

استلهام القيم الجمالية لعناصر الفن الإسلامي فى تصميم الإعلان لصفحات الويب

أ.م.د / سامح مصطفى حسان

أستاذ مساعد بقسم الطباعة والنشر والتغليف - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

م.د / محمد جمال محمد

مدرس بقسم العلاقات العامة - كلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI

ملخص الدراسة:

لقد كان الدين فى الحضارة الإسلامية هو الطاقة التى أثمرت ضمن ثمراتها الإبداع فى كل ميادين العلوم والفنون والآداب، والفن الإسلامى عزيز بنتاجه الفنى والمعرفى الذى أسهم فى تطور الفنون التطبيقية المعاصرة فى مختلف أشكالها وصورها وتقنياتها وبالتالي يمكن الاستفادة به مع الفنون فى الأونة الحالية.

محور الدراسة:

إحياء التراث الثقافى والربط بين الحضارة الإسلامية والفنون المعاصرة.

مشكلة البحث: على مدار عقود ظهرت الكثير من المذاهب الفنية المختلفة فى مجال الفن والتصميم، كل منها تميز بشخصية محددة ظهرت فى مخرجاته، وفى الأونة الحديثة اهتم الغرب بتدريس تلك المذاهب لطلاب كليات الفن والتصميم، ليس بغرض معرفة التاريخ فحسب ولكن بهدف امتلاك الخبرة العملية التى تقوم على التراكم، مما يمنح المصمم المعاصر القدرة على إنجاز عمله بمنظور أشمل ونظرة أكثر عمقا، وهو الأمر المفقود مع المصمم العربى الذى تأثر بالشكل الغربى المبهر للتصميم - وهو أمر لا نعييه - دون أن يلتفت قليلا لما لديه من معين هائل يتمثل فى الفن الإسلامى، حيث هناك قوانين أخرى يمكن الاستفادة منها جنبا إلى جنب مع القواعد التى توصل إليها المصمم الغربى على مدار سنوات طويلة، وهى قوانين وجماليات صالحة للتطبيق فى مجال التصميم المعاصر. وتكمن أهمية البحث الحالى فى التطلع إلى الفن الإسلامى وإمكانية الاستفادة من قوانينه الخاصة واستخدامها مع أحد أشكال التصميم والمتمثل فى الإعلانات المتواجدة على صفحات الويب، مستوحاة من وحداته الزخرفية المميزة والخطوط العربية والتراكيب الشكلية ثراء شكليا وتحقيقا لتكامل وتواصل حضارى بين الماضى والحاضر.

ويهدف البحث إلى:

1. إلقاء الضوء على طبيعة الفن الإسلامى ومفرداته، وما يحمله من قيم ودلالات متجددة.
2. إمكانية الاستفادة من قوانينه وجمالياته الخاصة مع التصميم المعاصر، والمتمثل فى الإعلانات المعروضة على صفحات الويب.
3. تصميم نموذج إعلانياً مستوحى من جوهر الفن الإسلامى .

الكلمات المفتاحية: الفن الإسلامى - التصميم المعاصر - الإعلان - نماذج تطبيقية

DOI:10.12816/0036520

Inspired by the aesthetic values of the elements of Islamic Art Advertising in the design of web pages

Prof. Dr. / Sameh Mustafa Hassan

Assistant Professor of printing, publishing and packaging department

Faculty of Applied Arts - Helwan University

DR / Mohamed Gamal Mohamed

Lecturer, Public Relations Department - Faculty of Mass communication

Modern University for Technology and Information (M.T.I)

Abstract:

It was a religion in the Islamic civilization is the energy which resulted in the creativity in all fields of science, arts and literature, and art of the Islamic prolific Bntegh technical and cognitive has contributed to the evolution of contemporary applied arts in various forms and manifestations and techniques and therefore can make use of it with the arts in the current times.

The focus of the study: the revival of cultural heritage and the link between Islamic civilization and contemporary arts.

The research problem: for decades appeared a lot of different artistic schools of thought in the field of art and design, each of them marked by a specific character appeared in output, and in recent times the West interested in teaching those doctrines for students of art and design colleges, not only for the purpose of knowledge of history, but to acquire practical experience based on the accumulation, giving contemporary designer the ability to carry out its work perspective, the most comprehensive look deeper, which is lacking with the Arab designer who influenced as western dazzling design it - which is not Enaibh - without turning a little of what has a certain tremendous is in Islamic art, where there are other laws can be used along with the rules, which reached the western designer for many years, the laws and the aesthetics are valid for application in the field of contemporary design.

The importance of the present research in looking forward to the Islamic art and access to its own laws and used with a forms design of existing ads on Web pages, inspired by the decorative units and distinctive lines of Arab and compositions formal richness of formality and achieve integration continues civilized between past and present.

The research aims to:

1. Shed light on the nature of Islamic Art and vocabulary, and values , Semantics And indications of renewed.
2. The possibility to take advantage of its laws and own aesthetics with contemporary design, and the goal of the ads displayed on web pages.
3. Design declaratory model inspired by the essence of Islamic art.

Key words: Islamic Art - contemporary design - Advertising - An Empirical models

مقدمة :

تلعب الموروثات الحضارية دورا كبيرا في حياة الفنان، فهي تزوده بجوانب النظام التي كشفتها أعين الماضى في العصور المختلفة، وهو مافعله العالم الغربى عندما تعامل مع ماضيه، فاستعان بمفرداته على عكس ماحدث في الشرق، والذي أهمل تراثه الفنى الإسلامى ، إن مصطلح الفن الإسلامى هو مصطلح لايفص الفن الذى يخدم العقيدة الإسلامية فقط متمثلا فى المساجد، ولكنه يشمل ويميز أنواع الفن والعمارة التى أقامها المسلمون على الأراضى التى حكموها عبر التاريخ، وكما يتحدث عنه موقع متحف المتروبوليتان* : "إنه فن ليس دينيا فقط ولكنه أسلوب وطريقة للحياة، إن الإسلام عمل على تطوير ثقافة متميزة عبر لغته الفنية الخاصة والتى انعكست على الفنون والعمارة عبر أنحاء العالم الإسلامى". (1)

ومع توسع رقعة الإسلام كان الفنانون فى تلك الدول التى كانت تحت الرعاية الرومانية أو الفارسية يمتلكون تقاليدهم الفنية الخاصة بهم، وخصوصا المستمدة من المناطق الواقعة شرق البحر المتوسط، وتبدى بوضوح فى الأعمال الفنية المعدنية والمنسوجات وطريقة تصوير العناصر الحيوانية والنباتية والزخارف التصويرية، وقد استمروا لفترة فى العمل بها ولكنها كانت تقدم للرعايا المسلمين هذه المرة، ثم ظهر نوع من المزج بين الجديد والحديث، من حيث التقنيات والأشكال الزخرفية بدت واضحة فى منطقة فارس، بل إن مسجدا عظيما له مكانة كبيرة لدى المسلمين وهو مسجد قبة الصخرة بالقدس (يحدث خلط بينه وبين المسجد الأقصى المقام بجواره) والذى بنى فى عهد الخليفة الأموى عبد الملك بن مروان فى أواخر القرن السابع الميلادى كان متأثرا بالفن المعمارى البيزنطى. (2)

وبشكل تدريجى وتحت تأثير العقيدة الإسلامية وظهور الدولة بدأت شخصية الفن الإسلامى فى التبلور والوضوح، وغالبا ماينظر إلى فترة حكم الخلافة الأموية (661-750) على أنها الفترة التكوينية فى الفن الإسلامى، وصارت اللغة العربية هى اللغة الرسمية، وبعد زوال الدولة الأموية بفترة وجيزة كانت ملامح الفن الإسلامى قد ظهرت واضحة بعد الكثير من عمليات الإضافة والتطوير.

ونظرا لتنوع الفن الإسلامى فإن متحف المتروبوليتان قام بتصنيفه وفقا للسلاسل الحاكمة، بدأ من الخلافة الأموية مرورا بالعباسية (750-1258) التى أقامت دولة واسعة موحدة، وكذلك السلالات الحاكمة الأخرى مثل العثمانيين والمغول. (1)

ونظرا للانتشار على مساحات جغرافية واسعة وعبر فترات زمنية كبيرة تأثر الفن الإسلامى بالكثير من التطورات إلا أنه احتفظ بنوعيته الذاتية والهوية الفريدة، ومثلما كانت العقيدة الإسلامية تجسد طريقا وأسلوب للحياة، وتقوم بقوة متماسكة بين الشعوب المختلفة عرقيا وثقافيا، كان كذلك الفن الإسلامى، حيث كان له خصائص موحدة، ربما يأتى الميل إلى الزخرفة المسطحة فى مقدمتها، وأما المكونات الأساسية الأربعة للزخرفة الإسلامية فهى : الخط، الأنماط النباتية، الأنماط الهندسية، الأشكال المصورة. (1)

لقد أضفى الفنان المسلم عبر تطور العصور من خلال رؤيته الفنية لواقع الحياة على ما يستخدمه و يعايشه من أدوات نفعية طابعا فنياً حدد طرز إبداعه الفنى وسط طرز الإبداع الفنى الإنسانى ، و لقد انتبه كثير من الفنانين المحدثين إلى ما تزخر به الفنون الإسلامية من أصالة تقليدية وحيوية إبداعية و تكوينات جمالية فاستلهم البعض منهم عناصر من هذا الإبداع فى أعمالهم الفنية الحديثة، ويأتى على رأسهم الفنان والمصمم ويليام موريس (1834-1896)، الذى قام بتصميم منسوجات وقطع من السجاد وورق حائط مستوحى من الفن الإسلامى، متأثرا بالألوان

والنماذج ، وخرجت تصميماته تحمل مزيجا من فن العصور الوسطى فى انجلترا والفن الإسلامى، ومنتجا نوعا مميزا من الفن الإنجليزى الكوزمبوليتانى فى القرن التاسع عشر. (3)

إن مثال ماحقته موريس يمكن تكراره، بل إن العصر الحالى بما يمتلك من وسائل تكنولوجية متطورة يتيح ذلك بشكل أكثر يسرا عن ذى قبل فى جميع أنواع الفنون التطبيقية، فى شكل تصميمات تصلح للمنسوجات وقطع الأثاث والتصميمات المطبوعة والإلكترونية، ومن بينها إعلانات الويب. وقد منح الويب الإعلان صفة السرعة والغرارة وسعة الانتشار، حيث أدخل شكل جديد للإعلان يقوم على تقديم خدمة خاصة للمتلقين تبعاً لأذواقهم وبنسبة تكاليف أقل من الطرق التقليدية، بالإضافة إلى تحقيق درجة معرفية دقيقة وأفضل وأكثر شمولاً بطبيعة السوق وأنواع السلع والخدمات بما يساعدهم على الاختيار واتخاذ القرار الشرائى.

والإعلان على شبكة الويب أصبح يعتمد على عنصر الإبهار والحركة والخداع والتفاعل والصوت لجذب انتباه المتلقى وإثارة اهتمامه لإقناعه بمضمون الرسالة الإعلانية، وذلك بمحاولة تركيزه فى الإعلان لفهم محتواه وتحليل مضمونه اعتماداً على غريزة حب الاستطلاع، لما يتميز به المتلقى المعاصر من مهارات فى الاتصال عبر شبكة الانترنت وذكاء ووعى إدراكى يتناسب مع العصر الحالى، مما جعله مؤهلاً لاستيعاب إعلان يقوم على توظيف فنون الخداع البصرى لتحقيق إعلان مختلف ومتميز يعتمد على قوانين الإدراك البصرى التى تتحكم فى إدراك المتلقى للإعلان لإضفاء قيمة بصرية وتأثير وجدانى إيجابى يزيد من سرعة نفاذية الإعلان وانتشاره.

وبالتبع يمكن أن تمثل عناصر الفن الإسلامى تربة خصبة، مليئة بالأفكار والعناصر التى تساعد المصمم فى تصميم إعلانات تحمل من الغرابة والجديد ما يعمل على الخروج بأفكار تصميمية مختلفة، تعمل على جذب الانتباه باعتباره الخطوة الأولى والأساسية فى أية عملية اتصال إعلانى؛ وذلك فى ظل الكم الهائل من الإعلانات التى يتعرض لها المتلقى يومياً.

وقد ساعدت البرامج الجرافيكية الكثيرة على تنفيذ أى فكرة لدى المصمم مهما كانت درجة صعوبتها وذلك لتحقيق الهدف الاتصالى للإعلان. وبناءً على ما سبق فإنه إذا تم استغلال عناصر الفن الإسلامى بشكل علمى وتقنى مدروس بدقة فى تصميم الإعلان على شبكة الانترنت، فإنه سينتج عنها إعلانات تحمل أفكاراً إعلانية متميزة. (4)

مشكلة البحث :

على مدار عقود ظهرت الكثير من المذاهب الفنية المختلفة فى مجال الفن والتصميم، كل منها تميز بشخصية محددة ظهرت فى مخرجاته، وفى الأونة الحديثة اهتم الغرب بتدريس تلك المذاهب لطلاب كليات الفن والتصميم، ليس بغرض معرفة التاريخ فحسب ولكن بهدف امتلاك الخبرة العملية التى تقوم على التراكم، مما يمنح المصمم المعاصر القدرة على إنجاز عمله بمنظور أشمل ونظرة أكثر عمقا، وهو الأمر المفتقد مع المصمم العربى الذى تأثر بالشكل الغربى المبهر للتصميم - وهو أمر لا نعيبه - دون أن يُلتفت قليلا لما لديه من معين هائل يتمثل فى الفن الإسلامى، حيث هناك قوانين أخرى يمكن الاستفادة منها جنباً إلى جنب مع القواعد التى توصل إليها المصمم الغربى على مدار سنوات طويلة، وهى قوانين وجماليات صالحة للتطبيق فى مجال التصميم المعاصر.

أهداف البحث :

منذ فجر التاريخ يتواصل الجنس البشرى من خلال مجموعة من الرموز مكتوبة كانت أو مصورة، وهى نظرا لتراكم الخبرات تصبح بمرور الوقت لغة اتصال ووسيلة لحفظ المعلومات، وهو ماينطبق على مفردات أية حضارة من الحضارات، وهى تبدو بشكل مكثف مع التراث الإسلامى، حيث البعد عن تمثيل الأشخاص والاتجاه نحو التجريد المطلق، ومن ثم يمكن تحديد أهداف البحث فى النقطتين التاليتين:

(1) إحياء التراث الفنى الإسلامى من خلال إلقاء الضوء على عناصره الفنية وجمالياته.

(2) ابتكار تصميمات جديدة تصلح لإعلانات الويب ومستوحاة من الفن الإسلامى.

تساؤلات البحث :

تحاول الدراسة الإجابة على مدى إمكانية بناء تصميمات فنية معاصرة ومبتكرة تصلح لإعلانات الويب مستقاة من التراث الفنى الإسلامى مستخدما البرامج الجرافيكية.

فروض البحث :

القيم الجمالية المميزة للفن الإسلامى يمكن الاستفادة منها فى عمل تصميمات مبتكرة لإعلان الويب.

منهج البحث :

يعتمد البحث على منهجين هما:

المنهج الوصفى لإلقاء الضوء على الفن الإسلامى وعلى عناصره الفنية التى يمكن الاستفادة منها فى تصميمات إعلانات الويب.

والمنهج التجريبي من أجل تصميم عدة نماذج لإعلانات حديثة ومستوحاة من الفن الإسلامى.

المبحث الأول : الفن الإسلامى**1-1 جوهر الفن الإسلامى :**

تبدى الفن الإسلامى فى عدة مجالات : مجال الخط العربى من أجل كتابة القرآن الكريم، والعمارة الإسلامية التى وجدت أسمى تعبير لها فى المساجد، والسيراميك (الخزف) والزجاج والمنسوجات، وكانت الزخرفة لها الغلبة على طبيعة الفن بشكل عام، وإن كان المقصود العكس تماما، فالمقصود هو (اللامظهر)، حيث يعكس هذا الاهتمام الطبيعة المؤقتة للوجود، حيث الهيكل الكبير المجرى مع التواجد لعناصر أقل جوهرية، وتتحوّل الصروح العظيمة للمساجد إلى ضوء ونماذج، وتتحوّل صفحات القرآن إلى نوافذ تطل على اللانهاية. (5)

1-2 سمات الزخرفة الإسلامية Patterns :

يمكن تلخيص سماتها فى ثلاث نقاط:

1-2-1: كان تكوين النماذج قائم على تكرار عدد قليل من العناصر الهندسية :

حيث كان الشكل البسيط (الدائرة، المربع، الخط المستقيم) هو الأساس التى تقوم عليه النماذج patterns، وهذه العناصر كانت توضع بشكل تكرارى متشابه ومرتبطة فى تكوينات معقدة، قائمة على شبكة هندسية مكونة من مثلثات متساوية الأضلاع أو شكل سداسى الأضلاع، ويستخدم مصطلح التغطية المنتظمة regular tessellation معها، والتى تعود إلى الكلمة اللاتينية قطع الفسيفساء، حيث الأشكال متعددة الأضلاع تقوم بتغطية السطح بشكل منتظم.

1-2-2 كانت كلها نماذج ثنائية الأبعاد two-dimensional :

يختلف مفهوم الفراغ space فى الفن الإسلامى اختلافا تاما عنه مع الفن الغربى، حيث يعتمد الأخير فى الأساس على المنظور الخطى linear perspective، فيتم تقسيم التصميم إلى عناصر أمامية توضع فى الصدارة، مع وجود خلفية، ولامانع من وجود مناطق متوسطة بينهما، وبالتالي باتت الهيئة العامة للتصميمات الإسلامية مختلفة، فلم يكن هناك محاولات من أجل إنشاء عمق، إن مصطلح التغطية المنتظمة كان هو الأنسب لوصف هذا النوع من التركيب والبناء، حيث توضع النماذج النباتية على خلفية مسطحة تتباين معها من أجل إبرازها، وفى بعض الحالات الأخرى يكون من المستحيل التمييز بين المقدمة والخلفية، وفى بعض التصميمات الهندسية توضع الأشكال متعددة الأضلع معا بشكل متداخل دون ترك أية فراغات بينها.

وعلى الرغم من أن الفنان المسلم لم يهتم بالمنظور الخطى، إلا أنه من بين أنماط الفن الإسلامى المختلفة يمكن الإشارة إلى أن الفن الإسلامى الفارسى كان هو الاستثناء من هذه القاعدة، والذى قام بتصوير الأشخاص والحيوانات مهتما بالمنظور لكى يحقق التفاعل لشخصياته، إلا أن هذا المنظور قدم من عدة وجهات نظر.

1-2-3 كانت مصممة بحيث لا يضمنها إطار :

تقترح الزخرفة الهندسية الإسلامية درجة عالية من الحرية، إن التعقيد فى ترتيب العناصر ومزجها قابل للتوسع بلا حدود، وسيبدو الإطار الذى سيحيط بالنماذج عند وضعه استبداديا، فالترتيب الأساسى أحيانا ما يفترض وحدة قد تجعل من بقية التصميم أمرا متوقعا. (6)

1-3 الفن الإسلامى والفن الغربى :

1-3-1 الوحدة فى التنوع :

على خلاف الفن الغربى الذى انتج العديد من الأساليب والحركات عبر العصور، يبدو الفن الإسلامى مستقرا إلى حد كبير، إلا أن الأمر ليس كذلك، فكل مكان وزمان فى الفن الإسلامى كان له توقيعه الخاص، فالفن فى الدولة العثمانية كان مختلفا عن الفن الإسلامى فى الأندلس (أسبانيا)، ويشير الباحث المعروف أوليج جرابار Oleg Grabar (1929-2011) وهو مؤرخ وعالم آثار فرنسى، متخصص فى الفنون والعمارة الإسلامية، عمل أستاذا فى جامعة هارفارد فى كتابه تشكيل الفن الإسلامى Formation of Islamic art "إن المهمة الرئيسية للأعمال الفنية هى نقل رسالة معينة، وهذه الرسالة هى التى تحدد طبيعة الحركة الفنية، والفنان يقوم باختيار ماذا ينتج وكيف"، لقد منح جوهر العقيدة الفنان قوة مكنته من التغلب على الاختلاف العرقى والتقاليد الجغرافية، وخلق أسلوباً فنياً يجمع فيه بين واقعه المحلى من ناحية وطبيعة الإسلام من الناحية الأخرى.

1-3-2 دور النخبة فى الفن :

إن النظرة لكل من الفنان والراعى له هى التى تشكل دور الفن فى كل فترة زمنية، وعلى الرغم من أن الراعى لا ينتج شيئا فنيا إلا أنه يعطى الفنان اتجاهاً للإبداع، مدعماً له مع وجود إطار أو حدود يتحرك داخلها؛ ولهذا السبب فإن النخبة أسهمت فى كثير من الأحيان فى تطوير الحركات الفنية، ويختلف دور الفن فى المجتمع الغربى عنه فى المجتمع الإسلامى، على الرغم من تأثرهما بالفن البيزنطى، إن المسيحية قد أخذت من الفن الرومانى واليونانى وقامت بتحديد الفن الغربى لسنوات طويلة، كان الفن الغربى انعكاسا لنظرة الأشخاص فى تلك الحقبة، فالفن فى العصور الوسطى كان مقدسا وعمليا، وكان يقوم على الحرفية، فالكاتدرائيات القوطية نموذجاً على هذا، وكانت الأعمال الخشبية والمينا والزجاج الملون تلبى الاحتياجات الدينية، لقد كانت الكنيسة تقف وراءه، أما عصر النهضة

فقد بدأ عندما ظهرت الجامعات في أوروبا وبدأ عصر يقوم على العلم وصار شعار ديكارت : أنا أفكر إذن أنا موجود هو الشعار الشائع، ومن ثم ظهر هنا الاهتمام بدراسة الضوء والظلال، المنظور والتشريح، وكانت الاتجاهات الفنية التالية لعصر النهضة مثل الباروك والكلاسيكية والتأثيرية هي نتاجاً للأفكار السائدة في المجتمع، مع الرغبة في التجريب ، إن الفن لأجل الفن صار اتجاهاً سائداً وافسحت الحرفية المجال لما نسميه الآن بالتصميم . وهو الأمر الذي لم يحدث في الإسلام، الذي ظل دائماً فناً له قدسيته، مهتم بالتأليّة والعمق، إنه انعكاس للنظام الكوني، إن التقاليد الإسلامية تلزم الفنان بإطار لا يصح تجاوزه، بينما صار الفن الغربي انعكاساً للحياة اليومية دون تقيد بحدود أو تقنيات. (7)

1-4 المفردات التي يقوم عليها الفن الإسلامي :

يمكن تحديد أنواع الزخارف المستخدمة في الفنون الإسلامية المختلفة في الأشكال الأربعة التالية:

أولاً: الخط Calligraphy .

ثانياً: الأشكال المحورة (للأشخاص والحيوانات).

ثالثاً: الموتيقات النباتية.

رابعاً: الأشكال والنماذج الهندسية.

وهي زخارف قد تستخدم بمفردها أو يحدث مزج بينها وتوضع داخل ترتيب معقد، أقامه الفنان المسلم على الوحدة والمنطق والنظام، وكان الفرجار والمسطرة هما الأدوات الأساسية من أجل التصميم الهندسي، حيث كانت الدائرة هي الأساس للنماذج الفنية الإسلامية، لقد أصبحت هي العنصر النحتي المنظم للتصميمات النباتية، كما لعبت دوراً مهماً مع فن الخط العربي، والذي يعرف بأنه هندسة الخط، إنه يشكل كل النماذج الإسلامية المعقدة باستخدام الأشكال الهندسية.

1-4-1 فن الخط العربي Calligraphy

يعود المصطلح إلى اللغة اليونانية القديمة، حيث تعني كلمة kallos جمال، بينما تعني الكلمة الأخرى graphos الكتابة، ويشير المصطلح ككل إلى التناسب المتناغم بين كل من الحروف ضمن الكلمة من جهة والكلمات ضمن الصفحة من جهة أخرى، ويعد الخط العربي من أكثر الإسهامات الأصلية للإسلام في مجال الفنون البصرية، وفعل الكتابة لدى الخطاط العربي وخصوصاً المتعلقة بأبيات القرآن الكريم هي في المقام الأول تجربة دينية قبل أن تكون جمالية، وهو الأمر الذي لا يدركه العالم الغربي، الذي قد يقدر الخط والشكل والتدفق الفني للكلمات، ولكنه لا يدرك أن الموضوع أعمق من مجرد استعراض لمهارة الفنان، إن الخط العربي هو الشكل الهندسي للروح، إن طبيعة القرآن الكريم بما يحمله من كلام الله أعطى دفعة هائلة للإبداع بدأت في القرن السابع واستمر زخمها حتى الآن. (8)

أنواع الخطوط العربية :

الخط الكوفي : سُمي بهذا الاسم لعناية مدينة الكوفة به وليس لأنه نشأ فيها؛ حيث ازدادت حركة تذهيبه وتجميل حروفه وبهذا انفرد باسم "الخط الكوفي". ومن الأرجح أنه اشتقّ من الخط الحيري أو الإنباري، ومن مدينة الكوفة خرج إلى أنحاء مختلفة من العالم الإسلامي مع الجنود الفاتحين، وقد كان للكوفة نوعان أساسيان من الخطوط؛ نوع يابس ثقيل كان يسمى "الخط التتكاربي"، وكان يستخدم في الكتابة على المواد الصلبة كالأحجار والأخشاب ويتميز بالجمال والزخرفة، وكان يخلو أحياناً من النقط وترابط الحروف. ونوع لين تجري به اليد في سهولة، وكان يسمى

"خط التحرير"، وكان مخصصا للمكاتبات والتدوين والتأليف، وقد نتج من المزج بين الخطين نوع ثالث يتصف بالرصانة والجمال، وهو "خط المصاحف" الذي يجمع بين الجفاف والليونة. وظل هذا الخط هو الخط المفضل طيلة القرون الثلاثة الهجرية الأولى، وقد استتبعت من الخط الكوفي أنواع فنية وزخرفية قسمها مؤرّخو الفنون الإسلامية إلى "الكوفي البسيط"، و"الكوفي المورق"، و"الكوفي المضفر المترابط"، و"الكوفي المهندس". (9)

خط الثلث: هو أصعب الخطوط، يليه النسخ، ثم الفارسي، أما عن تسميته فقد كانت الخطوط (الأقلام) تنسب إلى قلم الطومار وهو أكبر الأقلام مساحة، وقلم الثلث أو خط الثلث هو بمقدار ثلث هذا القلم، وينسب إلى الوزير الخطاط "علي بن مقلة" وَصَّغَ قواعدَ خطِّ الثلث، وقد سمي خط الثلث في العصور المتأخرة بـ"المحقّق"، وذلك لأن كل حرف من حروفه يحقق الأغراض المرادة منه، ويستعمل خط الثلث في الكتابة على جدران المساجد والمحاريب والقباب والواجهات والمتاحف، وكذلك في عناوين الصحف والكتب، كما تكتب به أوائل السور في المصحف الشريف، وهو خط يحتمل كثيرا من التشكيل.

خط النسخ: خادم القرآن، وقد طوره "عبد الله الحسن بن مقلة" وهو أخو الوزير الخطاط علي بن مقلة إلى الشكل الذي هو عليه الآن حتى صار يختلف عن الخطوط السابقة. وقد سمي هذا الخط بخط النسخ لأن الكتاب كانوا ينسخون به المصحف الشريف ويكتبون به المؤلفات، وهو يقترب من خط الثلث من حيث الجمال والروعة والدقة، وهو يحتمل التشكيل أيضا ولكن بشكل أقل من الثلث ويزيده التشكيل (النقط) حُسنا ورونقا. ويكتب بخط النسخ القرآن الكريم والحديث الشريف كما يصلح لبعض اللوحات الكبيرة، فقد كتب به على التحف المعدنية والخشبية وعلى الجصّ والرّخام. وقد حظي خط النسخ بعناية كبيرة في العراق في العصور العباسية، وقد بولغ في تحسينه في عصر "الأتابكة" حتى عرف بـ"النسخ الأتابكي"، وهو الخط الذي كتبت به المصاحف في العصور الإسلامية الوسطى، وحل محل الخط الكوفي سواء في كتابة المصاحف أو النقوش على جدران المساجد، وأصبحت السيادة لخطي النسخ والثلث. ويمتاز خط النسخ عن خط الثلث في أنه يساعد الكاتب على السير بقلمه بسرعة أكثر من خط الثلث، وذلك لصغر حروفه وتلاحقها مع المحافظة على تناسق الحروف وجمالها.

الخط الديواني: ترجع نشأة هذا الخط إلى العصر العثماني، وقد سمي هذا الخط بالديواني لاستعماله في الدواوين العثمانية. وقد كان هذا الخط قديما في الخلافة العثمانية سراً من أسرار القصور السلطانية لا يعرفه إلا كاتبه أو من ندر من الطلبة الأذكياء؛ لذلك كانت تكتب به جميع الأوامر الملكية والإنعامات والفرمانات. وينقسم الخط الديواني إلى نوعين: "ديواني رقعة" وهو ما كان خاليا من الشكل والزخرفة، ولا بد من استقامة سطره من أسفل فقط؛ "ديواني جلي" والجلي بمعنى الواضح الظاهر، وهو ما تدخلت حروفه وكانت سطره مستقيمة من أعلى ومن أسفل، ولا بد من تشكيله بالحركات وزخرفته حتى يكون كالقطعة الواحدة. ويتميز الخط الديواني بتشابك حروفه مما يصعب على غير المتخصصين قراءته أو الكتابة به. والخط الديواني جميل ومنسّق للغاية، وكثيرا ما استخدمت الأشكال الحيوانية مع هذا الخط Zoomorphism. وشهدت الدولة العثمانية العصر الذهبي للخط العربي؛ نظرا لأنها حكمت فترة زمنية طويلة بلغت أربعة قرون وجمعت تحتها جنسيات بشرية عديدة وقد شجعت الخط بديلا عن التصوير. (10).

1-4-2 الموتيغات النباتية floral decoration :

تُعد من الميادين المهمة التي جال فيها الفنان العربي، وكانت تستخدم من أجل الزخرفة في مجال العمارة والمجالات الأخرى منذ بدايات الفن الإسلامي، وقد ظهرت النماذج النباتية في أشكال مختلفة تراوحت بين الشكل البسيط إلى النماذج الكثيرة الممتدة، ومن الأشكال التي تحاكي الطبيعة إلى الأشكال الفنية الخالصة، واستعان الفنان على مدار سنوات طويلة بأنواع مختلفة من النباتات كمرجعية لأعماله، وقد استعان بعدة تقنيات من أجل بناء النماذج النباتية، مثل التكرار ضمن شبكات مختلفة، أو التناظر الذي يعتمد على الإعكاس أو الدوران، أو قد تبدو الخطوط ذات طبيعة فنية يدوية freehand. (11)

وبمرور الوقت ظهرت سمات الفن الإسلامي بشكل أكثر وضوحاً، ميزته عن التقاليد الفنية في مراحلها الأولى، وصارت الزخرفة المعقدة المليئة بالتفاصيل تزين المباني والعناصر المختلفة، وظهر بوضوح مدى تعطش المصمم العربي للوصول إلى مجموعة واسعة من الاحتمالات والمستمدة من النبات، وبمرور الوقت تعقدت التصميمات والنماذج، والتي صارت مستمدة من الزهور والأوراق المتشابكة، وقد صار نموذجاً فنياً مميزاً، ويحتذى من قبل بعض الفنانين الغربيين، وعلى رأسهم مصمم الأثاث البريطاني ويليام موريس 1834-1896 (معماري ومصمم للأثاث والمنسوجات). (12)

1-4-3 الزخارف الهندسية geometrical patterns

تُعد الزخارف الهندسية عنصراً أساسياً من عناصر الزخرفة الإسلامية، ومنذ العصر الأموي اتجه الفنان العربي إلى الزخارف الهندسية واستعملها استعمالاً ابتكارياً لمظهر في حضارة من الحضارات، ثم شاع استعمال الزخارف الهندسية في العماير والمخطوطات والتحف المختلفة (سواء كانت من الجص - الخزف - النسيج - المعادن - الرخام وغيره)، وكانت النجمة متعددة الرؤوس (6-8-10-12) هي أكثر الأشكال استعمالاً مع النموذج الهندسي، وكانت تعتمد على دوائر لا تظهر في التصميم، ولكنها تدعم التكوين، الذي يبدو متماسكاً موحداً، وهو الأمر الذي يتوافق مع العقيدة الإسلامية حيث هناك إله واحد فقط هو الله.

لقد كانت الزخارف الهندسية تتقلد للرائي إحساساً بالسكون، ولكنها مع ذلك كانت تموج بالحركة أحياناً أخرى نتيجة استعمال الخامات المختلفة الألوان مع تبادل الظل والنور على الأجزاء البارزة والغائرة في الزخارف. (13) إن الأساس الذي اعتمد عليه الفنان العربي في تخليق الزخارف الهندسية هو الأشكال البسيطة كالمستقيمات والمربعات والمثلثات والدوائر المتماسة والمقاطعة والأشكال السداسية والثمانية والأشكال المنقرعة من كل ذلك.

1-4-4 الأشكال التصويرية (الآدمية والحيوانية) figural representation in islamic art

كانت عملية تمثيل الأشخاص على هيئة رسوم أو منحوتات أمراً مرفوضاً في بداية الإسلام، نظراً لئناسها مع شعائر العرب الوثنية في هذا التوقيت، واستمر هذا الأمر حتى وقتنا الحالي باستثناء الفن الفارسي، حيث دخل الإسلام إلى بلاد فارس عام 642 ميلادية، والتي كانت تدين بالديانة الزرادشتية، وكان تصوير الأشخاص يحظى بالتقدير، ومتواجداً في كل مكان سواء على الجدران أو قطع الفخار أو النقود المعدنية، فقد شجع الحكام الساسانيون في تلك الفترة على دعم الفنانين من أجل تأكيد شخصية الفن الإيراني وهويته؛ وذلك لمحو أية آثار يونانية سابقة، كان الفن الإيراني يصور حياة البلاط، الصيد، الفتيات العازقات، وكان يتصف بالبذخ والرفاهية، وعندما صار للمسلمين اليد العليا في البلاد تم تدمير الرسوم ذات الطبيعة الدينية، بينما تركت الرسوم ذات الأشكال التصويرية الأخرى،

وعلى الرغم من أن تأثير الإسلام على الفن الفارسي كان بسيطاً في البداية، إلا أنه ومع بداية القرن العاشر الميلادي كانت البلاد قد تحولت بالكامل إلى الإسلام، وهو ما أثر بدوره على الفن، الذى خلا من الأشكال المصورة في الفترة من القرن السابع إلى الثاني عشر الميلادي، ولكن يمكن القول : إن الفن الإيراني وضع فرقاً بين الفنون الدينية والفنون اللادينية، حيث استبعد الرسوم التشخيصية من الأولى واستخدمها في الثانية.(14)

1-5 الأسس الفنية التي يقوم عليها الفن الإسلامي :

تقوم الأعمال الفنية الإسلامية الزخرفية على عدة أسس تمنحها قدراً من الخصوصية هي على النحو التالي:

1-5-1 التوازن: يعد قاعدة أساسية لا بد من توافرها في جميع الأعمال الفنية، وهو ما ينطبق على التكوينات الزخرفية، وهو يغطي جميع المساحات سواء كانت إطارات أو حشو، ومن خلال التوازن يمكن أن يتم توزيع العناصر والوحدات والألوان بشكل يحقق هيئة كلية مستقرة، حيث تتناسق العلاقة بين المكونات من ناحية الفراغ من الناحية الأخرى، ثم التناسق الداخلى بين المكونات وبعضها.

1-5-2 التماثل: يظهر التماثل أو التناظر في الكثير من التكوينات الإسلامية الزخرفية، حيث يكون هناك محور سواء كان أفقى أو رأسى يقسم العنصر إلى نصفين متماثلين تماما، وقد يكون التماثل نصفى ويضم العناصر التي تكمل نصفها الأخرى في اتجاه متقابل، أو التماثل (التناظر) كلى حيث التكوين يتحقق من عنصرين متشابهين تماما في اتجاه متقابل أو معاكس.

1-5-3 التشعب: يظهر واضحا في الزخارف النباتية ، ويمكن تقسيمه إلى نوعين، الأول التشعب من نقطة واحدة ، حيث تنبثق الوحدة الزخرفية من نقطة في المركز إلى الخارج، والثانى هو التشعب من الخط، حيث تتفرع الوحدات الزخرفية على هيئة خطوط مستقيمة كانت أو منحنية، ويبدو هذا واضحا مع الإطارات.

1-5-4 التكرار: إن التكرار هو سمة أساسية في تصميم النماذج Patterns Design حيث هو الأمر المميز للفن الإسلامي بوضوح شديد، حيث تكرر عنصر معين أو وحدة زخرفية على نحو متواصل، وقد يتم التكرار بشكل نمطى، حيث تتجاوز الوحدات (قد تكون وحدة أو أكثر) ، أو قد يكون التكرار متعكس حيث تتجاوز الوحدات الزخرفية في أوضاع متعكسة مما يمنح التصميم العام قدراً من الحيوية.

1-5-5 التناسب: يلعب التناسب دورا كبيرا في الشكل العام للتصميم، إنه بمثابة خطا رفيعا لا يكاد يرى، ولكنه بإمكانه تغيير الشكل العام كليا، فالتناسب الجيد بين مكونات الوحدة الواحدة يعود إلى قواعد هندسية وكذلك إلى خبرة الفنان، حيث يزيد من ديناميكية التصميم ويدفعه بعيدا عن الاستاتيكية والجمود.

1-5-6 التشابك: يعد أحد محددات الشخصية للزخرفة الإسلامية حيث تتداخل الأشكال الهندسية أو الوحدات النباتية المحورة، ويوجد التشابك والالتفاف الحلزوني البسيط الذى يعتمد على الساق النباتية ملتوية حيث تتابع عليها الأوراق والأزهار، أو ساقين من النبات تتواجد في شكل متعكس، ومغطتين أيضا بالأوراق والأزهار، وهو ما يطلق عليه التشابك والالتفاف العكسى.

1-6 التكوين الهندسى الإسلامى :

مقدمة: كان الفنان المسلم على وعى كاف بأساسيات اللغة البصرية (15) ، وأساليب الإدراك البصرى لجماليات الأشياء من حوله، والتي ساعدته على إبداع نظام هندسى يحمل من القيم الفنية والجمالية الكثير. حيث خضعت

الأعمال الفنية التي أبدعها الفنان المسلم في ظل النظام الهندسى الإسلامى إلى شبكة هندسية غير مرئية , قوامها النقطة والخط واللون والشكل ، ويعد المربع والمثلث والدائرة من أكثر الأشكال الهندسية استخدامًا، بصورة جعلتهم يشكلان الوحدة الأساسية في بناء الزخرفة الهندسية .

فالمرجع كشكل هندسى يحقق علاقات متوازية، باعتباره الشكل المثالى المعبر عن الاتزان، فى حين تكون الدائرة الشكل المكتمل فى علاقاته، بإيقاعاته المستمرة والحركة المنتظمة، حيث تم تقسيم أقطار المربع والدائرة باستخدام مجموعة من الخطوط فكونت تلك الزخارف والمضلعات الهندسية الرائعة القائمة على شبكيات خطية بسيطة ، كالشبكة المربعة أو المثلثة أو السداسية أو الشبكيات المركبة التى تنتج من تراكب عدة شبكيات فى آن واحد، لتحقيق تصميمات متنوعة سواء استخدمت المفردات الهندسية على حدة، أو فى تكوينات تعتمد على أكثر من مفردة هندسية

1-6-1 أنواع الشبكات المستخدمة فى الفن الإسلامى :

ويمكن تقسيم الشبكات إلى الأنواع التالية:

الشبكية المربعة : " ناتجة عن تكرار الخطوط الرأسية والأفقية فى صفوف متوازية على مسافات متساوية ومتعامدة فتنشأ الشبكية المربعة التى أساسها المربع " .

الشبكية المثلثة : " تتحقق عند تقسيم محيط الدائرة إلى 3 نقاط متساوية، ثم توصيلها فينتج المثلث متساوى الأضلاع والزوايا، وعن طريق عمل خطوط متوازية فى اتجاه الأضلاع الثلاثة على مسافات متساوية تنتج الشبكية المثلثة " .
الشبكية السداسية : " تتحقق الشبكية عند تقسيم محيط الدائرة إلى 6 نقاط متساوية ، ثم توصيل هذه النقاط فينشأ الشكل السداسى منتظم الأضلاع والزوايا ، وعن طريق تكرار الشكل السداسى تنتج الشبكية السداسية " . كل هذا شكّل مضمون البنية الشبكية الشكلية للنظام الهندسى فى الفنون الإسلامية ، وأنتج بدائل واحتمالات لانتهائية لتشكيلات مرئية فى الفراغ ، مكونة روائع فنية لا مثيل لها .

1-6-2 جماليات التكوين فى النظام الهندسى الإسلامى :

تحول التكوين فى النظام الهندسى الإسلامى إلى منظومة تشكيلية عمل فيها الفنان المسلم وفق نمط عقلانى(16) فبدأ بتأمل الأشياء ثم تصويرها بعد إعادة صياغتها لا وفقاً لطابعها المرئى، بل وفقاً لما يعرفه عنها فى محاولة للانسجام والاتساق لتحقيق أقصى قدر من الثراء والغنى.

وفيما يلى شرح لأهم جماليات التكوين فى النظام الهندسى الإسلامى :

إيجاد حركة مُنسجمة ضمن نظام هندسى واحد :

من مميزات النظام الهندسى الإسلامى أنه يُلزم عين المتلقى بالحركة ثم التوقف ثم الحركة ، فهو فن يأخذ بعقل المشاهد ويتجول به بين جوانب العمل الفنى، ويقدر ما تصبح الوحدات متداخلة بشكل كثيف – يجبر المشاهد على الحركة والتوقف معاً – بقدر ما تصبح الحركة أصعب، فتصبح الحاجة ماسة إلى بذل مجهود أكبر لمتابعة العمل الفنى حتى يرى المشاهد الشكل بأكمله .

التعبير عن دقة الأشكال بدون إسهاب فى التفاصيل :

حرص الفنان المسلم فى بعض أساليبه على تجسيد الفنون الزخرفية الهندسية، وهى على بساطتها وإختلاف أشكالها وأحجامها تتسم بالدقة المتناهية والأمانة القصوى فى النقل، وهذا الطابع كان سر تميز الأعمال الفنية الإسلامية .

التكرار الكثيف للأجزاء كقيمة موحية للأفكار :

برع الفنان المسلم في استخدام ظاهرة التكرار المتتابع المتماثل فيما أنتجه من أعمال فنية ، حيث يعد وجود مثل هذا المشهد المكرر الذي يتلو بعضه بعضاً بطريقة متماسكة لا نهائية، أسلوب يتيح للمتلقى عملية التصعيد للفكر والارتقاء بما يسمى اصطلاحاً بالتطور، فتجعل الشكل في حالة تشعب بصرى يفضى إلى متوالية لا نهائية من الإحتمالات ، أسهم إلى حد كبير في الإيحاء بالعديد من الأفكار، ومن ثم إنتاج روائع وبدائل تصميمية متنوعة.

الاستخدام المكثف لتعدد الإيقاع : إن تحميل الحيز الهندسى المجرد بإيقاع متراكب وكثيف داخل الحيز الفنى، يعطى مسارات كثيرة وجديدة تلتقى فيها البداية مع النهاية ليظل الحيز الفنى مفتوحاً ومتجدداً دون انقطاع .

تعدد نقاط المنظور البصرى : العين داخل الحيز الهندسى تبقى مطلقة الحركة بدون قيود ، فنقاط الهروب متوازية فى الفراغ ولا تتجمع، إنها صادرة عن نقاط إحدائية كثيرة لا حد لها .

تشعب وتعمق التداخلات الهندسية :

فى الفن الإسلامى نحن أمام هندسة التفريعات والتداخلات ، إنها عملية تشعب وتعمق ونمو للأشكال، وبعضها يظهر تراكيب ذات تشابه ذاتى وإن اختلفت مساحتها، وبعضها يفرز حالات الثبات أو حالات من التذبذب الإيقاعى ذو سمة دورية .

الاتساع والإمتداد لعناصر التشكيل :

تميز النظام الهندسى الإسلامى بقدرته الفائقة على تحقيق الاتساع والإمتداد لعناصر التشكيل المستخدمة ، فهو يدفع بصر المشاهد إلى متابعة خطوطه فى جميع الاتجاهات، فإذا ما انتهت اللوحة بحدودها المكانية المحصورة يجد المشاهد نفسه مدفوعاً لمتابعة العمل الفنى عبر خياله، ذلك أن حدود اللوحة لم تستطع حصر عملية الرؤية، وإنما كانت تلك الحدود نهاية لا إرادية لابد منها ، الأمر الذى جعل من اللوحة وحدة مشاهدة ضمن تصميم متخيل لا حدود له يسرح الفكر معه فى اتساع لا محدود .



من أعمال ويليام موريس



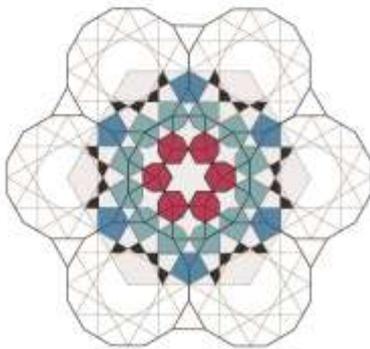
حامل القرآن (متحف المتروبوليتان)



نجمة متعددة الأضلاع - إيران
تعود إلى منتصف القرن الخامس عشر الميلادي



سورة الحاقة مكتوبة بالخط الكوفي
القرن العاشر الميلادي



الزخارف الهندسية
قوامها الخط والدائرة



الزخارف النباتية
قصر الحمراء - غرناطة

المبحث الثاني : الإعلان:-

مقدمة : يُعد الإعلان أحد الأنشطة الرئيسية في ميدان تسويق السلع والخدمات في العصر الحديث ، والتي أصبحت تتوافر بكميات ونوعيات متزايدة ومتطورة، وفي عصرنا الحديث أصبح الإعلان حقيقة واقعة وضرورة من ضروريات الحياة الاقتصادية. فلم تعد هناك دولة من دول العالم لا تستخدم الإعلان بشكل أو بآخر. ولم يقتصر دور الإعلان على الترويج للسلع والخدمات والأفكار، بل أصبح عاملاً فعالاً في تحريك أوجه النشاط بالقطاعات المختلفة سواء كان في مجال الصناعة أو التجارة أو الزراعة أو الخدمات المختلفة .

2-1 تعريف الإعلان :

هناك عدة تعريفات للإعلان منها :

- 1- الإعلان كمنشأ يقصد به: (كل الجهود الموجهة لدراسة السوق وتصميم الحملات الإعلانية واختيار وسائل النشر وتخصيص الأموال اللازمة لتغطية نفقات هذا النشاط وقياس نتائجه).
- 2- الإعلان وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع.
- 3- الإعلان وسيلة اتصال غير شخصية لنقل المعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة بغرض إقناع المتلقى بقرار شراء السلعة .
- 4- الإعلان هو أية وسيلة اتصال مدفوعة الأجر الغرض منها التعريف أو التأثير في فرد أو مجموعة من الأفراد.

2-2 خصائص الإعلان :

من خلال التعريفات السابقة تتحدد خصائص الإعلان في النقاط التالية :

- 1- الإعلان وسيلة غير شخصية للاتصال بجمهور كبير وليس فرداً معيناً.
- 2- وهو يعلن عن سلعة أو خدمة أو فكرة أو منشأة أو شخص معين .
- 3- هدفه تعريف المعلن إليه بالشئ موضوع الإعلان، وجذب انتباهه ، إقناعه، ومحاولة التأثير على اتجاهاته نحوه ، وسلوكه الناتج من هذا الاتجاه .
- 4- الإعلان لا بد أن يكون مدفوع الأجر.
- 5- لا بد أن تظهر به شخصية المعلن .

2-3 أهداف الإعلان :

- 1- الوعي بالسلعة : خاصة عند تقديم السلع الجديدة ، يكون المتلقى في حاجة إلى مزيد من المعلومات .
- 2- التذكير بالسلعة والحث على استخدامها : خاصة السلع التي يتم شراءها بصفة منتظمة ، ويتم ذلك عن طريق تذكرة المتلقى بوجود السلعة ومحاولة حثه على زيادة معدلات استخدامه لها.
- 3- خلق استخدامات جديدة للسلعة وحث المتلقى على تجربة السلعة : وذلك لجلب متلقين جدد ، ويتم ذلك عن طريق محاولة إظهار كيفية استخدام السلعة بطرق غير تقليدية .
- 3- تغيير المعتقدات نحو سلع المنافسين : كمحاولة لتدعيم خصائص السلع مقارنة بسلع المنافسين من أجل إظهار الاختلافات فيما بينهم ، ويركز الإعلان على إقناع المستهلك بالنتيجة النهائية بعد استخدام كلا النوعين.

2-4 وظائف الإعلان :

يمكن تحديد وظائف الإعلان طبقاً للتأثير في المتلقى كالاتى :

- 1- جذب انتباه المتلقى : من خلال الإبداع والابتكار فى الفكرة الإعلانية وطريقة عرضها.
- 2- إثارة الاهتمام : تأتى فى مرحلة تالية لجذب الانتباه، من أجل معرفة تفاصيل أكثر عن المحتوى الإعلاني فيصبح فى محل اهتمامه .
- 3- إدراك المتلقى : ويتم على مراحل بداية من الإدراك الحسى من خلال الحواس الخمس، ثم الإدراك العقلى لمضمون وفكرة الإعلان ثم الإدراك الوجدانى والأثر المحبب الذى يتركه الإعلان فى نفوس المتلقين، مما يساعد على خلق صورة ذهنية إيجابية عن الإعلان والمنتج المعروض .
- 4- خلق الرغبة : من خلال الاستمالات المستخدمة بالإعلان والتي تؤثر فى احتياجات ودوافع المتلقى ، فتحرك رغبة واحتياج بداخله ، أو تخلق رغبة جديدة تدفعه إلى شراء المنتج لإشباعها .
- 5- إقناع المتلقى بالشراء : من خلال نجاح الإعلان فى تحقيق الإشباع لرغبات واحتياجات المتلقى ، يقتنع المتلقى تلقائياً بضرورة الحصول على المنتج وشراؤه، وتكرر شراؤه عدة مرات .

2-5 تكنولوجيا الإعلان :

أثر العامل التقنى المتمثل فى التقدم الهائل فى تكنولوجيا الكمبيوتر: تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات وما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية على الإعلان ، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية فى توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة (الويب)، التى أصبحت وسيطاً يطور بداخله جميع وسائل الاتصال الأخرى : المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية.

وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على الإعلان بكل وسائله، وعلى طبيعة العلاقات التى تربط بين الرسالة الإعلانية ومتلقيها، ويشهد الإعلان فى العصر الحديث عصر المعلومات، تزوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر: ظاهرة تفجر المعلومات، وظاهرة الاتصالات عن بعد، وتتمثل الأولى فى استخدام الحاسب فى تخزين خلاصة ما أنتجه العقل البشرى، واسترجاعه فى أقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن ، أما الثانية فتتمثل فى استخدام الاقمار الصناعية فى نقل الأنباء والبيانات والصور عبر القارات بطريقة فورية .

2-6 خصائص الإعلان فى ضوء التكنولوجيا الحديثة :

- تغيرت خصائص الإعلان نتيجة لتأثره بالتكنولوجيا الحديثة فظهرت العديد من الوسائل الإعلانية التفاعلية الرقمية والتي حققت طفرة فى مستوى الإعلان ومن أهم ملامح هذا التغير :
- 1 - الرقمية : التحول الرقمية للإعلان فى تصميمه وتنفيذه واستقباله.
 - 2- التفاعلية : إشراك المتلقى فى تصميم الإعلان .
 - 3- اللاتزامنية : بمعنى إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها فى وقت مناسب للمتلقى (إعلانات البريد الإلكتروني).
 - 4 - الحركية : بمعنى تلازم الوسائل الإعلانية مع حركة المتلقى (إعلانات الموبايل).

2-7 المتلقى الإعلاني :

يعيش المتلقى فى بيئة ثقافية ما تحكمها قيم معينة، كما أنه ينتمى لطبقة اجتماعية محددة تشكل سلوكياته، وتحدد القوة الشرائية الفعلية والمرتبقة له، كما أن المراحل العمرية المختلفة للبشر توجه الاتجاهات الشرائية لهم.

كل هذا له تأثير مهم في معرفة ما يفضل وما لايفضل من السلع والمنتجات المختلفة .
وتؤدى مشاعر وتخييلات المتلقى دوراً كبيراً في عملية الشراء , فالتخييلات عبارة عن صورة تنشأ بطريقة ما في ذهن المتلقى قبل أن تراها عينه، أما المشاعر فهي عبارة عن السرور وعدم السرور, وتتأثر مشاعر وتخييلات المتلقين إلى حد كبير بذكرياتهم وتوقعاتهم .

وفي حالة رفض المتلقى للرسالة نتيجة ابتعادها عما ألفه من عادات ، فإن المعلن يقوم بإعادة الصياغة للفكرة الإعلانية ليؤثر فيه ويجعل رسالته مقبولة .

2-8 تصميم الإعلان :

أولاً:التصميم هو نتاج عقلى خاضع للحواس

ثانياً: يتيح الفرصة للعمليات الذهنية بالعمل المتواصل,

وقد يحتاج الترتيب العقلي أوالذهنى في التصميم إلى مدارك خاصة لدى المصمم تسمح بكشف الشكل لإيجاده أولاً ثم تقنيته ثانياً ، إعتباراً على أن التجربة العملية تساعد على استخراج واستخلاص كوامن الشئ وإفصاح مجال حرية التعبير ، وهنا يحاول المصمم إيجاد حلول على قدر المستطاع لمشاكل التصميم سواء كان ذلك على مستوى اللغة البصرية أو على مستوى التنظيم والترتيب , فالصور والرسوم والكتابات والعناوين ... إلخ، كل هذه العناصر يجب أن تتكامل معاً بما يضمن توصيل الرسالة الإعلانية على الوجه الأمثل، وبما أن عناصر التصميم هي مفردات لغة الشكل التى يستخدمها المصمم، فإن إدراك المصمم لها إدراكاً جيداً يساعده في عملية التخطيط ويجعل عمله سهلاً طبعاً , كما يساعده في تقييم التصميم وتطويره بما يساعد في نجاح المطبوع. (17)

2-9 بناءالنظام الشبكي فى التصميمات الإعلانية :

يقوم النظام الشبكي فى تصميم المطبوعات على شبكة هندسية غير مرئية، تتكون من مجموعة من الخطوط الأفقية والرأسية المتوازية والتي تسهم فى بناء النظام للصفحة المطبوعة ؛ للحصول على تخطيط محدد يسمح لعين المتلقى بالتنقل بحرية وطلاقة بين صفحات المطبوع ، ويشير حيز الصفحة - والذى يمثل حدود الشبكة - إلى المساحة المخصصة لوضع بيانات وعناصر التصميم بما يسمح للمصمم بالتعامل الجيد عند توزيع عناصر التصميم "(18). ويمكن تعريفها أيضاً بأنها مجموعة من الخطوط المتوازية والمتقاطعة، الأفقية والرأسية المتباعدة بشكل منتظم والتي تنتشر بانتظام على طول الصفحة لتخلق مجموعة الأعمدة والصفوف، والتي تستخدم كدليل للمصمم عند توزيع عناصر التصميم .

وكل شبكة تحتوى على وحدات متساوية المساحة يمكن دمجها مع بعضها البعض، كما يمكن حذف بعضها من البناء العام للشبكة وفقاً لتوجه المصمم ؛ وبهذا يكون النظام الشبكي أداة فى يد المصمم ليحقق أولويات الاهتمام بالصور والنصوص، بصورة ديناميكية تضمن نجاح التصميم، وبما يسمح للقارئ أن يكون قادراً على رؤية أولويات التصميم فى لمحة سريعة.

إنها تقوم بالتنظيم البصرى لعناصر التصميم وفقا لظام هندسى محكم، وتتيح للمصمم اختيار توليفة مثالية من الخيارات المتعددة فهى "مجموعة عناصر مستقلة ولكنها مترابطة مع بعضها، تكون بمثابة ترتيب يسمح للمصمم أن يكون منظماً فى استخدام موارد التصميم وجعلها فى متناول اليد، وتحليلها بما يعزز التفكير التحليلي ويعطى الحل

للمشكلة على أساس منطقى ملموس". (19)

إن النظام الشبكي هو عملية بناء التصميم من خلال تقسيم المساحة في كيان متماسك من أجل ابتكار وإبداع تصميم ناجح جمالياً ووظيفياً . (20)

وهناك أسباب مختلفة لاستخدام النظام الشبكي كوسيلة مساعدة في التصميم , نذكر منها ما يلي :

- 1 - أسباب اقتصادية : يمكن حل مشاكل التصميم في وقت أقل وبتكلفة أقل.
- 2 - أسباب منطقية : لا يمكن حل كل مشاكل التصميم البسيطة والمعقدة بأسلوب موحد ومميز إلا باستخدام الشبكة .
- 3 - أسباب علمية : تحقيق العرض المنهجي للحقائق ، من تسلسل للمعلومات, وإيجاد حلول لمشاكل التصميم .

10-2 نقاط التلاقى بين النظام الهندسى فى الفنون الإسلامية والنظام الشبكي فى تصميم المطبوعات الإعلانية

(21)

النظام الهندسى فى الفنون الإسلامية والنظام الشبكي فى المطبوعات الإعلانية	
يتمثل التكرار فى النظام الهندسى والشبكي فى استمرار الرؤية لدى من يشاهد التصميم ليصبح خياله قادرًا على تصويره باستمرار سواء فى الزخارف المرئية أو فى صفحات المطبوع ككل.	التكرار
البناء الهندسى القائم عليه كلا النظامين يمنح التصميم وحدة فى كل أجزائه , بما يضمن ارتباط أجزاء التصميم فيما بينها لتكون كلا واحداً متماسكاً.	الوحدة
يتحقق الترابط بين وحدات الشكل - فى كلا النظامين - نتيجة استخدام الشبكة غير المرئية والتي أسهمت فى ربط أجزاء وعناصر التصميم.	الترابط
نجح كلا من الفنان المسلم والمصمم - بمهارة - فى خلق حركة للعين بينوحدات وعناصر التصميم, بصورة تولد تكوينات متألفة, فيجول المشاهد ببصره من شكل إلى آخر فى جميع الاتجاهات، والتي تشكل فى مجموعها مجالاً متصلاً للرؤية له طابع ديناميكي دائم الحركة.	الحركة
تسمح احتمالات التصميم المتنوعة فى النظام الهندسى والشبكي فى تحقيق الإيقاع بصورة المتعددة عن طريق ترديد الحركة بصورة منتظمة تجمع بين الوحدة والتغيير , وتكرار الأشكال بطريقة غير آلية.	الإيقاع
يتمثل التدرج فى اختلاف وتنوع أحجام الوحدات والعناصر ما بين الكبيرة والوسط وصغيرة الحجم ، مما يمنحها تنوعاً فى الأهمية ، يسمح للعين بحركتها وتقلها بين عناصر التصميم وفقاً لأولوياتها فى التصميم .	التدرج

تعد صفة الاستمرارية قاسماً مشتركاً - بين النظامين - تكسب الوحدة تنوعها و تكسب التدرج انتظامه ، وتعطى العمل ككل صفة الترابط بين أجزائه.	الاستمرارية
منح النظام الهندسى والشبكي للتصميم نغماً فنياً، فالتكرار البسيط يعطى علاقات متناغمة متوازية لكسر الرتابة المتوقعة من انتظام الشبكة.	التنغيم
على الرغم من وجود مجموعة من القواعد الأساسية التى تحكم النظام الهندسى والشبكي ، إلا أنها لم تكن عائقاً للفنان والمصمم ، بل أمدتها بأبجدية مكنتهما من أن يستخلصا منها ذخيرة لا تنتهى من حلول التصميم	اللانهائية

2-11 أنواع الوسائل الإعلانية. (22)

تنقسم إلى ثلاثة أنواع :

وسائل مرئية: الإعلانات المطبوعة-indoor/ outdoor - بريد مباشر - صحف - إعلانات وسائل المواصلات. وسائل مسموعة : إعلانات الراديو .

وسائل مرئية ومسموعة : إعلانات التلفزيون- الإعلان الإلكتروني-الإعلان التفاعلى-الإعلان الرقـمى.

وقد تطورت وسائل الإعلان فى الأونة الأخيرة فصارت تضم مجالات فرعية جديدة :

وسائل مرئية : الإعلانات الرقمية والإلكترونية .

وسائل مسموعة : الراديو الرقـمى .

وسائل مرئية مسموعة : التلفزيون الرقـمى - الإعلان الإلكتروني - الإعلان الرقـمى - الإعلانات التفاعلية -

إعلانات تعتمد على التقنيات الحديثة فى العرض : الهولوجرام - الإسقاط الضوئى - الواقع الافتراضى.

2-12 شبكة الإنترنت كوسيط إعلانى :

ظهرت الإعلانات على شبكة الويب لأول مرة عام 1994، وخلال فترة وجيزة- 2005 - كانت الشركات الأمريكية

قد أنفقت حوالى 12.5 مليار دولار على إعلانات الويب ، التى نمت فى السنوات الماضية بمعدل 30% ، ومنذ

ذلك التاريخ وهناك مساعٍ مستمرة لتطوير مثل هذه الإعلانات وتحسين فاعلية الحملات الإعلانية عبر شبكة الويب

بشكل كبير، لقد صارت شبكة الويب تحتل حيزاً مهماً فى الحياة اليومية لكونها مصدراً أساسياً للمعلومة، ومنافسة

لكافة الوسائط التقليدية (الصحف: جرائد ومجلات ،التلفزيون ، الإذاعة وغيرها) ، حيث يمكن اعتبار هذه الشبكة

مصدراً هاماً للمعرفة بشكل عام ، وقد أصبح بالإمكان خلق مساحة جديدة يمكن استثمارها لتسويق بعض المنتجات

والخدمات واستخدام العديد من الوسائل المتاحة عبر أدوات وتقنيات هذه الشبكة التى تسهم فى دعم العملية التسويقية

، وعلى مدار حوالى خمسة عشر عاما تجسد الإعلان على شبكة الويب فى أشكالٍ مختلفة، فى البداية كان يشبه

إعلانات الوسائط التقليدية، ولكن شهد عام 2010 تحولاً ملحوظاً نحو إعلانات البحث search

advertising وخصوصا مع تطور محركات البحث مثل جوجول Google، ياهو Yahoo! ومايكروسوفت بنج Microsoft's Bing. (23)

2-13 الإعلان الإلكتروني :

يقوم الإعلان بعملية التواصل مع الجمهور حول المنتجات والعلامات التجارية والخدمات والشركات، وشبكة الويب كوسيط اتصال عالمي توفر للمعلنين طرقا فريدة وفعالة من حيث التكلفة للوصول إلى الجمهور، وقد صار ضرورة للشركات التي تتعامل مع عملاء خارج المجتمع المحلي لهم، اعتماداً على قاعدة أن الجمهور يستخدم الويب لغرض أبعد من الحصول على المعلومات أو الترفيهية، كما يفعلون مع وسائط أخرى مثل الصحف والراديو والتلفزيون، لقد صاروا يعتمدون عليه للتعرف على كل جوانب الحياة، وهو الأمر الذي يخلق فرصا لا حد لها من أجل وضع رسائل إعلانية ذات صلة بمجالات محددة وتستهدف جمهورا متعظشا لها سواء كان يتواجد على المستوى المحلي أو العالمي، إن عملية بعث الرسائل الإعلانية لجمهور محدد صار أمرا متحكما فيه على شبكة الويب بشكل أفضل مما يحدث مع الوسائل التقليدية الأخرى. (24)

ونظرا لهذا الانتشار الشاسع تواجه الشركات المعلننة عدة مشاكل، فعناصر الشركات المعروضة على شبكة الويب عرضة للنسخ بغض النظر عن التداعيات القانونية، إن اللوجوهات والصور والعلامات التجارية يمكن أن تنسخ وتستخدم للأغراض التجارية، بل ربما يتم التشهير بها، وهو الأمر الذي لا يحدث مع إعلانات الصحف والتلفزيون، كما أن سهولة التعامل مع الشبكة وفرص الانتشار الكبيرة خلق نوعا ما من الفوضى في إعلانات الويب، مما يؤثر بالسلب على تأثيرها وفعاليتها، وهو الأمر الذي أكدته الهيئة البريطانية المختصة بالتحقيق في شكاوى المستهلكين عن المحتوى الإعلاني، من أن الشكاوى تتصاعد بشكل سنوي بخصوص إعلانات الويب حتى أنها تجاوزت مثيلاتها الخاصة بالإعلانات التلفزيونية. (25)

تعريف الإعلان الإلكتروني :

هو " وسيلة اتصال إلكترونية لنقل المعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة ، بغرض إقناع الجمهور بقرارات الشراء للسلعة من خلال الشبكة العنكبوتية، أو " أحد السياسات الإعلانية التي تعتمد على الوسائل أو الوسائط الإلكترونية في نقل الرسائل الإعلانية لجذب المتلقي وإقناعه باقتناء المنتج ".

محتوى الإعلان الإلكتروني :

- 1 - النصوص : تتضمن جملا واضحة وسهلة ومعبرة بما يناسب الجمهور المستهدف من حيث الثقافة والجنس والميول وغيرها .
- 2 - الصور والأشكال : ذات طبيعة تناسب السلعة، وتبرز أفضل ما فيها من خصائص مقارنة مع السلع المنافسة مما يضيف بعدا إيجابيا نحو المنتج.
- 3 - الألوان : يعد اللون عنصر جذب رئيسي ، لذا ينتقى بعناية فائقة بما يتناسب مع المنتج من ناحية، ومع صفحة الموقع بالكامل ، بحيث تحكم الصفحة بقواعد التناسق اللوني .
- 4 - مدة عرض الإعلان والتكرار : يتم عرض الإعلان الإلكتروني لفترة زمنية كافية لإحداث الأثر الإعلاني المطلوب تحقيقه ، وتحديد عدد مرات تكرار عرضه .

5 - طبيعة المواقع التي يظهر عليها الإعلان : يتم اختيار الموقع التي تناسب السلعة وطبيعتها.

الإعلان الإلكتروني : تتنوع اشكال الإعلانات الإلكترونية إلا أن أهمها هو :

1 - الأشرطة الإعلانية Banner Advertising :

تعد أكثر الإعلانات الإلكترونية شيوعاً (26) , وهى عبارة عن مستطيل إعلاني أفقي أو رأسي يتم وضعه أعلى أو أسفل الصفحة الرئيسية أو الصفحات الأخرى للموقع الإعلاني, وهى أسلوب إعلاني تستخدمه الشركة المعلنه فى مواقع أخرى , ويتضمن بيانات مختصرة عن المؤسسة أو السلع بشكل وألوان جذابة , بحيث تدفع متصفح الموقع للضغط على هذا الشريط للوصول للموقع الخاص بالمؤسسة.

ويسمى موقع المعلن بالإعلان المستهدف Target Advertising (27) والذي يتراوح ما بين صفحة واحدة بسيطة إلى صفحة بها إمكانيات الوسائط المتعددة والتي تؤدي بدورها إلى سلسلة من الصفحات المرتبطة ببعضها البعض أو تمثل موقعاً متكاملًا على الشبكة.

وقد قام مكتب الإعلانات المتفاعلة Internet Advertising I A B -bureau بتقسيم إعلانات اللافتات إلى الأنواع التالية :

1. لافتات ذات حجم كبير Full Bnner والتي يبلغ ارتفاعها 60 بكسل وعرضها 468 بكسل.

2. لافتات ذات حجم أقل Half Banner التي يبلغ ارتفاعها 60 بكسل وعرضها 234 بكسل.

3. لافتات عمودية, ولافتات على شكل مستطيل صغير. (28)

ويهدف المعلنون من استخدام إعلانات اللافتات إلى تحقيق الآتى :

1- نقل أو توصيل المحتوى Delivering contents وهذا يحدث عند الضغط على إعلانات اللافتات , حيث ينتقل متصفح الموقع من موقع الناشر إلى موقع المعلن.

2- إجراء الصفقات حيث يتضمن الإعلان خيار الشراء الذي يُمكن متصفح الموقع من الشراء عن طريق الانترنت.

3- تكوين اتجاهات نحو العلامة التجارية ككل, حيث تساعد الإعلانات عن منتجات الشركة على بناء إدراك تلك العلامة, وقد بينت دراسة أجراها Mill Ward Brown بهدف التعرف على أثر إعلانات اللافتات على إدراك العلامة , أن هذه اللافتات تخلق إدراكاً أعظم للعلامة مقارنةً مع إعلانات التلفزيون والإعلانات المطبوعة.

4- قد يكون الهدف من الإعلان التذكير بالشركة وخدماتها.

وتتنوع أشكال الشرائط الإعلانية كالآتى :

أ-الإعلان القافز والمتسلل (29): يتميز هذا الإعلان بالدخول إلى الموقع ويتحرك داخل الصفحة مما يتطلب النقر عليه لحذفه أو الانتقال للصفحة المعلن عنها كما يدل عليه اسمه, أما الإعلان المتسلل فهو يتسلل أسفل المواد التي يكون متصفح الموقع بصدد قراءتها مما يجعله أقل إزعاجاً لبعض الشئ .

ب-إعلان الخلفية : حيث يحتل الإعلان كل مساحة عرض خلفية الموقع ليشغل المساحة بأكملها .

ج- إعلانات pop up / under

يفتح نافذة جديدة أما نافذة الموقع أو تحت نافذة الموقع المتصفح وتعرض النافذة الجديدة الإعلان بأكمله.

د-الإعلانات الثابتة : هى إعلانات ثابتة غير متحركة صامتة , ويحوى هذا الإعلان معلومات تتيح لمتصفح الموقع

فرصة النقر عليها ليتم إرساله إلى إحدى صفحات الويب الخاصة بالمعلنين .

هـ- إعلانات الرسوم المتحركة :وهى إعلانات تهدف إلى جذب انتباه المتصفح, حيث تحتوى على الرسومات ومجموعة من الصور البسيطة فى حجمها ومساحتها, حيث يقوم مصمم الإعلان بتحديد زمن وعدد الدورات وتغيير الصور بين اللقطات ليوحى لمتصفح المواقع الإلكتروني بأن الصور متحركة, وهذا لكى يضمن بقاء الصور فى ذهن المتلقى لبضعة ثوان .

و- إعلانات النصوص : تظهر هذه الإعلانات عادة فى صفحة النتائج، بعدما يكون المتصفح قد قام بإجراء بحث الكترونى على موقع أبحاث مثل Google -yahoo , ويظهر الإعلان على أنه من نتائج البحث - جانباً أو فى الأعلى- ويكون مرتبط بموضوع البحث .

ز. - إعلانات البريد الالكتروني : يعد البريد الالكتروني من أهم الخدمات المتوافرة على الانترنت وأكثرها شيوعاً حيث يعتبر أسرع وأرخص من البريد العادى, وهو رسالة يرسلها فرد لآخر أو لمجموعة من الأفراد فى عنوان محدد وتستغرق هذه العملية مجرد دقائق أو حتى ثوان, ويتم الإعلان عبر البريد الالكتروني حيث تقوم الشركات بإرسال إعلانات حول منتجاتها أو خدماتها فى البريد الالكتروني لمتصفحى الموقع ، كذلك رسائل إلى المتصفحين الجدد من خلال المتصفحين الحاليين .

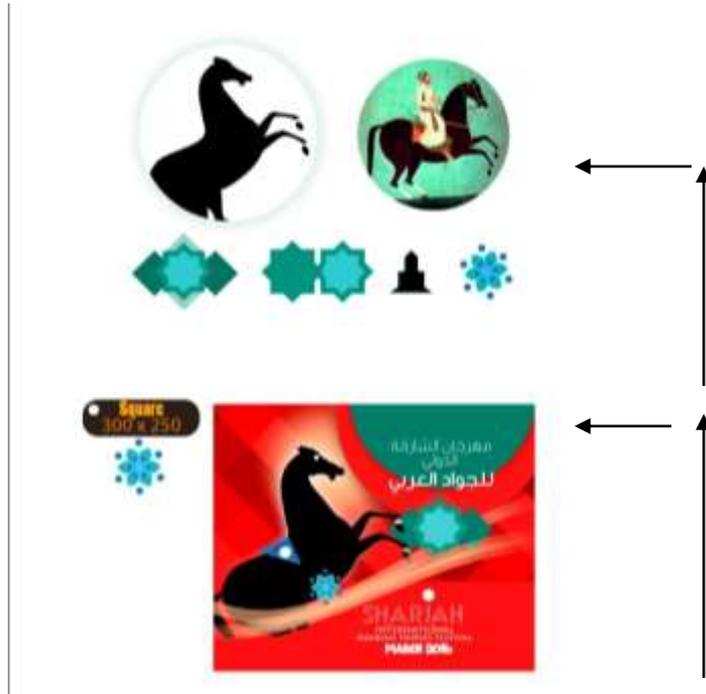
ح- إعلانات مواقع التواصل الاجتماعى : يجمع خبراء التسويق أن المواقع الاجتماعية كالفايس بوك وتويتر وجوجل بلس وغيرها هى الطريقة الأمثل للإعلان ولإيصال الرسالة الإعلانية، لما تحتويه تلك المواقع من قاعدة كبيرة من متصفحى الموقع، بالإضافة إلى ما تتيحه تلك المواقع من استهداف الفئات المهتمة بها ، فهو يتيح للمعلن استهداف الفئة حسب الاهتمام والجنس والعمر والمنطقة.

ط- إعلانات الموبايل : أصبحت رسائل الموبايل الإعلانية (الرسائل القصيرة) وسيلة التسويق الأولى فى العالم بحيث يمكنها أن تصل إلى أعداد كبيرة وبطريقة مباشرة وفورية وسريعة وقليلة التكلفة، حيث تتيح خدمة التسويق عبر رسائل الجوال من إرسال رسالة تحتوى على 70 حرفاً عربياً و 160 حرفاً انجليزياً تصف فيها تفاصيل المنتج إلى الهواتف المحمولة بحيث يتم تخزينها، فى حال كان الموبايل مغلق أو خارج نطاق الخدمة، بحيث ترسل فى وقت لاحق فور تشغيل الجهاز .

المبحث الثالث : تصميم بعض النماذج الإعلانية استنادا إلى الفن الإسلامى:

تمت الاستعانة بأحد الرسوم التى تنتمى إلى الإمبراطورية المغولية المسلمة التى تعود إلى القرن الثامن عشر الميلادى والمحافظة فى متحف هارفارد للفنون، مع أشكال هندسية بسيطة تم عمل نموذجين لإعلانات الويب، والتى تتعلق بمهرجان الخيول العربية التى يقام فى إمارة الشارقة.

الرسوم المستلهمة من الفن الإسلامي



الوحدات الزخرفية المستلهمة من الفن الإسلامي

نموذج تطبيقي رقم (1) لمهرجان الخيول العربية التي يقام في إمارة الشارقة



نموذج تطبيقي رقم (2,3,4) لمهرجان الخيول العربية التي يقام في إمارة الشارقة

النتائج :

- (1) التراث الإسلامى تراث ضخم وثرى، أنتجته العديد من الشعوب المختلفة والتي صهرها الإسلام فى بوتقة واحدة، أضاف كل منها مايميزه ولكن الجميع التزم بالإطار الإسلامى.
- (2) الفن الإسلامى هو فن تتألى الأبعاد، لم يهتم بالمنظور كما فعل الفن الغربى عن قصد، فهو يعكس (اللامظهر)، مع الاهتمام الأكبر بالبناء المتناسك الموحد الذى يمسك بكافة العناصر الأخرى بشكل محكم.
- (3) يقوم الفن الإسلامى على وجود شبكية معقدة، تتوزع عليها العناصر الفنية بشكل منتظم، مما يمنح التصميمات الإسلامية سمة النماذج، وهو أمر يتشابه كثيرا مع الشبكات فى الفنون الغربية.
- (4) يعد عنصر التكرار مع التنوع فى أسلوبه مدخلا ثريا يمكّن المصمم فى العصر الحديث من الاستعانة بالتراث الإسلامى فى التصميمات المعاصرة.

التوصيات :

- (1) التوعية الأكاديمية لدارسى الفنون والتصميم للموروثات الحضارية التى أوجدها الفن الإسلامى عبر تاريخه الطويل، وهى توعية لا تقتصر على مجرد سرد التاريخ، بل تكون أقرب إلى العملية والممارسة .
- (2) ضرورة الاستفادة من معطيات الفن الإسلامى واستلهام مفرداته فى تصميم الإعلان بوسائله المختلفة لضمان الحفاظ على الهويات العربية .

المراجع :

- (1) http://www.metmuseum.org/toah/hd/orna/hd_orna.htm
- (2) <http://www.britannica.com/topic/Dome-of-the-Rock>
- (3) Bancroft, Stephanie Elizabeth: Livable Exoticism: William Morris and Islamic Art SOTHEBY'S INSTITUTE OF ART - NEW YORK, 2013. <http://gradworks.umi.com/15/40/1540820.html>
- (4) نضال عبدالله. 2007. "تأثير إعلانات الإنترنت على مراحل اتخاذ قرار الشراء عند الشباب الجمعى الفلسطينى فى قطاع غزة". الجامعة الإسلامية كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، ص62.
- (5) <http://patterninislamicart.com/background-notes/the-evolution-of-style>
- (6) The Metropolitan Museum of Art. 2004. Islamic Art and Geometric Design.
- (7) Marina Alin. 2012. Unity in Diversity– Reflections on Styles in Islamic Art <http://islamic-arts.org/2012/islamic-architecture/>.
- (8) David James. 2012. Calligraphy – the geometry of the spirit <http://islamic-arts.org/2012/islamic-architecture>
- (9) <http://www.hiramagazine.com>
- (10) أحمد شوحان. 2001. "رحلة الخط العربى من المسند إلى الحديث". دمشق: اتحاد الكتاب العرب، دمشق.
- (11) http://www.metmuseum.org/toah/hd/figs/hd_figs.htm
- (12) Plant motifs in Islamic art, Victoria and Albert Museum
- (13) <http://www.generativeart.com/on/cic/GA2009Papers/p25.pdf>
- (14) Mashal Saif: The Evolution of Persian Thought regarding Art and Figural Representation in Secular and Religious Life after the Coming of Islam

- (15) ميسون محمد قطب عبد العال. دراسة التطابق الفلسفي بين النظام الهندسي في الفنون الإسلامية والنظام الشبكي في تصميم المطبوعات الإعلانية، بحث محكم 2012. نقلاً عن عبد الكريم، احمد: "النظم الإيقاعية في جماليات الفن الإسلامي". القاهرة: الهيئة العامة للكتاب.
- (16) ميسون محمد قطب عبد العال. 2000. نقلاً عن الشال محمود النبوي، مها محمود النبوي. الفنون التشكيلية في الحضارة الإسلامية القديمة، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2000م ص 79
- (17) ميسون محمد قطب عبد العال، المرجع السابق، نقلاً عن: رضا صالح، لغة الشكل، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب 2007م ص 56،99

(18) Samara, Timothy. 2005. "Publication design" work book. U.S.A: Rockport publisher, inc. ,p68.

(19) Muller, josef-brockman, GridSystem, Switzerland, Arthur Niggli Ltd., Publishers, 1981. Hurlburt, Allen. The Grid: A MODULAR SYSTEM FOR The Design And Production of Newspaper, Magazine and Books, New York: john Wily & sons, inc, 1987.

(20) ميسون محمد قطب عبد العال، المرجع سابق، نقلاً عن عبد الكريم، احمد: النظم الإيقاعية في جماليات الفن الإسلامي- الهيئة العامة للكتاب - مكتبة الأسرة- القاهرة -2012.

(21) ميسون محمد قطب، المرجع السابق، ص 18.

(22) الصحن، محمد فريد (2005)، الإعلان، الدار الجامعية، الإسكندرية.

(23) Connel R. Fullenkamp: The Effects of Digital Media on Advertising Markets
http://econ.duke.edu/uploads/media_items/lightcap-peek-thesis-dje-final.original.pdf.

(24) <http://smallbusiness.chron.com/advantages-disadvantages-advertising-internet->

(25) <http://www.theguardian.com/media/advertising.html>.

(26) Laudon, K.C. & Traver, C.G., (2011). E-Commerce: Business. Technology. Society. 7th ed. Harlow, UK: Pearson Education Ltd. p416.

(27) <http://www.engadget.com/2011/01/28/google-testing-display-ads-in-gmail-our-patience/> Google testing display ads in Gmail, our patience

(28) Hyland, Tom. (2002). Why Internet Advertising? Webvertising, SCN Education B. V. ,p16

(29) https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%86_%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A