذي يميزنا عن الغرب بما يساهم في خدمة العملية الإبداعية في التصميم العربي على شبكات الإنترنت.

(1) <http://alosh7.wordpress.com/2009/03/14/1/>

أهداف البحث :

يهدف البحث إلى :

- تخطيط الشكل الإعلاني وتطويره باستخدام مفردات الفنون العربية المتعددة .
- المساهمة في تطوير التصميم الإعلاني العربي على شبكات الإنترنت بما يجعله متميزاً بطابع يحمل الهوية العربي .

فروض البحث :

يفترض البحث أنه :

- هناك علاقة بين الإعلانات والتراث الحضاري .
- تتوافر للفنون العربي السمات التي يمكن أن ترقى بها إلى العالمية .
- يؤدي استخدام زخارف الفنون الإسلامية في التراث العربي إلى إظهار الإعلان بصورة تميزه عن سواه من الإعلانات في مختلف أقطار العالم .

منهج البحث :

- تتبع الدراسة منهج البحث الوصفي التحليلي ، ثم المنهج التجريبي حيث ستقوم الباحثة بعمل تجربة ذاتية لتحقيق الهدف المرجو من البحث .

حدود البحث :

أ - حدود زمانية :

تتمثل الحدود الزمانية في الفترة المعاصرة والتي كان للإعلان على شبكة الانترنت مكان واضح ومؤثر في مجالات الدعاية والتسويق .

ب - حدود مكانية :

وتشمل الإعلانات الموجودة على شبكات الانترنت العالمية والمجلات الحديثة ويتم انتقاء عناصر مختلفة من تلك الإعلانات وتحليلها وإعادة صياغتها بشكل يحمل السمة العربية .

الوسائل المختلفة للإعلان :

١ - إعلان الجريدة

الصحف تعد وسيلة اتصال واسعة الانتشار محلياً ودولياً واهتمام المعلنين بعرض إعلاناتهم من خلالها يرجع لما تتميز به الصحف من تغطية وانتشار على مدى واسع بين كل الفئات .

تعطى الجريدة انتشاراً جماهيرياً واسع المدى ، حيث أن حوالي ٦٥% من البالغين يطالعون جريدة يومية أو أكثر كل يوم ، أما الذين لا يتابعون الجرائد فهم عادةً من فئات غير مستهدفة بأغلب الخدمات والمنتجات التي تعرض إعلاناتها من خلال الجريدة .^(١)

(1) Nelson , Roy Paul (1989); The Design Of Advertising , WMC. Brown Publishers , U.S.A , P. 255.

ويتكون إعلان الجريدة من شكل رئيسي يكون عادة أكبر من باقي العناصر وعنوان رئيسي وآخر ثانوي كلماته أكثر عدداً وأصغر حجماً مع صور إضافية أصغر في الحجم من الشكل الرئيسي ، ونجد أنه إذا ما احتوى الإعلان على أسعار وهذا ما يحدث في غالب الأمر فتكتب الأسعار بخطوط كثيفة واضحة كي تراها العين وتعطى التأثير البصري المطلوب .

وعلى الرغم من تفوق التصوير الفوتوغرافي على الرسوم وتفضيله في مجال الإعلان لمصداقيته العالية وكونه أكثر اقتصادية إلا أن الصحف مازالت تتمسك بالرسوم ملأمتها للإمكانيات الطباعية للجريدة .⁽¹⁾

٢ - إعلان المجلة

وتشكل إعلانات المجلة وسيلة اتصال ذات فاعلية كبيرة وخاصة قبل انتشار التلفزيون ولكنها تراجعت بعض الشيء بعد انتشاره وبدأت المجلات المتخصصة في الظهور لمواجهة هذه الظاهرة لأنها تستهدف فئات معينة مما ساعد المعلنين والمصممين على وضع تصميمات إعلانية تناسب الفئات المستهدفة من الإعلان ليعطى نتائج أكثر إيجابية .

وإعلان المجلة يعد أقل إزعاجاً وإلحاحاً من إعلان التلفزيون ، فالمجلة تضمن للمعلن تهيئة نفسية أفضل للمتلقي واستعداد إيجابي لتقبل المادة الإعلانية الموجهة له أكثر من إعلان التلفزيون والذي يغلب عليه الإلحاح عن السلعة مما يصيب المشاهدين بالملل ويعطى أحياناً نتائج عكسية .

وتتميز المجلة عن الجريدة بإمكانياتها الإنتاجية ، فالمجلة تتيح تطبيق أكثر من وسيلة طباعية حتى في الإعلان الواحد أحياناً كالجمع بين طباعة الأوفست والجرافيور فضلاً عن مدى الألوان الواسع الذي تعرضه وبجودة عالية ، كذلك فالورق المستخدم للمجلة عادة ما يفوق في جودته ورق الجريدة فيعطى نتيجة طباعية أفضل ويحد من المشاكل التي تواجه الجريدة مثل الشف .⁽²⁾

٣ - الملصقات : Posters

وهي وسيلة اتصال تعتمد على مزج الصورة بالكلمة ووسيلة عرض خارجية تتعدد فيها الأحجام والأشكال وطريقة التنفيذ وهي من أهم وسائل عرض الإعلان ، كما أنها وسيلة جماهيرية واسعة المدى تنتقل فيها المعلومة بسرعة وإذا ما تم تصميم الملصق بشكل جيد ومؤثر كان وقعه على المتلقي كبير .

ويلجأ إليها المعلنون لخلق الوعي لدى الجمهور بوجود منتج أو خدمة جديدة دون ذكر تفاصيل حوله أو تذكيرهم بمنتج أو خدمة قائمة بالفعل وهي تحقق مدى انتشار واسعاً للغاية خاصة تلك المعروضة بالمبشرين العامة والطرق السريعة .⁽³⁾

(1) Ibid; P. 266.

(2) Ibid; P. 290

(3) Patti & Frazer . Ob. Cit; P. 62 .

٤- الإنترنت :

الرغبة في الابتكار والعمل على التطوير والتعديل والتغيير باستمرار طموح يتصف به البشر للوصول لأفضل وأحسن ما يمكن .

ولا يتوقف هذا الابتكار أو ذلك التطوير عند حد ما أو في مجال دون آخر ، فنجد يلمس أو يطرق بقوة في شتى المجالات من صناعة ورياضة وعلوم وآداب وفنون وما إلى ذلك من النشاطات الإنسانية .^(١)

فعمليتي التطور والابتكار تتزايد بسرعة كبيرة فكل يوم يوجد جديد في عالم الكمبيوتر وأصبح الكمبيوتر متداخلاً في كل نشاطات الحياة فأصبح منتشراً في العمل والمنزل وبين كل الفئات ومع انتشار أجهزة الكمبيوتر تم ربط الأجهزة ببعضها البعض للحصول على مزيد من تبادل المعلومات والبيانات .

فظهر مفهوم الشبكة حيث يتم فيها اتصال مجموعة من الحاسبات بعضها البعض بواسطة طريقة اتصال Protocol ويعتبر ذلك أبسط تعريف لشبكة ما ، وشبكة الإنترنت هي شبكة عالمية ، أي على نطاق عالمي من مجموعة متنوعة ومتباينة من الشبكات الكمبيوترية الأخرى المتصلة ببعضها البعض .^(٢)

ويعتبر الإنترنت طريق المعلومات السريع وأداة فعالة للتجارة كوسيط بين المعلن والمستهلك لذلك زاد الاهتمام بالإنترنت وخاصة بين الشركات التجارية ورجال الأعمال .

وتتألف شبكة الإنترنت من مجموعة من منظمات وهيئات ومؤسسات مختلفة ، فمنها المؤسسات والدوائر الحكومية والرسمية والجامعات والمعاهد العلمية والتعليمية والشركات التجارية ، وتسمح هذه المجموعة للآخرين بالاتصال بحواسنها والمشاركة الكاملة أو المحدودة للمعلومات فيما بينهم ، وتتوقف حجم هذه المشاركة في المعلومات والبيانات إلى تقدير كل منظمة أو هيئة من هذه المؤسسات .^(٣)

ويستطيع الأشخاص والهيئات والمؤسسات الاتصال ببعضهم من خلال الإنترنت وعبر أنحاء العالم .

تأثير التطور التكنولوجي على العملية الإعلانية :

تتطور العملية الإعلانية تطور سريع خاصة بعدما ارتبطت بتكنولوجيا المعلومات وقد جعل ذلك المستهلك يكتسب زيادة بيانات ومعلومات شرائية مما أثر على طبيعة معلن اليوم بما يجعله

(١) بوب نورتون ، كاشي سميث (١٩٩٧). **التجارة على الإنترنت** ، ترجمة مركز التعريب والبرمجة ، الجمعية البريطانية لإدارة الأعمال ، بيروت ، لبنان : الدار العربية للعلوم ، الطبعة الأولى ، ص ٧، ١١ .

(٢) أحمد هلال طلبه هلال ، رسالة دكتوراه ، مرجع سابق ، ص ٤٨ .

(٣) بوب نورتون ، كاشي سميث ، مرجع سابق ، ص ٧- ١١ .

متفرد ومتميز ، بأن يقوم على تحديد المستهلك وبناء علاقة قوية معه تؤدي لارتباط المستهلك بالمعلن أو الشركة المعلنه ومن ذلك يتحقق هدف العملية الإعلانية .

ويظهر تقنية الإنترنت والتطور الهائل الذي نشهده منذ التسعينات فقد أدى ذلك إلى إتاحة فرصاً جديدة وأساليب متنوعة تخدم إستراتيجية المعلنين ، ويمكن استخدام التقنية الرقمية بوصول ذكي للمعلومات والمنتجات والخدمات الترفيهية والتفاعل مع محتويات الرسالة الإعلانية وبزوغ أهمية دور اختيار المستهلك أو رد فعله بشكل كبير ساهم في تغيير الإستراتيجية التسويقية والترويجية الإعلانية حيث أصبح رد فعل المستهلك ومشاركته الإعلانية إيجابية على عكس ما كان يحدث قبل الويب وشبكة الإنترنت .⁽¹⁾

وحيث أن المعلن لا يستطيع تحديد ملائمة الإعلان في شكله ومضمونه لجمهور المستهدفين من المستهلكين عن طريق التلفزيون أو المجلة أو الجريدة ، في حين أن الإعلان على الإنترنت يسمح بعلاقة تفاعلية ثنائية بين المعلن والمستهلك فيستطيع إبداء رأيه في موضوع الإعلان ورسالته شكلاً ومضموناً ومن ثم الاستفادة من أسلوب عرض المنتج الذي يعمل على ترويجه وتحسين مواصفاته من أجل الوصول لتحسين الإنتاج وإرضاء العميل .

الفنون العربية المرتبطة بمجال البحث :

وتعتبر الفنون العربية أطول الفنون عمراً وقد دب فيها الضعف منذ القرن الثامن عشر وحدث ذلك بعد أن تأثر الفنانون بمنتجات الفنون الغربية وقاموا بتقليدها وهذا التقليد أنتج صيغ فنية لاهوية لها ، كما أن هذا الضعف أيضاً كان نتيجة أن أولئك الفنانين والصناع قد تركوا ما ورثوه من أساليب فنية وفضلوا السرعة في الإنتاج والتقليد دون إعطاء الأعمال الفنية خاصتهم الوقت اللازم لإتقانها ، كل هذا من الأساليب التي سببت في ظهور الفن الإسلامي .

الفن الإسلامي المصري :

لقد بدأ الفن الإسلامي في الظهور خلال القرن السابع الميلادي ولكنه لم يكن محدد من حيث الملامح أو الأسلوب ونجد أن الفن الإسلامي أعتمد علي عدة مصادر رئيسية أهمها :

- ١ - الفنون الشرقية القبطية
- ٢ - الفن الساساني في العراق وأيران

نشأة الفن الإسلامي المصري :

تم فتح مصر من قبل العرب عام ٦٤١م ، وفي بادئ الأمر بعث "علي بن أبي طالب" بثلاث من الولاة ثم أرسل "معاوية" جيش بقيادة "عمرو بن العاص" وانتصر هذا الجيش وهكذا استقر الأمر لبني أمية في حكم مصر عام ٦٥٨م ، وما لبثوا أن سقطوا عام ٧٥٠م علي يد بني العباس. وفي سنة ٨٦٨م تقلد

(1) Margrethe Dal Thomsen (1996); **Advertising on The Internet** , Dissertation Submitted to The University of West Minister for M.D in Markting , September , P.9-10.

الحكم في مصر القائد التركي "باكباك" فاستخلف عليها "أحمد بن طولون" الذي أسس فيها أسرة لعبت في التاريخ الفني لوادي النيل دوراً كبيراً (١).

وقد استمر الحكم الطولوني حتى عام ٩٠٥م إلى أن استولى الإخشيديون على الحكم واستمر ولائهم للدولة العباسية ثم غزا الفاطميون مصر عام ٩٦٩م وتم نقل قصر الحكم إلى القاهرة وهكذا استمر الحكم للفاطميين حتى عام ١١٧١م إلى أن تأسست الدولة الأيوبية في هذا العام علي يد "صلاح الدين الأيوبي" والذي استمر حكمهم حتى عام ١٢٥٠م حتى أنتزع المماليك منهم السلطة في هذا العام وظلوا هكذا حتى انتهى حكمهم عام ١٣٩٠م .

ويجدر بالذكر أن هناك تاريخيين مهمين في تاريخ الفن الإسلامي ، أولها عام ٦٤١م عام فتح "عمرو بن العاص" لمصر ومنذ هذا التاريخ أصبح الدين الإسلامي هو الدين الغالب والعربية هي اللغة السائدة ، أما الثاني هو عام ٩٦٩م وهو تاريخ تولي الفاطميين الحكم في مصر حيث حدث تطور ملحوظ وواضح للفن المصري الإسلامي علي يد الفاطميين .

مراحل تطور الفن الإسلامي :

انقسم الفن المصري الإسلامي في الواقع لقسمين أو لفترتين زمنيتين :

- **الأولي:** منذ أن تم الفتح العربي حتى العصر الطولوني وتعتبر تلك المرحلة هي مرحلة الانتقال من الفن القبطي المصري إلى الفن الإسلامي المصري .
- **والثانية:** من انتهاء العصر الطولوني حتى العصر الفاطمي وهي المرحلة المهمة في تاريخ الفن الإسلامي المصري وأولي مراحل وضوح معالم هذا الفن .

وفي الفترة الأولى كان الإنتاج الفني عبارة عن الجمع بين العناصر الفنية القديمة وبين الميول الإسلامية والذوق الإسلامي وكمثال لذلك الجمع بين العناصر الزخرفية كأشجار العنب والنخيل والسمك والحمام والتي كانت سائدة في الفن القبطي ، والعمل علي تهذيب تلك العناصر بالشكل اللائق مع الميول الإسلامية ولكن مع استبعاد زخارف أخرى اعتاد الفنانون علي رسمها في العصر القبطي نظراً لأنها لا تليق بروح الفن الإسلامي مثل مناظر القصص اليونانية والرومانية والصلبان والقديسين والقساوسة ، كما أن من الملاحظ أن الزخارف التي استخدمت كان الميل فيها إلى التسطيح بلا تجسيم .

وقد وصف الكثير من رجال الفن الإسلامي الغربيين الفن الإسلامي المصري في تلك الفترة بأنه عبارة عن عمليات جمع للعناصر الفنية القديمة مع ربطها وتوزيعها وقد أتضح فيها الابتكار والتعقيد والبراعة دون إتلاف العناصر الزخرفية والحفاظ علي كيانها .

(١) د / زكي محمد حسن ، مرجع سابق ، ص ١٣ .

والفن الإسلامي في هذه المرحلة كان مرحلة من مراحل التطور التي تأثر بها تاريخ فنون البلاد التي دخلها الفتح الإسلامي فساعد ذلك الفن الإسلامي علي الجمع والخلط والمزج ليخرج فناً جديداً .

وننتقل للمرحلة الثانية والتي امتدت من العصر الطولوني حتى الفاطمي فهي المرحلة الفنية الواضحة المعالم حيث نلاحظ أن العناصر الزخرفية التي استخدمت فيها بها اختلافات عن العناصر الزخرفية في المرحلة التي سبقتها ، كما اختلفت أيضاً أساليب التنفيذ المستخدمة وظهر نوع جديد لم يظهر سابقاً وهو الخزف ذو البريق المعدني .

وفي العصر الفاطمي تقدمت البلاد اقتصادياً بشكل ملحوظ ونتيجة لهذا التقدم تأثر الفن واكتملت شخصيته الإسلامية المصرية ، وقد تأثر في البداية بالفن العباسي ولكن ما لبث أن تخلص من هذه التبعية تماماً وأصبحت له شخصيته المتفردة .

اللامحاكاة والتجريد في الفن الإسلامي :

الفنون العديدة التي سبقت الفن الإسلامي كانت تنزع إلي فكرة المحاكاة بشدة حيث رأوا أن محاكاة الطبيعية في شتي صورها هي المثل الأعلى في الموضوع الجمالي واهتموا بتصوير الطبيعة والموضوعات الدينية في شتي صور الفنون المختلفة مثل : النحت ، الإفريسك ، المعادن ، المنسوجات ، الخشب ، التصوير الزيتي .

وأما عن فكرة المحاكاة في الفن الإسلامي فنري بها ثمة إلغاء كامل لفكرة المحاكاة حيث تتحول الطبيعة لمجموعة نظم هندسية ورياضية حيث لا نقف أمام واقع مرسوم أو متخيل ومجمل كما في اللوحة الغربية أو الصينية بل نحن أمام تجريد للطبيعة .

ونجد أن نزوع الفنان المسلم عن المحاكاة وبعده عن الطبيعة نتيجة الشحن النفسي الذي حملته الديانة الإسلامية ضد المحاكاة فلجأ الفنان المسلم إلي ما هو أكثر إبداعاً من خلال تناول الطبيعة وتفكيكها لعناصرها الأولية وإعادة تركيبها ، حيث عكس بذلك ما فعله أهل الفن في اليونان وفي إيطاليا في عصر النهضة حيث فخموا المنزلة البشرية ومجدوا العربي في منحوتاتهم.

والفن الإسلامي يتشابه مع حركات الفن المعاصر كالتكعيبية حيث قاما الاثنان علي صياغة للعناصر الطبيعية وتحليلها لسطوح وأحجام هندسية ، وكذلك يتشابه الفن الإسلامي مع ما ذهب إليه الفن الوحشي القائم علي تبسيط الشكل الطبيعي وتحويله لسطوح بسيطة اعتمدت علي الخط واللون .

والفنان المسلم لم يهتم بالمحاكاة ولكن كان اهتمامه بتجريد المشاهد الطبيعية وتحويلها لخطوط هندسية ذات رؤية تجريبية تعبيرية تتناسب مع الطابع الديني ، حيث يخشى بطبعه أن يقوده هذا لكبرياء الخلق بأن يتشابه أسلوب فنه مع الله سبحانه وتعالى فلا يهتم بتسجيل ما يراه بقدر ما يهتم بالتعبير عنه .

الفنون الشرقية القبطية :

" الفن القبطي (بالإنجليزية: Coptic art) يطلق هذا الاصطلاح على الفن الذى أنتج بواسطة المسيحيين في وادي النيل من حوالي (٣١٣) ميلادية حتى دخول العرب مصر عام ٦٤١م. وكانت المسيحية قد ظهرت في عهد الامبراطور الرومانى نيرون عام ٥٤ م وانتشرت بسرعة بين المصريين وخاصة أنها تؤمن بعقائد تشبه العقائد المصرية القديمة، وحتى أصبحت المسيحية الدين الرسمى وفرض على الرومان والدول التابعة لهم اعتناقه"^(١).

السمات العامة للفن القبطي

- ان الفن الشعبي وليس فنا ملكيا أو إمبراطوريا، حيث كان الشعب يشرف على فنه ويبدعه وينفق عليه من ماله الخاص بعيدا عن أى مساندة رسمية.
 - فن ريفي لأنه نشأ تحت كنف الاضطهاد ويعيدا عن أماكن الحكومة، ورسم الفنان أشخاصا من بين العاديين وحيواناتهم الأليفة التي تملأ كل بيت ومناظر تمثل الحياة الريفية والشعبية البسيطة.
 - فن ارتجالي بسيط لان الرهبان الذين كانوا يشرفون عليه لم تكن لهم دراية تامة من الناحية الفنية، كما كان الإنتاج يتم في جو مشحون بالقلق بعيدا عن الطمأنينة وراحة البال.
 - اتسم باستخدام الهالة على رؤوس القديسين والشهداء وأحيانا كان يضع تاجا أو يستخدم الاثنين معا.
 - البعد عن محاكاة الطبيعة وتقليدها، فالرسوم كان كانت محورة ورمزية وتظهر مميزات الأشكال المرسومة فقط.
 - تميز الفنان القبطي عن الفنان البيزنطي في تصوير صور القديسين حولها هالة من النور في حين الفنان البيزنطي كان يرسم تاج على رأس القديس.
- كما تميز أيضاً في ان يعرض صور القديس فرحة مشرقة ألوانا مشرقة خاصة وجه القديس اوالقديسة ليوضح موضوع عقائدي إذ يبرز الابدية السعيدة التي نالها هذا القديس أو هذه القديسة وقد تأثرت تلك الفنون بالفنون الهيلينية وكان مركزها سوريا حيث ازدهرت بها المباني التي تحمل هذا الطراز فاخذ منهم المسلمون بعض أساليب العمارة .

الفن القبطي في مصر :

وقد ازدهر هذا الفن في مصر قبل الفتح العربي لها علي يد "عمرو بن العاص" وهو من طراز الفن البيزنطي واستمر الفن القبطي حتى بعد الفتح العربي لمصر لأن العرب المسلمون انشغلوا بالحروب ونشر الدين وهكذا حتى ازدهر الفن الإسلامي شيئاً فشيئاً في العصر الفاطمي حيث نلاحظ ظهور فن إسلامي مميز لحد كبير في مصر وقتها .

(١) http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%81%D9%86_%D9%82%D8%A8%D8%B7%D9%8A

ثم اختلطت الروح الإسلامية بالروح المصرية وشملت سائر البلاد ومرت العمارة الإسلامية في مصر بمراحل عديدة اتفقت مع كل عصر وكل مرحلة حكم مختلفة ، ونجد بعد ذلك الآثار الطولونية بزخارفها قد اختلفت عن الآثار الفاطمية التي تختلف عن الآثار الأيوبية وهكذا . وبالرغم من اتصال العصور إلا أن لكل عصر طابعه الخاص الذي يميز كل طراز عن الآخر .

وطبيعة موقع مصر المميز أفادها بالكثير بالإضافة لمواردها المتعددة ، وقد ذكرت مصر في القرآن وهذا تقدير كاف بالإضافة لما قاله عنها الكتاب أمثال "هيرودوت" مما جعلها محط الأنظار وجعل من الفن الإسلامي بعصوره المتعددة التي مرت علي مصر فن مميز كما كان الحال للفن القبطي والفن الفرعوني .

الفن الساساني في العراق وإيران :

ونجد أن تلك الأساليب قد انتشرت قبل ظهور الإسلام بمدة طويلة مثل الأساليب الفنية الهيلينية ومنذ أن فتح الإسكندر الأكبر الشرق الأدنى في نهاية القرن الرابع قبل الميلاد امتزجت الأساليب الفنية الهيلينية بالفن الساساني والهندي .

(الدراسة التطبيقية)

التطبيق العملي ويشمل :

١- سيتم عرض مجموعة من الإعلانات المعروضة بالمجلات العربية والمصرية وهي لمنتجات متنوعة ، ونفس الإعلانات وقد تم تناولها من قبل عينة من طلاب التربية النوعية بغرض تحقيق أهداف البحث والمتمثلة في تطوير التصميم الإعلاني العربي وإعادة صياغته من خلال المفردات المتعددة في الفن الإسلامي .

٢- تطبيق يتم من خلال إجراء محاولات تجريبية لمجموعة من التصميمات الإعلانية المقترحة . حيث سيتم عرض مجموعة من الإعلانات المعروضة على شبكات الإنترنت ، ونفس الإعلانات وقد تم تناولها من قبل الباحثة بغرض تحقيق أهداف البحث والمتمثلة في تطوير التصميم الإعلاني العربي والمصري وإعادة صياغته من خلال استخدام المفردات الجمالية المتعددة في الفنون العربية .



شكل رقم (١)

الإعلان بعد إعادة صياغته وقد أضيف عليه زخارف نباتية اسلامية



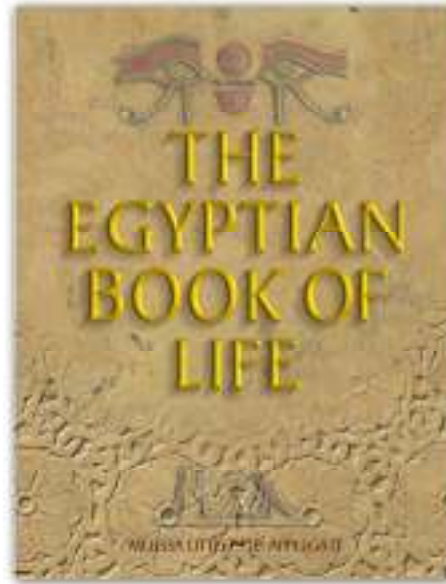
شكل رقم (٢)

الإعلان بعد إعادة صياغته مضاف إليه خطوط كوفية مزهرة في الخلفية



شكل رقم (٣)

الإعلان بعد إعادة صياغته وقد اضيف إليه زخارف توريق



شكل رقم (٤)

الإعلان بعد إعادة صياغته مضاف إليه أشرطة متعاقبة مع الورد في شكل زخري



شكل رقم (٥)

الإعلان بعد إعادة صياغته مضاف إليه تشكيلات زخرفية هندسية جدارية بها أطباق نجمية

النتائج والتوصيات

النتائج:

- ١ - أكدت الدراسة أن هناك علاقة تكاملية بين الإعلانات العربية والموروثات الحضارية التي تسهم بدورها في إثراء القيمة الفنية وتكوين منطلقات فنية وتقنية يمكن أن ترقى بمجال التصميم الإعلاني المحلي .
- ٢ - أكدت الدراسة الدور المهم الذي يلعبه الفن العربي في تطوير الشكل الإعلاني وإضفاء الهوية العربية على الإعلانات التي تعرض على شبكات الإنترنت.
- ٣ - أسهم البحث في خدمة العملية الإبداعية للتصميم العربي على شبكات الإنترنت وذلك باختيار فكرة الإعلان من خلال أسس فنية تأخذ الطابع العربي .

التوصيات:

توصي الباحثة بالتالي :

- ١- يعد التراث الفني العربي من أغنى الفنون التي يجب أن تدرس بعناية فائقة لنهل منطلقات فنية وتقنية ترقى بمجالات الفنون في كل التخصصات .

- ٢- يجب إثراء الإعلانات العربية المعروضة على شبكات الإنترنت من خلال إضافة جماليات الفن العربي لإضفاء طابع مميز يرقى بها للعالمية .
- ٣- عدم دراسة الفنون التراثية باعتبارها مجموعة من المفاهيم والعوامل الزمانية والمكانية فقط ، وإنما تأكيد تلك القيم وما يمكن أن تضيفه على الفن بصفة عامة وعلى مجال التصميم الإعلاني على وجه الخصوص .

المراجع

أولاً: الكتب:

- ١- أرمان ماتلاد(١٩٩١). إمبراطورية الإعلان ، ترجمة/عزة أبو النصر، دمشق : دار
- ٢- إسماعيل شوقي(١٩٩٨). الفن والتصميم ، القاهرة : الناشر المؤلف .
- ٣- أحمد هلال طلبة هلال ، رسالة دكتوراه ، مرجع سابق ، ص٤٨ .
- ٤- صالح أحمد الشامى (١٩٩٠). الفن الإسلامى التزام وإبداع ، دمشق: دار المعلم ، ص٣٦،٣٥.
- ٥- بوب نورتون ، كاثى سميث (١٩٩٧). التجارة على الإنترنت ، ترجمة مركز التعريب والبرمجة ، الجمعية البريطانية لإدارة الأعمال ، بيروت ، لبنان : الدار العربية للعلوم ، ط١ ، ص١١٠٧ .

ثانياً: الرسائل:

• رسائل الماجستير :

- ٦- أحمد هلال طلبة هلال(١٩٩٦). أساليب استخدام المؤثرات الخاصة في الصور الفوتوغرافية الإعلانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان .
- ٧- عصام رمزي الملاخ(١٩٩٨). التقنية الحديثة وأثرها على تطور الإعلان المطبوع في مصر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان .

• رسائل الدكتوراه :

- ٨- أحمد هلال طلبة هلال(٢٠٠٢). الصورة الرقمية ودورها في تطوير الإعلان المصري على شبكة الإنترنت ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان .
- ٩- مجدي سيد محمود محمد(١٩٩٠). الوحدة النباتية في الفن الإسلامى المصري وأثرها في مجال التصميم التطبيقي الزخرفي المعاصر رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الفنون التطبيقية ، ج حلوان .
- ١٠- منى سعيد المرزوقي(١٩٨٩). الاتجاهات والنظريات العلمية والفنية الحديثة بفن الملصق الأوروبي والاستفادة منها في تصميم الملصق في مصر ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان .

11- Frank Presbery(1929); The History and Development of Advertising , New York , Double Day .

12- Margrethe Dal Thomsen(1996); Advertising on the Internet , Dissertation Submitted to the University of West Minister for M.D in Marketing , September .

13- Margrethe Dal Thomsen (1996); Advertising on The Internet , Dissertation Submitted to The University of West Minister for M.D in Markting , September , P.9-10.

14- <http://www.alittihad.ae/wajhatdetails.php?id=48952>

15- <http://alosh7.wordpress.com/2009/03/14/1/>

16-http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%81%D9%86_%D9%82%D8%A8%D8%B7%D9