الخطاب الإشهاري في الأعمال النحتية للفنان (كلايس اولد نبرغ) والفنان (حسن شريف) (دراسة مقارنة)

محمد لطيف مزيد
أ.د. محسن علي حسين
كلية الفنون الجميلة – جامعة البصرة

(بحث مستل من اطروحة دكتوراه)

ملخص البحث

يعد الإشهار من الفنون التواصلية التي استخدمها الإنسان منذ القدم, ومع تطور وتقدم المجتمع أصبح الإشهار له دور هام في التطور الثقافي والاجتماعي والاقتصادي والسياسي وفي جميع مجالات الحياة ,فهو من الفنون الجاذبة لكل شرائح المجتمع باختلاف نوعياتها, فهو يؤثر في المجتمع ويتأثر به, وهو انتاج معرفي وذو قدرة بالغة على الإبداع والاقناع, فالخطاب الإشهاري يعد وسيلة اتصال بين الفنان والمتلقي لتحقيق التأثير والتواصل بينهما من خلال اعتماد النحات على وسائل ومنها العمل النحتي لتعزيز الخطاب الإشهاري, من أجل الترويج لمنتج معين أو للتعبير عن فكرة معينة من خلال العمل النحتي, والخطاب الإشهاري قد نجد فيه اختلاف وتشابه بين نحات وآخر في الفن وتم اختيار فنانين في هذه الدراسة وهما (كلايس اولد نبرغ) والفنان (حسن شريف) كدراسة مقارنة بينهما, باعتبارهما يمثلان ظاهرة يمكن أن تحقق أهداف المقارنة, ضمن سياقات البحث العلمي الفني المتكون من أربعة فصول جاءت على النحو الآتي : **الفصل الأول :** الإطار العام للبحث والذي استعرض فيه مشكلة البحث التي تجسدت في التساؤل : ماهي نقاط الاختلاف والتشابه في الأعمال النحتية التي تضمنت خطاباً إشهارياً عند الفنان (كلايس اولد نبرغ) و الفنان (حسن شريف) ؟ فضلاً عن أهمية البحث والحاجة إليه والتي تتبين من خلال خلال تسليط الضوء على الخطاب الإشهاري في الأعمال النحتية للفنان (كلايس اولد نبرغ) والفنان (حسن شريف) ,وقدرة الفنان المعاصر في التعامل مع توظيف الخامات الطبيعية والصناعية وفق رؤى تخدم أغراض التشكيل المعاصر في الإعمال الإبداعية, بعد دراسة إعمال هذين الفنانين مع اجراء دراسة مقارنة بينهما, وتكمن الحاجة إلى هذا البحث من جانب إنه يمكن أن يشكل إضافة معرفية في مجال الفنون التشكيلية, ويكون جهداً يضاف الى المكتبة العلمية ويفيد الباحثين والدارسين والمهتمين في مجال الفن, والتي لها من الأهمية في تحقيق هدف البحث والمتجسد في : الكشف عن الخطاب الإشهاري في الأعمال النحتية للفنان (كلايس اولد نبرغ) والفنان (حسن شريف) من خلال دراسة مقارنة لأعمالهما وبيان أوجه التشابه والاختلاف بينهما . كذلك يحتوي الفصل على توضيح لبعض المصطلحات المهمة في البحث. **الفصل الثاني :** ويتضمن الإطار النظري ويتكون من مبحثين : الأول جاء بعنوان الخطاب الإشهاري في الأعمال النحتية لفن الخردة . أما الثاني فكان بعنوان الخطاب الإشهاري في الأعمال النحتية للبوب آرت . **الفصل الثالث :** إجراءات البحث : وفيه سيتم تحليل لنماذج نحتية مختارة للفنان (كلايس اولد نبرغ), و للفنان (حسن شريف), وقد تم اختيارها قصدياً بما يحقق هدف البحث .

الفصل الأول

الإطار العام للبحث

مشكلة البحث : التي تتجسد في التساؤل : ماهي نقاط الاختلاف والتشابه في الأعمال النحتية التي تضمنت خطاباً إشهارياً عند الفنان (كلايس اولد نبرغ) و الفنان (حسن شريف) ؟

مجلة فنون البصرة – ملحق العدد (26) السنة 2024 ISSN : (Print) 2305-6002 : (Online) 2958-1303

أهمية البحث والحاجة إليه : تأتي أهمية البحث من خلال تسليط الضوء على الخطاب الإشهاري في الأعمال النحتية للفنان (كلايس اولد نبرغ) والفنان (حسن شريف) ,وقدرة الفنان المعاصر في التعامل مع توظيف الخامات الطبيعية و الصناعية وفق رؤى تخدم أغراض التشكيل المعاصر في الإعمال الإبداعية بعد دراسة إعمال هذين الفنانين مع اجراء دراسة مقارنة بينهما , وتكمن الحاجة إلى هذا البحث من جانب إنه يمكن أن يشكل إضافة معرفية في مجال الفنون التشكيلية ,ويكون جهداً يضاف الى المكتبة العلمية ويفيد الباحثين والدارسين والمهتمين في مجال الفن فيكون مصدراً داعماً ومرجعاً للدراسات المتعلقة بالخطاب الفني ,أيضاً يفيد في الجانب الجمالي والجانب الوظيفي البيئي للنحت في خدمة المجتمع ,من خلال استخدام اللون والحجم والصياغة والأسلوب الذي يتناسب مع موضوع العمل .

هدف البحث : ويتجسد في الكشف عن الخطاب الإشهاري في الأعمال النحتية للفنان (كلايس اولد نبرغ) والفنان (حسن شريف) من خلال دراسة مقارنة لأعمالهما وبيان أوجه التشابه والاختلاف بينهما .

تحديد المصطلحات وتعريفها :

الخطاب : هو كلام ذو معانٍ عديدة تدل على عملية تبادل الافكار لإيصال رسالة معينة تعبر عن التأمل الواعي والنظرة الدقيقة, مما يجعله قابل للتجديد في كثير من القضايا الفكرية والمفاهيم الحاكمة والممارسات السلوكية المرتبطة به .

الإشهار: الإشهار هو عملية تواصلية لترويج السلع والبضائع والخدمات يتجه فيه المشهر إلى الزبون بخطاب صريح أو بأسلوب غير مباشر لإثارة الاهتمام والإغراء ومن ثم الإقناع .

الفصل الثاني

الإطار النظري

أولاً// الخطاب الإشهاري في الأعمال النحتية لفن الخردة

الخردة : عبارة عن تجميعات مكونة من قطع الخردة الصناعية ,ظهر هذا الفن في بداية (1950) م, في أوربا والولايات المتحدة الاميركية, وظهر هذا الفن في الكولاجات والتركيبات التكعيبية عند (بابلو بيكاسو, Pablo Ruiz Picasso , 1881 - 1973), م و(براك), فنجد أن معظم أعمال بيكاسو النحتية المشكلة من خردة المعدن كانت صغيرة الحجم ومتوسطة ,إذ كانت الغاية الرئيسية من الأعمال هي إعادة تكوين المخلفات بطريقة عفوية وتعبيرية ,تحوي على أفكار روح عبر الخطابات الإشهارية ,كما في عمله الشهير (رأس الثور) كما في **شكل (1),** فربما يكون خطابه الإشهاري هنا الترويج لأهمية الحيوانات وخصوصاً الثيران والأبقار والاهتمام بهذه الثروة الحيوانية وزيادة تكاثره, أما من أبدع وتميز في هذا الفن فهو الفنان الدادائي الالماني (كورت شفيترز Kurt Schwitters, 1887- 1948) م, إذ قام بعمل تجميعات وكولاجات من المهملات المجمعة في الشوارع بعد الحرب العالمية الأولى **شكل (2) وشكل (3),** وكانت أعماله تحمل خطابات إشهارية تحاكي المجتمع وتروج عن أفكار وسلع ومنتوجات معينة[1].

شكل (1)

شكل (2)

شكل (3)

وقد استطاع النحات أن يستخدم مجموعة من المواد المختلفة وخصوصاً المادية منها, التي لم يكن لها معنى قبل استخدامها, أو أنها كانت تستخدم لأغراض وظيفية وجمالية, فالنحات يسبغ عليها قيمة مغايرة بأسلوب خاص وآلية جديدة وخامة جديدة, ليقدم نتاجه في مسار اشتغالات فن ما بعد الحداثة يقدمه أحياناً (كأشياء ملتقطة) أعيد وضعها من أماكن المهملات الى صالة العرض[2], تحمل في طياتها خطاباً

[1] - السباعي, هو ايدا, فنون ما بعد الحداثة في مصروالعالم, الهيئة المصرية العامة للكتاب, القاهرة, 2008 م, ص221 .

[2] - الناصر, زهراء عبد الله عبد الرحيم, البوب كمدخل لاستحداث فن تجميعي للوحة التشكيلية, رسالة ماجستير غير منشورة, جامعة الملك سعود, 2008 م , ص 142 .

مجلة فنون البصرة – ملحق العدد (26) السنة 2024 ISSN : (Print) 2305-6002 : (Online) 2958-1303

إشهارياً من لدن النحات يريد به الترويج لسلعة معينة أو منتوج أو الإعلان عن فكرة معينة ويحاول بثها الى الجمهور, مستخدماً العمل النحتي كوسيلة اعلانية لجذبهم وترغيبهم ومن ثم إقناعهم بما يريد الإشهار عنه, بما يحقق الهدف الذي يبتغيه من وراء هذا الخطاب . فنجد في عمل النحات (سيزار بالداتشيني, Syzar Bialtushinii, 1821- 1998) م, الذي قام بضغط سيارات خردة كاملة كما في **الشكل (4),** لعمل أعمدة جميلة بشكل جديد وغريب وغير مألوف, والذي اثار الصدمة والدهشة والمفاجئة عند الجمهور الفرنسي الذي يسميه (بفنان المضغوطات)[1],

شكل (4)

فقد استطاع أن يبث خطابه الإشهاري من خلال خردة السيارات وكأنه يريد أن يروج لفائدة صنع السيارة كوسيلة نقل تخدم الإنسان وتختصر له المسافات والوقت, بعد ما كان يعاني ما يعاني من صعوبات في السابق, أو قد يكون خطابه هنا لترويج عن حالة نقد لما يحصل في العالم من زخم كبير في الشوارع بسبب ازدياد في أعداد السيارات بشكل كبير مما ينتج عنه اختناقات مرورية ,مما يؤثر خلالها على حركة السير وتلوث البيئة . أما في عمله (تكوين) **شكل (5),** الذي انجزه من خردة السيارات ,فإنه يحمل خطاباً إشهارياً من خلال محاكته للآلة ,فكل الآلات لها أشكال خاصة بها, فربما أراد النحات هنا الترويج لفكرة أراد طرحها الى الجمهور المتلقي وجذبهم, وهي تحقيق الرؤية الجمالية من خلال ما تحمله هذه السيارات من أشكال مختلفة والوان جذابة ,بحيث إنها يمكن أن تشكل لوحات فنية مدهشة عند رصفها بانتظام في مواقف السيارات, أو عند سيرها بشكل منتظم وحضاري ولا تتسبب في عرقلة أو اختناقات مرورية, وعندها تحقق صفة وظيفية وجمالية معاً .

شكل (5)

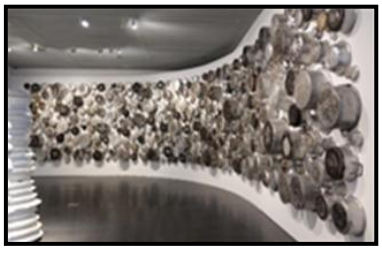
أن أسلوب العرض جاء بشكل جديد وغريب , أظهر فيه النحات التمرد عن ما هو معتاد في السابق ,والذي عزز من فعل خطابه الإشهاري في هذا العمل النحتي, كذلك التمرد في استخدام تقنية جديدة (لتقنية الضغط), قد كسر الرتابة من خلال استخدام خامات مختلفة, وعززت من هدف هذا الخطاب الإشهاري, مما منحت المتلقي الشعور بعدم الرتابة والملل, وأحدثت عنده الصدمة والدهشة والمفاجئة, والتأمل وانشغال فكرهُ لما يرى من عمل غير مألوف وغير معتاد وجديد, مما يتيح له الانفتاح بالقراءة والتأويل بشكل واسع, فتكون القراءات متباينة تبعاً للتباين في المستويات الفكرية والثقافية والفنية بين متلقي وآخر, ونشاهد الألوان الجذابة التي ظهرت في هذا العمل النحتي, من خلال الألوان المضافة للسيارات واللون الأصلي للمعدن, فكانت متنوعة وجذابة وكذلك ظهر تنوع في ملمسها, مما عزز ذلك من تحقيق الفكرة المروج لها في هذا الخطاب الإشهاري من خلال العمل النحتي . ويعد النحات الفرنسي (بيير آرمانو فيرنادرز, Pierre Armand Fernandez,2007- 1928) م, من رواد النحت والتعبير بالمعادن الذي يعتمد على مخلفات البيئة الصناعية مصدراً أساسياً للخامات التي

[1] - فيصل عبد الحسن, أبهام سيزار الصادم ينتصب في مدينة الرياض ,مقال منشور, صحيفة العرب اليومية, العدد20, الرياض, 2016 م .

يستخدمها في أعماله الفنية، فقد أنتج عشرات الأعمال الفنية المدهشة ذات القيمة الفنية المعاصرة, والتي امتازت بالضخامة في تشكيلها والألوان الطبيعية الجذابة وتوظيفها بشكل مناسب[1], كما في عمله الظاهر في **شكل (6)**,

شكل (6)

والذي يحمل خطاباً إشهارياً قد يشير فيه النحات للترويج فن فكرة البناء العمودي لمرآب وقوف المركبات, خصوصاً في الوقت الحاضر, يتزايد عدد المركبات بسرعة مع تطور الاقتصاد ونتيجة لذلك أصبح وقوف السيارات مشكلة اجتماعية بارزة, ولذا يعد البناء العمودي طريقة فعّالة لحل هذه المشكلة, فهو يوفر الراحة والخدمة للإنسان خصوصاً وإن هذا المرآب يعمل بنظام التكنلوجيا المتطورة, ويسهل على السائق ركن السيارة و استعادته بشكل سلس من خلال نظام التحكم, وهذا البناء يوفر الحماية الكافية للمركبات والمعدات, كذلك يسهم هذا البناء في تحسين البيئة[2], ولذا يحاول النحات في خطابه الإشهاري أن يوصله الى أكبر عدد من الجمهور وترغيبهم بفكرته المطروحة في هذا العمل النحتي, ان استخدام خامات الخردة المعدنية من السيارات المحطمة ومادة الإسمنت المستخدمة في هذا العمل, وكذلك المبالغة في الحجم الضخم والتمرد في استخدام التقنية التي استخدمها النحات في انجاز العمل النحتي, وترتيب تلك الخامات بهذا الشكل النظامي والجميل وإدخال عنصر اللون مع العمل النحتي الذي اضاف الجانب الجمالي والوظيفي البيئي الذي يتناسب مع موضوع عمله . أن للإشهار دور مهم وفعّال في المجتمع في نشر ما يتعلق بالإنتاج والاستهلاك, حرص صُناعه على تحديد انجع التقنيات والوسائل الممكنة لصنع الخطابات الإشهارية الجاذبة والمقنعة للجماهير الواسعة[3], وبأساليب عرض مختلفة التي تحمل أفكاراً ترويجية قد تكون ناقدة لظاهرة معينة متفشية في مجتمع الفنان, فيحاول الإعلان عن تلك الظاهرة من خلال أعماله الفنية وإشهار فكرته بخطاب يحاكي مجتمعه, فنجد في أعمال الفنانة السعودية (مها ملوح, Maha Malluh, 1859) م,خطابات إشهارية واضحة ناقدة ترصد فيها أمور واقعية من بيئتها الخليجية, تحاول فيها تسليط الضوء على النزعة الاستهلاكية للمجتمع, إذ استخدمت الفنانة في عملها كما في الشكل **الشكلين (7) و (8)**,



شكل (7)

شكل (8)

[1] - محمد ميرة, **التعبير بالمعادن باستخدام بقايا البيئة الصناعية (دراسة تحليلية لبعض التجارب العالمية)**, بحث منشور, مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية, مجلة دورية, المجلد 30, العدد2, سوريا, 2014 م, ص231 .

[2] - www. ar.topchinasupplier.com .

[3] - ياسمينة عماموش, **العمليات الإسنادية في الخطاب الإشهاري (الجرائد أنموذجاً) دراسة في ضوء نظرية النحو الوظيفي**, رسالة ماجستير منشورة, جامعة عبد الرحمن ميرة, كلية الآداب واللغات, قسم اللغة والأدب, 2017- 2018 م .

حوالي (250) من الأواني والصحون المستخدمة في الطهي, ظهرت معلقة على جدار المعرض, للترويج والإعلان عن فكرتها وإحساسها حول الإسراف والأفراط والبذخ بالطعام لدى المجتمع السعودي الذي تغير نمط حياته؛ بفعل النزعة الاستهلاكية التي طرأت فور طفرة النفط, وهذا بالتالي يؤثر على المستوى الصحي والمعيشي, ولذا فإن النقد هنا هو نقد إيجابي . وقد استخدمت الفنانة في عملها هذا أدوات الطهي القديمة كرمز لأسلوب الحياة اليومية في السعودية, فاستطاعت تحويل هذه المواد التي كانت غير مألوفة في فن النحت وحولتها من بيئتها الطبيعية إلى بيئة الفن والجمال, لتروج عن فكرتها وإحساسها وهي تدرك إنها تحفظ حكمت الأمهات و ذكريات الجدات لتنقل الى المتلقي اشتياق الفقراء الجائعين ورائحة زمن جميل, ومن خلال هذا العمل الجديد استطاعت الفنانة جذب أنظار المشاهدين لها من خلال تقديمها لعمل فني نادر من نوعه, أثارت الصدمة والدهشة والمفاجئة لديهم من خلال تلك الأدوات الكثيرة والمختلفة الحجوم, وأسلوب وطريقة عرض بشكل جديد وغريب من تعليقها الأواني بشكل معكوس وبكمية كبيرة منها, على إحدى قاعات متحف اللوفر, وظهرت تلك القدور والصحون وكأنها عمل فني لا يوجد مثله, ويكون فهم المتلقي وتقبله لهذا الخطاب الترويجي متباين, تبعاً لتباين المستويات الثقافية والفنية والفكرية .

ثانياً / الخطاب الإشهاري في الأعمال النحتية للبوب آرت

ظهر فن البوب آرت أواخر عام (1950) م وخلال عام (1960) م, كانت البداية في بريطانيا وثم في الولايات المتحدة وألمانيا[1], وولد هذا الفن كرد فعل فني على التعبيرية التجريدية التي كانت تعتبر فارغة ونخبوية, وسمي بالدادائية الجديدة؛ نتيجة لتأثره بدادائية (دوشامب) التي اعتمدت تقنية الأشياء الجاهزة, والتي مهدت السبل الى الإعلان عن إمكانية إنتاج الفن بأي مادة متاحة [2], وأن الدادائية كان لها دورها الفاعل في أفكار الثقافة الإستهلاكية في فن البوب آرت . أن الفنانين وظفوا في أعمالهم الفنية في هذا الاتجاه خامات ومنتجات استهلاكية من الاقمشة والخيوط والورق, وورق الصحف والجرائد اليومية والمعلبات المعبأة صناعياً, والصفائح المعدنية وغيرها من الخامات, ويتناول الفنان الشعبي الموضوعات المعتادة, وتتجاوب مع احتياجات مجتمعه الذي يعيش فيه, ولم يتوقف الفن الشعبي عند النحت فقط إنما شمل حتى الرسم لمواضيع كثيرة, ويكون الرسم هنا بديل للكلام وهو((يوضح في صورة واحدة مجموعة مشاهد كأنما يحكي قصة, والفن الشعبي لا يعترف بقواعد المنظور))[3], كما في **الشكل (9)**, منها الاقتباس من الصور المطبوعة ورسم الصور الشخصية وصور البيوت والمشاهد الطبيعية والسفن, وفي الصور الإعلانية التي كانت عبارة عن خطابات إشهارية تروج للسلع أو المنتوجات الموجودة داخل المحال التجارية, التي كانت عبارة عن العلامات الصورية, بعضها لها الوان زاهية وتصاميم كبيرة بارزة؛ لجذب أنظار المتلقين وترغيبهم ثم إقناعهم بما مروج له أو تعريفهم بما يضم المحل التجاري من سلع أو منتجات كما في **الشكل (10)**, فقد صور فن البوب آرت المجتمع الحديث كما لو أنه أعمى, تقوده شهواته الاستهلاكية, فهو لا يستهلك المواد وإنما يستهلك صورة تلك المواد التي تم الترويج لها والجذب ثم اقتناها .

شكل (9)

شكل (10)

[1]- Kalus ,Honnef : Pop art ,Taschen .2004 ,p6 .

[2] - الجوراني, جنان جبار عبود, الاساليب التقنية في اعمال تشكيلي مرحلة الستينات وتوظيفها في نتاجات طلبة قسم التربية الفنية, رسالة ماجستير غير منشورة, جامعة بغداد, كلية الفنون الجميلة, 2012 م ,ص142.

[3] - جوزيف –اميل مولر, فرانك ايلفر, مئة عام من الرسم الحديث, تر: فخري خليل, دار الحرية للطباعة والنشر, ط1, بغداد, 1988 م, ص161 .

مجلة فنون البصرة – ملحق العدد (26) السنة 2024 ISSN : (Print) 2305-6002 : (Online) 2958-1303

أستخدم بعض الفنانين مزاوجة الأساليب في تقنيات البوب آرت, يأتي ذلك من خلال استحضار وجمع بين الأشياء الجديدة والمتناقضة واللامترابطة كنماذج فنية يدخل ضمنها العمل الفني الى حيز جديد, لا يمكن ان نعده مثلاً نحتاً أو رسماً على حدى؛ لأنه يتضمن الاثنان معاً, ويستمد الفنان أشياءه من مصادر متنوعة حقيقية يستمدها من عناصر العالم الواقعي, ثم يعيد صياغتها بطريقة مبتكرة وغريبة, تحمل خطاباً إشهارياً يروج فيه الفنان عن فكرة يحاول إيصالها الى أكبر عدد من الجمهور, كما في أعمال (روبرت راشنبرغ, Robert Rauschenberg, 1925 -2008) م, كما في **الشكل (11),**

شكل (11)

فقد استخدم الفنان في عمله هذا الالصاق والتجميع لبعض القطع الجاهزة من مخلفات المجتمع الاستهلاكي, وأضاف للعمل الفني المعزة المحشوة ليكون عمل مركب بشكل جديد؛ لإنشاء علاقات تشكيلية جديدة, وكانت غاية الفنان في هذا العمل هو تشتيت ذهن المتلقي وجعله أكثر انفتاحاً ووعيه بنفسه وبيئته[1], فقد يكون خطابه في عمل المعزة المحشوة هو للإشهار والترويج عن فكرة الاهتمام بهذا الحيوان والاهتمام به وعدم تركه يمرح ويأكل في النفايات والتي بالأخير تنتقل منه الى البشر, خصوصاً ونحن في زمن التطور والوعي الثقافي, مما يجعل المتلقي في انفتاح في التعدد القرائي ضمن دائرة التأويل . وقد أحدث عمله هذا الصدمة والدهشة والمفاجئة لدى المتلقي؛ نظرا لما ظهر عليه العمل من تشكيل جديد وغريب وغير مألوف معتاد ,فتمرد الفنان فيه واضح من خلال تشكيله بهذا الشكل وكذلك بتقنية الإلصاق والتركيب والتجميع, وتعدد الخامات وإدخال اللون كعنصر اساسي في العمل, كل ذلك عزز من فعل الخطاب الإشهاري في هذا العمل النحتي . أن أعمال البوب آرت متقبلةً من قبل الواقع المجتمعي المعاصر والمعتاد, إذ تتسم ببساطة المضمون كنوع من تقبل الجمهور المعاصر, فيسعى هذا الاتجاه لتحقيق موقف حرج من النزعة الاستهلاكية, وكذلك المواضيع المأخوذة من مجتمع المستهلك والاتصال الجماهيري, وكل هذا مكثف وتطبيقه على الجمهور, ويعتبر بمثابة تعبير فني مع القليل من المعنى والموهبة, فإنه يأخذ من الناس الاهتمامات والموضوع, ويُعتقد أنه حركة بدأها الفنانون لإنشاء أعمال سهلة لجمهور بطيء, وقد ظهر هذا الفن بعمق سياسي حتى مع الوعي بالواقع حول مجتمع المستهلك[2] . وقد استعان فنانوا البوب آرت بالأشياء الجاهزة من الحياة اليومية كوسيلة للتعبير ورفض فكرة فردانية العمل التي تكسبه الندرة وقيمة في ذات الوقت, وقد تميزَ فن البوب آرت باستعماله ما كان محتقراً مع الاصرار على الوسائل الاكثر تداولاً والاقل جمالية, أي العودة الى الصورة التي تستخدمها وسائل الإعلام والصور الفوتوغرافية في الصحافة والمجلات والتلفزيون, والفن الشعبي كان مرتبطاً بتحقيق استجابات ومتطلبات الشعب في القضايا التجارية, السياسية, الاقتصادية, والإعلانية, ... الخ, من خلال التوظيف في عملية التشكيل الفني لخامات متعددة أو منتجات تجارية أو أفكار أو رموز فنية أو أحداث شعبية يفهمها عامة الشعب في الغالب [3]. يتصل الخطاب الإشهاري بالحياة الإنسانية بشكل مباشر, من خلال تأسيسه لقيمتين, الأولى : اجتماعية وأخلاقية وحضارية, والثانية : هي قيمة تجارية مباشرة, فالخطاب الإشهاري يخفي في ممارسته اللغوية والثقافية قيمة ثقافية ذات سمة إيديولوجية يحاول ترسيخها لدى الجمهور المستهلك[4], فنجد في أعمال (اندي وارهول, Andy Warhol, 1928- 1987) م, خطابات اشهارية ترويجية عن السلع والمنتجات الاستهلاكية, ففي عام (1962) م, رسمَ (وارهول) علبة حساء بديلاً للوحة حملت خطاباً إشهارياً ترويجياً عن منتوج الحساء, تمثل النزعة الاستهلاكية

[1] - سمث, ادوارد, فن ما بعد الحداثة, دار الشؤون الثقافية العامة, تر: فخري خليل, ط,1 بغداد, 2000 م, ص11-12.

[2] - الحطاب, قاسم محمد, جماليات الفن التشكيلي في عصر النهضة الأوربية ومدارس الفن الحديث والمعاصر, دار البداية للنشر, مجلد1, ط1, 2010 م, ص162

.

[3] - جوزيف –اميل مولر, فرانك ايلفر, مئة عام من الرسم الحديث, المصدر السابق, ص161-162 .

[4] - حافظ اسماعيل عليوي, الحجاج (مفهومه ومجالاته), دار النشر عالم الكتب الحديث, ج4, ط4, الأردن,2010 م, ص276 .

التي سيطرت، ليس على المجتمع الأميركي فقط، بل على عالم الفن بأسره[1], فكان عمله الفني كدعاية إعلانية لعلبة الحساء بأسلوب غير صريح, بقصد استمالة المستهلك وإغرائه بلغة تجارية بسيطة ومفهومة وموجزة ودالة على ذلك المنتوج **شكل (12)**, ودفع أكبر عدد ممكن من ذلك الجمهور المستهلك على اقتنائه وتحقيق الفائدة أو الربح . يهتم الإشهار في الخطاب بعرض المنتجات والسلع المرغوب فيها لدى الجمهور المستهدف, وفقاً للمقتضيات الأساسية للاتصال الإشهاري, فهو يسعى لتحقيق الفعَّالية من خلال خصوبة المعنى وانتاجيته, ومن النادر أن يكون الخطاب الإشهاري إبداعاً بسيطاً فهو يعتمد على مرجعيات بسيطة تمكن ذلك الجمهور من استيعابها بسهولة, فهي مرتبطة بعاداته[2], فما قام به (اندي وارهول) في عمله صناديق بريلو عام (1946) م, **الشكل (13)**,

شكل (12)

شكل (13)

شهدت انقلاباً واضحاً على التعبيريّة التجريديّة, ففي عام (1961) م, أقام (وارهول) معارض فنية أطلق عليها (فن البوب)، والتي تعتمد على رسم أغلفة البضائع التجارية مثل الصابون والآيس كريم وغير ذلك, فكان خطابه الإشهاري في عمله صناديق البريلو ترويجاً لمنتوج صابون الغسيل ليكون دعاية إعلانية له لجذب الجمهور المستهلك ولفت انظارهم لقيمة هذا المنتوج وفائدته في الاستخدام ,وثم إقناعهم به من أجل اقتنائهم له بأكبر عدد ممكن والحصول على الأرباح والفائدة, فقد استخدم الفنان(وارهول) اسلوب عرض جديد يختلف عما كان يعرض في المحال التجارية, فمن خلال وضع الصناديق بهذا الشكل قد يكون يروج الى مدى الفائدة الكبرى لهذا المنتج في الاستخدام اليومي والتي غير ملتفت اليها الجمهور المستهدف . أنّ مصطلح الخطاب الإشهاري صار مقترناً بالإعلان، فهو يُستخدم في العصر الحالي وعصور سابقة في سبيل الإقناع، وأكثر ما يحتاج إلى الإقناع هو الإعلان عن سلعة ما وبيعها، وذلك من خلال استخدام العمل الفني كوسيلة اعلامية، للتأثير على المتلقي وإثارة انتباهه ,ومن ثم إقناعه[3], فنشاهد في عمل (كيث جيلوم, Keith Jellum, 1939) م, التعالي, لسمكة السلمون التي تخرج من جدار مبنى ساوث بارك وسط الواقع في وسط مدينة بورتلاند, كما في **الشكلين (14) و(15)**, وظهرت وكأنها تسبح في مبنى من الطوب, فجاء الخطاب الإشهاري للفنان في هذا العمل كإعلان عن السمك لهذا المطعم, فقام النحات بصنع تمثال السمكة بحجم ضخم بلغ طوله (33) متراً, والمصنوع من البرونز المصقول, فظهر هذا العمل بشكل جديد وغريب وغير مألوف مما يثير الصدمة والدهشة والتأمل عند المتلقين, ويثير انتباههم ويجذبهم وبالتالي إقناعهم وترغيبهم بشراء السمك, ويكون هذا المطعم المكان المفضل لتناول الطعام اللذيذ والصحي, وجاء الترويج هنا لسمك السلمون لما له من فوائد كثيرة لجسم الإنسان, أراد الفنان إعلانها للمجتمع المستهلك . أن المبالغة بالحجم الضخم واللون والتقنية وأسلوب العرض كلها صفات تفرد بها النحات وعززت من فعل وتأثير الخطاب الإشهاري على الجمهور المتلقي, وأن النحات حقق حضوره الواضح في هذا العمل النحتي وتمكن من إيصال خطابه الإشهاري لأكبر عدد الجمهور, من خلال حركة السمكة وهي تخترق جدار المبنى كإيحاء بقوة فائدة هذا الحيوان المائي الى جسم الإنسان, فنقلها برسالته الإشهارية الى الجمهور المستهلك, وحقق في عمله النحتي هذا الجانب الجمالي والجانب الوظيفي بفعل التوظيفات البيئية التي كانت مناسبة لموضوع إشهاره .

[1] - الحاتمي, الاء علي عبود سعيد, انظمة التعبير في تشكيل ما بعد الحداثة, اطروحة دكتوراه غير منشورة, جامعة بابل, كلية الفنون الجميلة,2011 م, ص175

[2] - Cf: Caron, André H et Caronia; Op.Cit; P 102 .

[3] - عبدالقادر سلامي، الخطاب الإشهاري, ج1, مكتبة عين الجامعة للنشر, ط1, البحرين, 2014 م, ص 47.

شكل (14)

شكل (15)

الفصل الثالث

الإطار النظري

لتحقيق هدف البحث قام الباحث باختيار عملان نحتيان لكل نحات, لبيان الخطاب الإشهاري وتحقيق هدف بحثه .

الأنموذج (1)

اسم العمل : الجسروالكرزة المعلقة

النحات : كلايس اولدنبرغ

البلد : الولايات المتحدة

المادة : الألمنيوم والحديد المقلفن والألوان

القياس : الطول (15) م, العرض (4) م, الارتفاع (9) م

السنة : 1988 م

يتألف العمل النحتي من ملعقة كبيرة الحجم, ذات إنحاء في منتصفها مكونة شكلاً يشبه الجسر, ويظهر شكلاً نحتياً يشبه حبة الكرزة معلقة في أعلى الطرف الواسع للملعقة, لا توجد قاعدة لهذا العمل انما استندت الملعقة الكبيرة من طرفها الأقل سمكاً على الأرض, أما طرفها الآخر الواسع فقد أستند على النهر من احد اجزائه, فظهر بشكل مائل ومرتفع, حاملاً حبة الكرز من جزئه المرتفع, من خلال اعتماد النحات على مفردة صغيرة نتعامل معها يومياً, وأظهرها بحجم ضخم وبشكل مفرط وغير مألوف عما كان في السابق, صاغ منها شكلاً نحتياً يشبه الجسر فوق النهر, ليكون وسيلة إعلامية ترويجية, وقد ظهر على العمل الاستقرار والهدوء من خلال الخطوط المنحنية والمقوسة في اجزاء الملعقة, واختار النحات لهذا المجسم الضخم طريقة عرض جديدة وغير معتادة ومختلفة عن طرق العرض داخل قاعات المعارض, مما تحتم على الفنان إيجاد اسلوب يلبي أو يتماشى مع الذوق العام؛ لكون هذا العمل النحتي مخصص للساحات العامة, وكان الفنان على دراية ووعي في استخدام مادة العمل الألمنيوم والحديد التي منحته القوة والمتانة للعمل, وساعدت في بيان ملمسية العمل النحتي المصقول, والذي ظهر بشكل واضح من خلال الفضاء المحيط بالمنحوتة, بالإضافة الى الفضاء المتكون بين الجزء الأسفل للملعقة والنهر, والفضاء المتكون بين جزء الملعقة الواسع وبين النهر, اللذان منحا موازنة للعمل النحتي وتخفيف ثقل كتلته ,فضلاً عن إدخال الضوء من خلالهما ومنح العمل النحتي ظل متدرج وكذلك انعكاس لصورة العمل على الماء, الأمر الذي زاد من جاذبية المتلقي لهذا العمل النحتي, واشغال فكره نحو الانفتاح في تحقيق فهم متقارب لهذا الشكل المصاغ من تلك الكتلة الضخمة التي تفاعلت مع الفضاء, والملمس مع اللون الفضي البراق والذي انسجم مع اللون الأحمر لحبة الكرز التي شكلها النحات بوضع حركي غير مستقر على تلك الملعقة, والذي يوحي بحالة تدحرجها الى الأسفل بمنظر يشغل بصر المشاهدين؛ كون هذا العمل النحتي يستهدف ذلك الجمهور الذي يعد العنصر الأساسي في

التواصل للخطاب الإشهاري, فالنحات عند إنجازه لهذا العمل النحتي ببساطة الشكل المنحوت من خلال استخدامه مفردة من الواقع وقام بنسخها بالحجم الهائل, فقد حاول من خلاله ارسال خطابه الإشهاري الى المجتمع المستهلك, يروج فيه ويشهر عن فكرة تحاكي آداب الطعام الصارمة, فالأفراط والبذخ في تناول الأطعمة يؤدي إلى عواقب سلبية تؤثر على المستوى الصحي والمعاشي, كما يؤثر على الطبقات الفقيرة من المجتمع والغير قادرة على شراء السلع والمنتجات بسبب ارتفاع سعر شرائها لكثرة الطلب عليها, فكان الإشهار في هذا العمل النحتي نقد إيجابي يحاكي ذلك المجتمع المستهلك للأطعمة بشكل مسهب متناسين أمور عديدة قد يكونوا غافلين عنها, فجاء الترويج والإعلان ينقد هذه الحالة السلبية . إن النحات تعامل مع عمله النحتي بأسلوب راق ومواد وألوان جذابة, حيث يظهر على العمل الدقة المتناهية والبحث عن أكثر التفاصيل لإظهار العمل أكثر جاذبية ونضارة الأمر الذي انعكس بدوره على حالة التقبل والإقناع للجمهور المستهلك, ليصل خطابه الإشهاري الى أكثر عدد ممكن من ذلك الجمهور . نجد الخطاب الإشهاري قد تعزز بعوامل ساعدت على جذب الجمهور المستهلك وإثارتهم ومن ثم إقناعهم بفكرة الإشهار, فجاء النحات بتلك المادة الغير مألوفة في فن النحت وأخرجها وحولها من بيئتها المألوفة إلى بيئة الفن والجمال والتوظيف البيئي المناسب لموضوع إشهاره, وصاغها بحجم كبير غير مألوف, والتقنية الجديدة التي استخدمها النحات من خلال اللحام والصقل المتقن في انجازه لهذا المجسم الضخم, وطريقة العرض الجديدة, وبساطة المضمون, جميعها ساعدت على فعل الخطاب الإشهاري لهذا العمل النحتي وإثارة المتلقي وجذبه ,كما أحدثت عنده جوانب الصدمة والدهشة والمتعة والمفاجئة, مما نتج عنها قراءات متعددة ضمن المقاربات التأويلية, والتي تتباين بين متلقي وآخر تبعاً للمستوى الثقافي والفني والفكري . وهذا الأسلوب في عرض الأعمال النحتية التي تحمل خطابات إشهارية في الساحات العامة هو رغبة في منجزات الفنان (كلايس اولدنبرغ), والتي ظهرت بالحجم الهائل والمؤثر في المتلقي كما في العمل في **شكل(16)**, والتي روجَ واشهرَ فيه عن لعبة البولنك, التي صدمت المتلقي وادهشته وقادت به نحو الانفتاح والتعدد القرائي, وهو يشاهد هذا العمل النحتي بحجمه الهائل في الساحة العامة, مما كان ذلك العمل ذو تأثير مباشر على جذب المتلقي وإقناعه بتلك اللعبة المفيدة, وأيضاَ العمل النحتي في **شكل (17)** والذي عرض فيه ريشة التنس بحجمها الضخم في إحدى الساحات العامة, والتي ادهشت المتلقي وصدمته وشغلت فكره وفتحت عنده باب التأويل, حيث سعى النحاتفيه للترويج والإعلان عن لعبة التنس كرياضة مفيدة للجسم وكذلك لرفع المستوى النشاط الرياضي للبلد والارتقاء به نحو الأفضل, وقد حقق النحات في هذين العملين النحتين الجانب الجمالي والجانب الوظيفي من خلال التوظيفات البيئية المناسبة لموضوعه الإشهاري .

شكل (16)

شكل (17)

الأنموذج (2)

اسم العمل : مشبك الغسيل

النحات : كلايس اولدنبرغ

البلد : الولايات المتحدة

المادة : الألمنيوم

القياس : ارتفاعه (45) قدماً

السنة : 1976 م

العمل يمثل مشبك غسيل (قراصة ملابس) بحجم ضخم, مصنوع من مادة الألمنيوم المطلي بلونين هما البني والفضي, ويظهر بوضع عمودي مثبتاً على قاعدة مربعة من مادة المرمر. وظف النحات الأشياء ذات الاستعمال اليومي كأعمال فنية قائمة بذاتها تجعل المتلقي يشعر بألفة معها, حيث اجتذبها من شكلها الوظيفي الى شكل جمالي مكتفياً بذاته, فقد عمد النحات لإنتاج صياغة لتكوين نحتي ذي شكل بسيط لمفردة صغيرة نتعامل معها يومياً, وتحسسنا بأهميتها في الاستعمال, فجاءت هذه المفردة بشكلها البسيط ومادته التي صاغ النحات منها عمله النحتي لها أثرها الواضح في بيان ملمسية العمل المصقول ومتانته, ولون تلك المادة الفضي المميز الذي يمنحها اللمعان والبريق, والصياغة للعمل النحتي بالحجم الهائل والغير معتاد والذي جعل هذه المفردة شامخة ومتوازنة مع الفضاء المحيط ومع القاعدة التي ارتكزت عليها وساعدت على توازن العمل النحتي, حيث ينطلق بتشكيلها معاً معتمداً بذلك على رمزية هذه المفردة, في الغوص في عمق المعنى ووضوحه لدى المتلقين, الذين يتعاملون مع هذه المفردة بفعل توافرها في البيئة, وتوظيفاتها اليومية كسلعة استهلاكية, وظهرت لهم بشكل عمل نحتي تتجلى فيه صورة التواصل الاجتماعي . جاء العمل بمعنى منفتح ومتعدد المعنى حاملاً خطاباً إشهارياً, الذي صاغه النحات بشكل عمل نحتي لمفردة قراصة الملابس, وبشكل غير مألوف من حيث الحجم الهائل والتقنية والألوان وطريقة العرض, مما ساعد ذلك على تعزيز فعل هذا الخطاب الإشهاري, فالنحات استعان بعمله النحتي كوسيلة إعلامية للترويج عن هذه المفردة الوظيفية (قراصة الملابس), فأشهر وأعلن عنها من خلال تمرده الواضح, لإيصال رسالته الإشهارية لأكبر عدد ممكن من الجمهور المتلقين . لقد حاكى النحات هنا الشكل الأصلي لقراصة الملابس, أي أنه استخدم الأسلوب الواقعي بمحاكاة الشكل مع اناقة وحسن تنظيم باستخدام الحجم الضخم والألوان المميزة وطريق العرض المؤثرة ليشهر عن هذه المفردة البسيطة والثمينة . والعمل النحتي هنا يستدعي التأمل عند المتلقي وهو يشاهد هذا المجسم الكبير لمفردة من الواقع اليومي, فقد أخرجها النحات من بيئتها وحولها من بيئتها الطبيعية إلى بيئة جديدة يركز فيها على الجانب الجمالي والجانب الوظيفي بفعل التوظيف البيئي الذي تناسب مع موضوع إشهاره لهذا العمل النحتي الضخم, فالعمل يحمل بلاغة في الطرح التعبيري والذي يعمل على تحفيز المتلقي بأهمية هذه المفردة ودورها في الاستعمال اليومي, مما ينتج الى توالد في المعنى من خلال هذا العمل النحتي الغير مألوف الذي يخلق عند هذا المتلقي الأثارة والدهشة والصدمة والمفاجئة, على الرغم من بساطة الشكل إلا إنه يحمل معنى عميق وانفتاح في التأويل وتعدد بالقراءات, يرتبط بهم المتلقي ومستواه الثقافي والفني والفكري . فالنحات من خلال خطابه الإشهاري يسعى للتأثير على المتلقين وترغيبهم بهذه السلعة الثمينة وثم إقناعهم باقتنائها, وتحقيق الفائدة والربح بفعل هذا الترويج التجاري لتلك السلعة, التي يغفل البعض عن أهميتها في الاستعمال اليومي, فرغم بساطتها إلا إن عدم توافرها في المنازل قد يحدث مشاكل , كتطاير الغسيل في الهواء اثناء الرياح أو العواصف, حينها يشعر الفرد بقيمة تلك المفردة البسيطة, وأن هذه السلعة قد تكون غير ضرورية للاقتناء في نظر البعض, إلا أن وسائل الإقناع والاستراتيجيات المستعملة في هذا الخطاب الإشهاري يحفز ويدفع بالمتلقي المستهلك إلى شرائها . وقد تكرر هذا الإشهار في أعمال (كلايس اولدنبرغ) في اعماله النحتية الترويجية ذات الأحجام الهائلة كما في العملين في الشكل (18) و (19), ففي **الشكل (18),** استخدم النحات الحجم الضخم لشكل الدبوس وبألوان جذابة, وعرضه في الساحة العامة وبشكل عمودي معكوس, والذي صدم المتلقي وادهشه وشغل فكره وهو يرى تلك المفردة الصغير قد كبر حجمها بشكل هائل, فقد اراد النحات فيه الترويج لأهمية هذه المفردة البسيطة في حجمها والثمينة في استخدامها وجذبْ الجمهور وإقناعهم بها ومن ثم اقتنائها, وكذلك في **الشكل (19),** فقد عمد النحات الى عرض الهمبركر بالحجم الكبير كترويج لهذا الطعام والفائدة الغذائية منه للجسم, حيث كان عمله النحتي

يحمل الخطاب الإشهاري لجذب المجتمع الاستهلاكي بأكبر عدد ممكن, من خلال طريقة العرض والخامة المستخدمة والألوان, والتي جميعها كانت بشكل جديد وغير مألون مما اثار عند المتلقي الصدمة والدهشة والمفاجئة مما انفسحت عنده القراءات المتعددة ضمن المقاربات التأويلية .

شكل (18)

شكل (19)

الأنموذج (3)

اسم العمل : ملاعق

النحات : حسن شريف

البلد : الأمارات

المادة : الفولاذ والنحاس

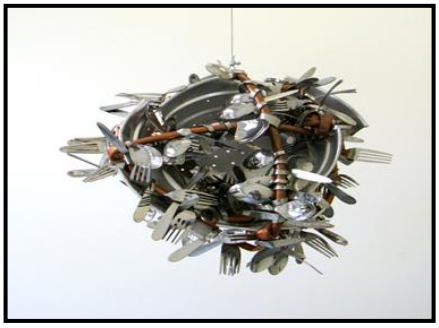
القياس : 230× 60×45 سم

السنة : 2008 م

تكوين نحتي مؤلف من عدد من ملاعق الطعام الفولاذية بأحجام متساوية ولونها الطبيعي وقد تم جمعها بشكل عشوائي وربطت بسلك نحاسي بشدة, فظهرت بشكل اشبه بالكرة . من خلال تجميع الملاعق وربطها بالسلك بالوضعية التي ظهرت نجد حضوراً للفضاء الداخلي بين الملاعق بفعل المسافات التي تخللتها, مما ساعد على تشكيل نقلة ظليه وضوئية في اجزاء التكوين النحتي, بالإضافة الى الطابع اللوني للفولاذ ودوره الفعال في الضوء الذي انسجم مع لون النحاس الجذاب والذي اضاف قيمة جمالية للتكوين, وساهم في كسر الجمود للعمل النحتي, من خلال حركته المنحنية المستمرة حول الملاعق التي ظهرت بشكلها الطبيعي باعتماد رمزيتها بتشكيلها مع السلك النحاسي ذو اللون المميز لإخراج العمل النحتي بمعنى أعمق امام المتلقي واتخاذه وسيلة إعلامية, يُشهر فيها النحات ويعلن عن فكرته في خطابه التواصلي مع المجتمع الاستهلاكي . نلتمس في العمل النحتي إشارات رمزية لها دلالاتها التعبيرية, من خلال استخدام النحات لمفردة بسيطة من البيئة وهي الملعقة وتكرارها بالشكل التي تجذب النظر وتصدم المتلقي وتثيره وتفتح آفاق مخيلته, وتحيله الى الانفتاح القرائي ضمن المقاربات التأويلية حول فهمه للإشهار من الخطاب, الذي أراده النحات في عمله النحتي الغير مألوف والغير معتاد وتلك الطريقة الجديدة التي تم العرض فيها والتقنية البسيطة التي عمل عليها الفنان, لتلك المفردة المألوفة لدى عامة الأفراد شكلاً ووظيفةً, مما يتطلب من المتلقي بُعداً تأويلياً يتناسب مع موضوع الخطاب الإشهاري وفكرة الإشهار من هذا العمل النحتي . ان النحات من خلال عمله النحتي حاول التعبير عن تفاعله مع المجتمع ومع الحياة اليومية, فيعكس طريقة سير الناس ورؤيتهم للأشياء وشغفهم بالحياة وردود أفعالهم, فحاول الإشهار والإعلان عن فكرة الأفراط والإسهاب في الطعام, من خلال التسوق وشراء الأطعمة بكثرة والزائدة عن الحاجة, مما تكون مردوداتها سلبية

على الفرد والمجتمع, سواء على المستوى الصحي أو المعاشي, كذلك هناك آداب وثقافة للطعام لا بد للفرد من تعلمها والعمل بها, لذا فالخطاب الإشهاري هنا جاء لإشهار ظاهرة متفشية في المجتمع الاستهلاكي, حاول النحات نقدها ليكون نقداً ايجابياً, والنحات في استخدامه العمل النحتي كوسيلة للإعلان هو لا يبحث عن الجمال بقدر ما يهدف الى تقديم بحث واقعي ومتماسك للأشياء, وتقديمها بأسلوب واقعي جديد وعميق وغير مألوف تصدم المتلقي وتفاجئه وتشغل فكره وتحيله الى الانفتاح في قراءته .إنَ الخطاب الإشهاري المبثوث من تلك المفردة اليومية أُفعِمَ بالإشارات الرمزية التي تحيل بانفتاح واضح في المعنى, وتعالج موضوعاً مهماً في المجتمع الاستهلاكي, عبر وسيلة اعلامية عرضها الفنان, ووظف فيها المألوف واللا مألوف, تقتصر على مفردات بسيطة من الواقع المعاش وبتقنية بسيطة دون تعقيد وبطريقة عرض جديدة تكررت عند الفنان حسن شريف في اغلب اعماله المعروضة, التي كانت ذات خطاب إشهاري ترويجي استخدم فيه مواد رخيصة ومنتجة بكميات كبيرة, فعرض أحذية رياضية وشباشب وعُلب كرتونية وحبال رُبطت معاً على نحو أشبه بالنسيج, فكانت وسيلة لإثارة الدهشة وطرح الأسئلة **شكل (20),** كذلك في عمله في **الشكل (21),** ايضاً حمل خطاباً إشهارياً يحاكي المجتمع الاستهلاكي, فقد استخدم مواده من البيئة والواقع المعاش واخرجها وحولها من بيئتها المألوفة إلى بيئة الفن والجمال, وكان حريصاً على انتقاء هذه العناصر المرتبطة بنزعة المستهلك, فجاء خطابه الإشهاري كترويج لفكرة الأفراط بالطعام والإسهاب في الشراء لمواد وأطعمة فوق الحاجة مما لها مردوداتها السلبية سواء على الفرد أو المجتمع .

شكل (20)



شكل (21)

الأنموذج (4)

اسم العمل : أباريق الماء

النحات : حسن شريف

البلد : الأمارات

المادة : البلاستيك وحبال

القياس : 120× 100×85 سم

السنة : 2009 م

يتكون العمل النحتي من عدد من أباريق الماء البلاستيكية بأحجام متساوية وألوان مختلفة وجذابة تم جمعها وربطها معاً بواسطة الحبال فظهرت ككتلة واحدة, وتم عرضها على أرضية المعرض من غير قاعدة, فنجد للفضاء دوراً فاعلاً من خلال حضوره في هذا العمل النحتي ما بين كل أبريق وآخر, مما سمح بتشكيل نقلة ظليه وضوئية في اجزاء التكوين النحتي, بالإضافة الى الطابع اللوني للبلاستيك ودوره الفعال في انعكاس الضوء المسلط عليه, مما اضاف قيمة جمالية للتكوين وساهم في كسر الجمود الظاهر على العمل بفعل الحبال التي التفت حول الأباريق . يتضح من خلال العمل النحتي الظاهر أن الموضوع له صلة بواقع الحياة المعاش, وأمر ضروري لا يمكن الاستغناء عنه, بدلالة المفردة التي استخدمها النحات وكررها وهي أبريق الماء, فالماء له أهميته لاستمرار الحياة ولا يمكن العيش بدونه, ولذا نرى اهتمام النحات في

عمله التجميعي باستخدام تلك الأباريق, وصاغها بشكلها المألوف والبسيط, مستعيناً بعملية التكرار لنفس المفردة البسيطة, معتمداً على رمزيتها الوظيفية ليبث خطابه الإشهاري الذي يروج ويشهر فيه عن فكرته حول نعمة الماء وأهميتها في ديمومة الحياة . فالخطاب الإشهاري قد يوحي من خلال الأباريق الفارغة الى شحة الماء نتيجة للخلل الذي يحدث بفعل الأضرار في انابيب الماء أو بفعل التخريب أو غيرها من الأسباب, فكان الإشهار لنقد حالة مهمة وضرورية, أو قد يكون هذا الخطاب هو إشهار وإعلان للجمهور المستهلك عن فكرة الاهتمام بنعمة الماء وعدم الإسراف فيه, لتستمر هذه النعمة وتدوم الحياة, ومن باب قرائي آخر قد يوحي الخطاب الإشهاري هنا الى التقيد بالتصنيع المحلي للسلع الاستهلاكية ونبذ الاستيراد أو التقليل منه, ليحقق الفائدة المادية ويساهم في تشغيل المصانع والأيدي العاملة . لقد استعان النحات في خطابه الإشهاري بمفردة مألوفة من الحياة, ووظفها في عمله اللا مألوف واخرجها وحولها من بيئتها الطبيعية إلى بيئة الفن والجمال, ليكون خطاب تواصلي مع الجمهور المستهلك, فهو يعمل بشكل ثنائي تأثير وإقناع ليصل الى اكبر عدد من ذلك الجمهور, فجاء الخطاب الإشهاري برسالة مقصديه مبطنة ايحائية تشغل فكر المتلقي وتفتح آفاق واسعة من التعدد القرائي ضمن دائرة التأويل لديه . ان النحات كان حريصاً على انتقائه مفردة من الحياة والمرتبطة بنزعة المستهلك, وأعاد توظيفها على نحو اشبه بإعادة التدوير ليمنحها ابعاداً جديدة وتاريخاً مغايراً, فبثَ خطابهُ الإشهاري ليحاكي المجتمع المستهلك مستعيناً بعمله النحتي كوسيلة ترويجية, يجذب بها اكبر عدد ممكن من ذلك المجتمع ومن إقناعهم بفكرة الإشهار. كما اتسم الخطاب الإشهاري في هذا العمل بقوة التعبير, الذي يسعى فيه الى تحفيز المتلقي بأهمية الماء ودوره في ديمومة الحياة, مستخدماً في وسيلته الإعلامية مفردة بسيطة من الحياة وتقنية بسيطة دون تعقيد, وطريقة عرض جديدة غير مألوفة, واستخدام الألوان الجذابة, جمعها عوامل ساعدت على بث الخطاب الإشهاري وجذب المتلقين له, فأعمال حسن شريف المشتغلة بعناية تحمل أوجه وأفكار مختلفة لا تكتفي بعرض جماليتها, بل تتطلع إلى ما هو أعمق فكرياً ومفاهيمياً وحتى جمالياً في ذاتها, ونجد ذلك في عمله في **الشكل (22)**, الذي حمل خطاباً إشهارياً روج فيه النحات عن فكرة الرياضة وفائدتها للأطفال وعدم منعهم من مزاولتها, فعرض العمل النحتي بهذه الكرات الجاهزة ذات الألوان الصاخبة, ففي خطابه الإشهاري هذا يعيدنا إلى بهجة الطفولة, فهو يوحي بثراء العالم وفاعليته في الذاكرة, حيث تُحفز الكرات المتلاصقة في التكوين المتلقي على اللعب, وإعادة انتاج الشكل في ذلك الفضاء الرحب . ونجد في عمله الآخر في **شكل (23)** خطاباً إشهارياً ترويجياً يحاكي فيه النحات المجتمع المستهلك ,فعرض كمية كبيرة من الشباشب ذات الأحجام والأوان المختلفة والمربوطة بالأسلاك لتكون وسيلة إعلامية يشهر ويعلن من خلالها عن فخر الصناعات المحلية في التصنيع ومقاطعة الاستيراد الذي يؤثر على جوانب كثيرة ولا يلبي طموحات المجتمع, فكان الخطاب الإشهاري متميزاً بأسلوب العرض الجديد واستخدام الخامة الجاهزة المتكررة والتقنية البسيطة في اخراج هذا العمل النحتي, والتي أدهشت المتلقي وصدمته, وشغلت فكره الى الانفتاح على التعدد القرائي ضمن دائرة التأويل المقارب في الفهم لهذا الخطاب الإشهاري .

شكل (22)

شكل (23)

الفصل الرابع

نتائج البحث

بعد تحليل النماذج المقترحة في عينة البحث تم التوصل إلى جملة من النتائج ذات العلاقة بتحقيق هدف البحث ومنها :

1. الخطاب الإشهاري الذي ظهر عند كل من النحات (كلايس اولدنبرغ) والنحات (حسن شريف) هو خطاب إعلاني ,يعتمد على إشهار كافة المعلومات المتعلقة بسلعة معينة أو منتوج معين أو فكرة معينة بهدف إيصالها إلى أكبر عدد ممكن من الناس ,وجذبهم واقناعهم بما مروج له ,بالاستعانة بالعمل النحتي كوسيلة إعلامية .

2. ظهر الخطاب الإشهاري عند النحات (كلايس اولدنبرغ) من خلال أعمال نحتية ذات حجم ضخم بشكل مفرط وغير مألوف, التي أدهشت المتلقي وصدمته وأحالته نحو الانفتاح في التعدد القرائي ضمن دائرة التأويل, بينما الأعمال النحتية للنحات (حسن شريف) التي حملت خطاباً إشهارياُ ظهرت بأحجام معتادة ولكنها تفاوتت بحجمها .

3. كان أسلوب العرض للأعمال النحتية التي تضمنت خطاباً إشهارياً ترويجياً مختلف عند كلا النحاتين ,فنجد أن النحات (كلايس اولد نبرغ) كان يعرض أعماله النحتية الترويجية في الساحات العامة وعلى الجدران وفوق الاسطح وهو أسلوب غريب وغير مألوف في السابق ,كما في النموذجين(2, 1), مما أثار الدهشة والصدمة والمفاجئة عند المتلقي ,وعزز أيضاً من فعل الخطاب الإشهاري في جذب أكبر عدد من الجمهور إليه ,أما النحات (حسن شريف) فلم يخرج عن الإطار القديم في طريقة العرض, فكان يعرض أعماله النحتية ذات الخطابات الإشهارية داخل قاعات المعارض, فعرضها على أرضية القاعة كما في النماذج (3, 4), فكلا النحاتين صمما اعمالهم النحتية الإعلانية بتوظيف بيئي محققين فيها القيمة الجمالية والنفعية في آن واحد بالاستفادة من جميع مكونات البيئة .

4. أن النحات (كلايس اولد نبرغ) عمل بتقنيات معقدة وغير مألوفة كاللحام والقطع والطرق والصقل وغيرها في صياغة أعماله النحتية ذات الخطاب الإشهاري الإعلاني كما في النموذجين (2, 1), مما أدهشت المتلقي وصدمته وعززت من فعل ذلك الخطاب الإشهاري ,بينما النحات (حسن شريف) استخدم تقنيات بسيطة وغير معقدة كالربط واللف والطي والتجميع والتركيب واللصق وغيرها ,في صياغة أعماله النحتية الترويجية مما أمتعت المتلقي وأدهشته كما في النموذجين (4, 3) .

5. اتسم الخطاب الإشهاري عند النحات (كلايس اولدنبرغ) ببساطة المضمون في أعماله النحتية الواقعية الإعلانية, مما جعلت المتلقي يفهم معنى هذا الإشهار ويستمتع به وينجذب نحوه كما في النموذجين (2, 1), بينما الخطاب الإشهاري عند النحات (حسن شريف) اتسم بالغموض وعمق المعنى في أعماله النحتية التركيبية المفاهيمية كما في النموذجين (4, 3), والتي شغلت وأجهدت فكر المتلقي وجعلته يغوص في بحر المعاني ليتجه نحو الانفتاحات القرائية ضمن المقاربات التأويلية والتي تتباين بين متلقي وآخر تبعاً للمستوى الثقافي والفكري والفني .

6. أن النحات (كلايس اولدنبرغ) استعان بالايقون في صياغة أعماله النحتية التي تضمنت خطاباً إشهارياً ترويجياً, مستخدماً تلك الأعمال النحتية وسيلة إعلانية للترويج والإشهار وللتأثير والإغراء والجذب للمستهلك, وقام بتكبير هذا الايقون الى نسخة هائلة ادهشت المتلقي وصدمته وفاجأته وجذبته ومن ثم اقنعته بهذا الإشهار الترويجي ,كما في النموذجين (2, 1), بينما استعان النحات (حسن شريف) لصياغة أعماله النحتية الترويجية بالاستعارة المتسمة بالغموض والإيحاء كما في النموذجين (4, 3), والتي كان لها مردودات على حالة التلقي فإنها تدهش المتلقي وتصدمته وتفاجأته وتشغل فكره, وتجعله ينفتح نحو القراءات المتعددة ضمن دائرة التأويل المقارب لهذا الإشهار .

7. استخدم النحات (كلايس اولدنبرغ) خامات جديدة وغير مألوفة في تشكيل أعماله النحتية التي تضمنت خطابات إشهارية كالألمنيوم والحديد والفولاذ والمرمر وغيرها من المواد وشكلها بدقة متناهية كما في النموذجين (2, 1), والتي تصدم المتلقي وتفاجأه وتدهشه وتجعله ينفتح في قراءاته ضمن دائرة التأويل, بينما النحات (حسن شريف) استخدم خامات جاهزة وبسيطة من الحياة اليومي, وخامات مهملة ومهمشة كالبلاستيك كما في الأنموذج (2), وأدوات الطعام الجاهزة كما في الأنموذج (1), استخدمها في صياغة أعماله النحتية ذات الخطابات الإشهارية الترويجية والتي صدمت المتلقي وفاجأته وشغلت فكره بفعل التجديد والتنوع وفق التوظيفات النحتية للمفردات اليومية والتي استخدمها كوسيلة إعلامية للترويج .

8. نجد أن النحات (حسن شريف) كان متأثراً بالنحات (كلايس اولدنبرغ) ,من خلال استخدامه مفردة مألوفة من الواقع المعاش والحياة اليومية كمفردة (ملعقة الطعام) والتي ظهرت بحجمها الكبير المفرط كما في الأنموذج (1), وظهرت بحجم صغير متكررة لنفس المفردة كما في الأنموذج (3), وكلا النحاتين كان خطابهما حول الإشهار والإعلان عن فكرة الإسهاب والأفراط بالطعام من قبل المجتمع المستهلك, فكانت فكرة الإشهار فكرة ناقدة ايجابية, وكان لتوظيف هذه المفردة في العمل النحتي المعاصر ادت به إلى التحول النحتي من المعقول إلى دائرة

العدم والتغاير, فيكون اثرها على حالة التلقي هو الصدمة والدهشة للمتلقي وتشغل فكره وتدفع به نحو القراءات المتعددة, كما تعزز من دور وفعل الخطاب الإشهاري من خلال جذب أكبر عدد من الجمهور المستهلك والتوصل الى الفهم الأقرب من عملية الترويج .

المصادروالمراجع

أولا. المصادر باللغة العربية

1. الجوراني, جنان جبار عبود, **الاساليب التقنية في اعمال تشكيلي مرحلة الستينات وتوظيفها في نتاجات طلبة قسم التربية الفنية,** رسالة ماجستير غير منشورة, جامعة بغداد, كلية الفنون الجميلة, 2012 م .
2. جوزيف –اميل مولر, فرانك ايلفر, **مئة عام من الرسم الحديث**, تر: فخري خليل, دار الحرية للطباعة والنشر, ط1, بغداد, 1988م .
3. الحاتمي, الاء علي عبود سعيد, **انظمة التعبير في تشكيل ما بعد الحداثة,** اطروحة دكتوراه غير منشورة, جامعة بابل, كلية الفنون الجميلة,2011 م .
4. حافظ اسماعيل عليوي, **الحجاج (مفهومه ومجالاته),** دار النشر عالم الكتب الحديث, ج4, ط4, الأردن,2010 م
5. الحطاب, قاسم محمد, **جماليات الفن التشكيلي في عصر النهضة الأوربية ومدارس الفن الحديث والمعاصر, دار البداية للنشر,** مجلد1, ط1, 2010 م .
6. السباعي, هوايدا, **فنون ما بعد الحداثة في مصروالعالم,** الهيئة المصرية العامة للكتاب, القاهرة, 2008 م .
7. سمث, ادوارد, **فن ما بعد الحداثة,** دار الشؤون الثقافية العامة, تر : فخري خليل, ط1, بغداد, 2000 م .
8. عبدالقادر سلامي، **الخطاب الإشهاري,** ج1, مكتبة عين الجامعة للنشر, ط1, البحرين, 2014 م .
9. فيصل عبد الحسن, **أبهام سيزار الصادم ينتصب في مدينة الرياض** ,مقال منشور, صحيفة العرب اليومية, العدد20, الرياض, 2016 م .
10. محمد ميرة, **التعبير بالمعادن باستخدام بقايا البيئة الصناعية (دراسة تحليلية لبعض التجارب العالمية),** بحث منشور, مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية, مجلة دورية, المجلد 30, العدد2, سوريا, 2014 م .
11. الناصر, زهراء عبد الله عبد الرحيم, **البوب كمدخل لاستحداث فن تجميعي للوحة التشكيلية,** رسالة ماجستير غير منشورة, جامعة الملك سعود, 2008 م .
12. ياسمينة عماموش, **العمليات الإسنادية في الخطاب الإشهاري (الجرائد أنموذجاً) دراسة في ضوء نظرية النحو الوظيفي,** رسالة ماجستير منشورة, جامعة عبد الرحمن ميرة, كلية الآداب واللغات, قسم اللغة والأدب, 2017- 2018 م.

ثانيا. المصادر باللغة الانجليزية

- Cf: Caron, André H et Caronia; Op.Cit.
- Kalus ,Honnef : Pop art ,Taschen .2004 .

ثالثا. المصادر الالكترونية

- www. ar.topchinasupplier.com .