

التمثلات البلاغية للصورة الكرافيكية

د. بشرى محمود مصطفى

المديرية العامة للتربية في بغداد/ الكرخ/ ١

Bushramahmood888@gmail.com

الملخص:

تتميز الصورة الكرافيكية بأن لها مميزات وخصائص تختلف عن الصورة الفوتوغرافية عبر المعالجات التقنية والإبداعية في الصياغة التمثيلية مع فكرة التصميم والتي تجتاز البعد النفسي لدى المتلقي، كونها تحتوي على حضور بلاغي يستند في مكوناته إلى إجراءات غير محددة في التحوير والتغيير والاستعارة والتبديل وما يندرج من تمثيلات فكرية وأخرى دلالية تسهم في بلورة المعنى وتطابق المفاهيم، وهي بذلك تكون على قدر من الخطاب البصري بوصفها الرسالة الإعلامية التوجيهية وسيلة للإيضاح والتعريف.

كما تتسم الصورة الكرافيكية بعمقها الفني الإبداعي من حيث التوافقات الشكلية والعلائقية التي تمثل مضامين فكرية في جميع المستويات وتأخذ المتلقي نحو التوجيه والتحكم الإدراكي وتسهم في استمالاته من خلال التفاعل والإنجاب، كل تلك الموصفات ترتكز على مبدأ التمثلات البلاغية بوصفها حلقة وصل (وسيلة) للتواصل.

الكلمات المفتاحية/ التمثلات، البلاغية، الصورة، الكرافيكية، التلقي، الاستعارة، التصميم، الإعلان.

Abstract

The graphic image is characterized by having features and characteristics that differ from the photographic image in terms of technical and creative treatments in the representational formulation with the idea of design, which transcends the psychological dimension of the recipient as it contains a rhetorical presence based in its

components on unspecified procedures of modification, change, metaphor, substitution, and other intellectual representations. Another is semantic, which contributes to the crystallization of meaning and the matching of concepts, and thus it is on par with visual discourse as a guiding media message as a means of clarification and definition.

The graphic image is also characterized by its creative artistic depth in terms of formal and relational correspondences that represent intellectual contents at all levels and take the recipient towards guidance and cognitive control and contribute to winning him over through interaction and attraction. All of these specifications are based on the principle of rhetorical representations as a link (means) of communication.

Keywords/representations, rhetorical, image, graphic, reception, metaphor, design.

الفصل الأول

١- مشكلة البحث والحاجة اليه:

تتبع إشكالية الموضوع البحثي للصورة الكرافيكية من خلال الكيفية التي تتصف بها الصورة قبل وبعد المعالجة، لأنها تقدم مفاتيح لموضوعات أساس في الفهم والإدراك، مما يستوجب على المصمم أن يستلهم الطاقات التعبيرية التي تقدمها تكوينات التشكيل الصوري والتي تمتاز بأن لها خصائص تميزها عن الصور في المجالات العلمية الأخرى ويعود ذلك لتمثيلاتها البلاغية في تقديم معاني لا تقبل التأويل في أغلب الأحيان مما يجعلها (الصورة) ذات قيمة فنية وإبداعية في مجال التصميم الكرافيك، بوصفها العنصر الاخاذ للمستقبلات البصرية التي تستقطب عين المتلقي وما تقدمه من تأثير وانعكاس في نفس المتلقي، بما تحتويه من مضمون فكري يتناسب مع طروحات الموضوع والفكرة المراد تقديمها للمجتمع

(الجمهور المستهدف) مهما كان الموضوع وفي أي مجال من التنوعات الكرافيكية، ومن هنا يمكن رصد بعض الخصائص المتعلقة ببلاغة الصورة كفعل إبداعي لقيم شكلية وظيفية وجمالية تحقق لطرفي المعادلة (الرسالة - المتلقي) فعلاً إستجابياً يخضع إلى ترددات العملية الإدراكية والسلوكية في التوجيه والتهذيب والإستمالة والتوجيه، وما تندرج فيه الصورة كمكون حي للتصميم برمته، وفي التصميم الإعلان تكون الصورة ذات قوى مؤثرة من خلال الوضوح والمقروئية.

من هنا تولدت فكرة تناول الموضوع من جوانبه التمثيلية للصورة الكرافيكية بما تحمله من تعبيرات مباشرة وغير مباشرة وما تمتلكه من بلاغة الوصف الدلالي والمعنى المطابق، وتوجز الباحثة مشكلة بحثها من خلال التساؤل الآتي:

ماهي تمثلات البلاغة الصورية في التصميم الكرافيكى؟

٢-أهمية البحث: تكمن أهمية البحث من خلال الآتي:

أ-الجانب النظري: تعزيز المكتبة المحلية في رفدها بفلسفة الصورة الكرافيكية وبلاغتها التعبيرية وتقديم موضوع علمي للتتنظير الفكري ودور الصورة الكرافيكية في تطابق المفاهيم والمعاني الدلالية.

ب-الجانب العملي: الوقوف على أهم عوامل التمثلات البلاغية في مجال التطبيقات، وما تتسم به مخرجات التصميم الكرافيكى بصورة خاصة التصميم الإعلانى لأن الصورة فيها ترتكن إلى كثير من التحديات التقنية للوصول إلى حدود البلاغة الشكلية.

٣-هدف البحث: يهدف البحث الحالي إلى:

-كشف تمثلات البلاغة في توظيف الصورة الكرافيكية.

٤-حدود البحث: يتحدد البحث الحالي من خلال :

أ-الحد الموضوعي: دراسة تمثلات البلاغة في تصميم الصورة الكرافيكية.

ب-الحد المكاني: تصاميم إعلانات سياحية عالمية (عيد رأس السنة الميلادي)*.

* مبررات حدود البحث: تعد تصاميم الإعلانات السياحية من أهم المعالجات الموضوعية في تقديم الافكار التي تتناسب مع الحدث كالأعياد ومنها عيد راس السنة الميلادي.

ج- الحد الزماني: العام ٢٠٢٢.**.

٥- تحديد المصطلحات:

أ- التمثلات. لغةً:

تمثل يتمثل، تمثلاً، تمثل الشيء أو صور له. التمثل في اللغة العربية من مثل، يمثل، مثولاً. ومثل التماثيل أي صورها. ومثل الشيء بالشيء، أم شبهه به، وكذلك من تمثل يتمثل تمثلاً، وتمثل الشيء له بمعنى تصور له تشخصه. اذ يعرف ابن منظور مفهوم التمثل في لسان العرب كما يأتي: التمثل من مثل الشيء، أي تصويره حتى كأنه ينظر إليه، وأتمثل أي أتصور، ومثلت له تمثيلاً إذا صورت له مثلاً بكتابة، أو غيرها، وتمثيل الشيء بالشيء، يعني التشبيه به. من هنا يتضح أن مفهوم التمثل: عملية تتضمن استحضار صورة موضوع غائب إلى الذهن (ابن منظور م.، ١٩٨٨، ٤٣٨). فالتمثيل والتمثل جمعهما تمثلات، بحسب مقاييس اللغة لابن فارس: تمثلات من "مثل: الميم والياء واللام أصل صحيح يدل على مناظرة الشيء للشيء، وهذا مثل هذا أي نظيره، والمثل والمثال في معنى واحد، وربما قالوا مثل الشيء أي شبيهه" (ابوالحسن، ١٩٧٩، ٢٦٤). بمعنى استحضار الشيء أمام الأعين والعقل، أما بشكل محسوس بفضل الصورة أو شكل، رمز، دلالة ما، "تمثل أو تصوّر الشيء: توهم صورته وتخيّله واستحضره في ذهنه، وتصور له الشيء: صارت له عنده تمثّل مشخّص أو صورة وشكل". (معروف، ١٩٩٥، ٤٤٠). من "مثل له الشيء أي صور له حتى كأنه ينظر إليه وامثّل أي صور. مثّلت له كذا تمثيلاً، إذا صورته له بكتابة وغيرها. في حين عرفه (جميل صليبا) "ان التمثل والتمثيل متقاربان، وهما معا يشتركان في أمرين: أحدهما حضور صورة الشيء في الذهن، والآخر قيام الشيء مقام الشيء" (صليبا، ١٩٨٢، ٧٤).

ب- التمثلات. إصطلاحاً:

** يعد العام ٢٠٢٢ من أكثر السنوات اهتماماً بالنسبة للمصممين في تناول الموضوع عبر تمثلات البلاغة الصورية في تطابق الدلالة والمعنى وما تمثله من صياغات شكلية واستعارية.

لا يختلف المعنى الاصطلاحي عن معناه اللغوي، فقد وردت في القرآن الكريم كلمة التمثل في سورة مريم، في قوله تعالى "فأرسلنا إليها رُوحنا فتمثل لها بشراً سوياً" (مريم، آية ١٧، ٢٠٢٢)، فالتمثل أخذ الشيء نفسه أي صورة بشر، و"معنى تمثله لها كذلك ظهوره لها في صورة بشر وليس عليها في نفسه، بمعنى أنه كان في ظرف إدراكها على صورة بشر وهو في الخارج عن إدراكها على خلاف ذلك" (الطباطبائي، ١٩٨٩، ٣٦).

فمصطلح التمثل يمكن أن يأخذ معنى الصورة، إن التمثل هو: "الصورة الموجودة في الخارج" (التوحيدي، ١٣٧٣هـ، ٣٧٩)، وصورة الشيء هي تماثل وتمثل له، إذ إنهما على "علاقة الملازمة بين أمرين أو أكثر، وتكون فيهما أو فيها صفات مشابهة" (عبدالنور، ١٩٧٩، ٧٨)، فالتمثل هو نسخة من الشيء، لأنهما يحملان صفات متشابهة وملازمة بينهما.

أما في موسوعة (لالاند) فإن مصطلح التمثل يأخذ جانباً مادياً وجانباً فكرياً معنوياً وعلى النحو التالي:

أ- يأتي بالمعنى العيني كمجموعة أشخاص يمثلون سواهم تمثلاً وطنياً.

ب- ما يكون ماثلاً حاضراً في ذهن (ما يمثله) المرء يشكل محتوى عينياً لفعل فكري.

ج- عرض على الحواس بكيفية راهنة وعينية شيء غير واقعي غائب أو يستحيل إدراكه مباشرة" (لالاند، ٢٠٠١، ١٢١٠).

وهنا أخذ مصطلح التمثل معنى شمولياً لأنه قد يمثل حالة مهمة، حينما يمثل شخص أو أشخاص وطنهم أو أمة بكاملها، فيكونون ممثلين لذلك الوطن، أو قد يرتبط بالصورة الذهنية التي يستدعيها الإنسان عند فعل التذكر، أو يأخذ مصطلح التمثل فعل التمثيل المادي للشيء.

أما (جان بياجيه)، فإنه يرى مصطلح التمثل بأنه: "الإستحضار الرمزي للوقائع الغائبة. ما دامت الصورة العقلية تمثل النتيجة الفعلية لعملية مباطنة حركات التلاؤم، فإن التمثل يشكل بدوره حصيلة الاجتماع بين الدال.. الذي يساعد على استحضار الوقائع الغائبة والمدلول الذي يقدمه الفكر... فإن العلامات... عادة ما تتطوي على خصائص التمثلات"

(الغالي، ١٩٩٣، ٣١). فالتمثل هو الإستحضار المادي للوقائع الغائبة، بما يؤمن التشابه والتمائل سواء المادي أو الفكري أو المعنوي.

ج- التمثلات. فلسفياً:

ورد في المعجم الفلسفي (التمثل): (مَثَل الشيء بالشيء: سَوَّاه، وشبهه به، وجعله على مثاله، و(مثل الشيء فلاناً صورته بالكتابة أو غيرها، (التمثيل) التصوير والتشبيه، وفي (علم النفس) فعل ذهني تتم به المعرفة كالإدراك الحسي والتخيل والحكم من جهة ماهية باعثة على الحصول لصورة الشيء، وإدراك المضمون المشخص لكل فعل ذهني، والفرق بين (التمثل) و(التمثيل): ان التمثل هو التصور، في حين ان التمثيل، هو التصوير والتشبيه، و(تمثل الشيء أي تصور مثاله أي تخيلاً حسيّاً. (صليبيبا، ١٩٨٥، ٣٤١).

عرف (هيدجر) (التمثل): بأنه حمل الشيء من حيث هو موضوع مائل هناك على المجيء امام الذات، بأرجاعه الى الذات التي تتمثله، فينعكس تفكيرها عليه في علاقته بها من حيث هي منطقة يصدر منها كل قياس (هيدجر، ٢٠٠٨، ١٩٨).

عرف (هيجل) التمثل بأنه تلك القدرة التي ترد الصور الحسية الى الوعي إذ تتجمع مقولات عامة وحيث تقوم فينا عن طريق الخيال، فالإنسان يدرك عملاً فنياً حين يقوم بتجميع اجزائه في داخله، إذ يفهم العلاقات المختلفة من هذه الأجزاء بإطار الوحدة التي يقوم بها التمثل (رمضان، ٢٠٠٦، ٤٣).

عرف (فوكو) (التمثل) بأنه الصورة المرافقة للشيء. (فوكو، ١٩٧١، ٦٦).

التمثلات البلاغية. إجرائياً:

هي حضور صورة الشيء وتجسيدها بوساطة استدعاء تصورات المتلقي وإدراكه الحسي في علاقات مترابطة ومختلفة بين الحضور والغياب، يقدمها التصميم بصياغة جديدة عبر مفردات وعناصر التكوين الشكلي.

الفصل الثاني

(الإطار النظري)

أولاً: المفهوم وبلاغته التعريفية (Representation's):

عند النظر إلى ما جاء به (ابن منظور) في تعريف التمثل في كتاب (لسان العرب) بأن التمثل من مثل الشيء، أي تصويره حتى كأنه ينظر إليه، وأتمثل أي أتصور، ومثلت له تمثيلاً إذا صورت له مثلاً بكتابة، أو غيرها، وتمثيل الشيء بالشيء، يعني التشبيه به. (ابن منظور م، ١٩٨٨، ٤٣٨). من هنا يتضح أن مفهوم التمثل: عملية تتضمن استحضار صورة موضوع غائب إلى الذهن، أي أن التمثلات عبارة عن مواقف توجه السلوك وتحدد عدداً من الاستجابات التي يتعين أن يصدرها الفرد كرد مباشر أو غير مباشر تجاه مثير داخلي أو خارجي. إن هذا ما يعطيها طابع المعنوي والدلالي للتمثل، وأن التمثل رهين بالسياق الاجتماعي والثقافي في فكر المستقبل الذي يصدر فيه، فالوسط السوسيوثقافي إذ يلعب دوراً أساسياً في ترسيخ بعض التمثلات كشواخص للحضور والغياب.

فالتمثلات الصورية توصف بأنها صيرورة نفسية وفكرية، اجتماعية وثقافية، ذات مظاهر وتعبيرات شكلية، تعكس منطق المعرفة التي تشكل بلاغة التعبير، وأشكال تدبيرها الإدراكي والذهني للواقع، بموضوعاته وتجلياته في الحياة اليومية. (بلحاح، ٢٠٠٧، ١٧). وأن التمثلات عالم مفاهيمي تمتزج فيه المعرفة العلمية بمعطيات المذاهب الفكرية والإتجاهات الاجتماعية، والأبعاد النفسية، والسيكولوجية التي تؤطر الفكر الإنساني وفقاً للأنساق البلاغية في التلقي وتطابقها مع الخزين العقلي، تلك الأنساق تدعم بوساطة الممارسات الاجتماعية التي يقوم بها الإنسان، بوصفها "تشاط ذهني يتميز بكونه متضمن لعملية إعادة إنتاج لخصائص موضوع معين الذي يتم حضوره على مستوى عيني" (ابن يعيش، ٢٠١٦، ٢٣١) وهنا نجد أن التمثلات البلاغية شكل من أشكال المعرفة العقلية، التطبيقية، التي تربط فاعل الفعل بموضوع الواقع المدرك، وعملية تجلي الإستدعاء الصوري للتجارب العقلية يشكل الإتساق الحسي المائل للعيان المشاهد في تشكيل الصورة، بوصف البلاغة فن، والفن يعني هنا الصنعة، والإبداع والإبتكار، القائم على التمثيل الشكلي، إذ أن نتاج هذه الصنعة أمر مدبر أي أنه لا يرجع إلى الطبيعة وخلقها، بل هو نتاج عقلانية المنهج الإنساني في تلقي تلك الصور وتعيينها ومطابقتها مع الأحداث والوقائع والذكريات.

وما جاء بها بأن التمثلات (حصول صورة الشيء في الذهن، وإدراك المضمون المشخص لكل فعل ذهني وتمثل الشيء تصور مثاله، أي تخيله تخيلاً حسيّاً واستيعاب المعلومات استيعاباً ينظمها في الحياة العقلية) (صليبيا، ١٩٨٢، ٧٤) وأنها (تحول ينطلق من المختلف إلى المماثل، ومن الآخر إلى الذات) (لaland، ٢٠٠١، ١٢١٠) فأن ذلك الأمر يمثل حلقة من التطابق الشكلي بجميع تفاصيل أجزائه مع صورة وشكل الأصل وهذا ما يمكن أن نصفه بـ (الحقيقة التي يستطيع الإنسان أن يعبر فيها عن الصورة الأعم لكل تجربة يمكن تصورها عبر وعيه المجرد التأملي) (شوبنهاور، ٢٠٠٦، ٥٥)، انها (ترتبط بالفرد أو بالمجموعات وتقع عند الحد المشترك للمادة والشخص، وللصورة والدلالة وبذلك تمنح اطاراً تحليلية قادرة على تكوين الحس المشترك والبعد المعرفي) (فيربول، ٢٠١١، ١٥٣) أي أن وجود علاقة بين ما هو حسي وواقعي يتطابق في دلالاته ومعانيه مع تمثل الصورة وحضور الموقف بين ما هو مجسد آني وما هو خزين سابق، وأن بلاغة التمثيل تأتي من (المعرفة التي تحصل ما بين الفكرة والتصور الذهني الذي يكونه الإدراك عن الأشياء، والأشياء ذاتها التي يستطيع العقل الإنساني أن يستخرجها أو يستدعيها من الأشياء بفعل تجريدي يبدأ مع الإدراك الحسي وبين مختلف الصورة المكونة في المخيلة) (زيادة، ٢٠١٧، ٢٩٨) والتمثل "في فن التصميم يمثل (وجود شيء ذو مغزى يمكن التعرف عليه من خلال حركة التفكير الإنعكاسية بشكل عام) (Dostal, 150, 2010)، بوصفها (رجوع الشيء إلى الذات التي تتمثله فينعكس تفكيرها عليه، في علاقته بها) (هيدجر، ٢٠٠٨، ١٩٨)، بوصفها (الصلة بين الذات والموضوع التي تمثل الكائن لذاته فلا حضور للموضوع إلا بوصفه تمثل الذات) (الشيخ، ٢٠٠٨، ٣٩٥). أي حضور مسبب لذلك التمثيل وهو صورة الشيء وتجسيده واقعياً.

مما تقدم يمكن أن نحدد مفهوم التمثلات وبلاغتها الصورية بحسب الآتي:

١- الصلة التي تتجلى بين الذات والموضوع التي بدورها تعكس أفكار الإنسان وعلاقته بالخرين المعرفي.

٢- تعبر عن حالة اللاوعي عند المتلقي لتكون ماثلة أمام الذهن عبر نقل الصورة المتخيلة إلى الواقع.

٣- التطابق بين صورة المائل وبين صورة الإدراك وصولاً للمعاني المطلوبة آنياً ، وبلاغتها لشكلية تكمن في تطابقها مع الموضوعات وتجسيدها الدلالي والتعبيري . وهكذا فإن التمثلات البلاغية تُعد عملية عقلية تستدعي عناصر أو مفردات أو أفكار من المتمثل الى المتمثل إليه في دائرة الصورة الذهنية لتعكسها في بنية الشيء وتظهر في استيعابنا للأشياء والظواهر والمفاهيم في صورة تصميمية تمنح المتلقي بعداً وظيفياً وأدائياً.

ثانياً: الصورة وبلاغتها في التصميم الكرافيكي:

إن كل صورة هي (ظاهرة مرئية وهي عنصر فعال في الفهم، والوظيفة التي تؤديها هي وظيفة المعادلات الموضوعية) (Friedman, 92,1989) . فهي رمز لحالة ذهنية، إذ أن الأساس لسلسلة الصور لا تكون العلاقة المنطقية للمكونات الداخلية التي تصفها أو الجمال النابع من صميم مظهرها المرئي، بل سلسلة من التعابير تنتج منطقياً عن الوصف الشكلي للصورة. إن هذا النوع من التمييز في إطار الصورة ومدرجاتها الشكلية لا يفضي إلى الأنساق المتشاكلة بل يفضي إلى علاقة كل من الشكل بمضمونه الإخباري، وإن "الشكل" هو نقيض للمضمون. في حين تعد "البنية" جزءاً أساسياً من المضمون (مونز، ١٩٨٦، ٢٢). ولهذا فإن الإطار الموضوعي للهيئة الفنية " الصورة " هو توثيق لسلسلة العلاقات التي تجمع بين المكونات الشكلية في هيأتها الإظهارية ضمن نسق إخباري بلاغي يحيلنا إلى مفهوم ذهني. وفي مقاربة لهذا الطرح نجد أن "ارنهايم" قد فرق بين الشكل Shape والهيئة Form التي تشير إلى الجوانب المكانية الخاصة بخصائص المظهر الخارجي للأشياء، ولكن لا يوجد نمط بصري يكون عبارة عن ذاته فقط، فلا بد من انه يمثل شيئاً ما وراء وجوده الفردي، وهذا يشبه القول بأن الهيئة ككل هي شكل لمحتوى ما.

إن الصورة هي تمثيل بصري وعلامة رمزية تدرك من خلالها الأشياء، بمعنى محاكاة الواقع ، إلا انه ليس الواقع نفسه، فهي تضعنا في ازدواجية إرسالية ترتبط بكيونة المعنى، فالوقائع في الأنساق الفنية جميعها تحتمل تجليين للمعنى، احدهما يتمثل مباشرة من

خلال الوجه المرئي للواقعة، أو من خلال ما تقدمه الواقعة في شكلها الظاهر والآخر مخفي بسبب الوقائع التي تمارس الانتقاء للوحدات الدلالية الممكنة (بنكراد، ١٩٩٦، ١٧)، فالصورة كإنتاج دلالي أو وظيفي إعلاني لا تستند الى التشابه المفترض بينها وبين الموضوع الذي تمثله، لان الصورة لا تقدم الوحدات الدلالية جميعها والتي تحيل عليها التجربة الواقعية، ما دامت العلامة الصورية "الايقونية" بصفة عامة لا تمتلك خصائص الانموذج الذي تمثله فهي تكفي بإعادة إنتاج بعض شروط الإدراك، ولا تنتقي سوى المحفزات التي تتيح (بناء بنية إدراكية تمتلك دلالة التجربة الواقعية نفسها والتي تحيلها الصورة "العلامة الأيقونية" (umberto, 176,1972)

إن الصورة الإعلانية من حيث المفهوم لا تكفي في تحديد المعطى الفني القائم على الانموذج الايقوني وإنما على معطى آخر (يتمثل باللون والشكل، وهذه التمثيلات تختلف معانيها باختلاف السياق والصياغة الشكلية التي ترد فيه) (Andrew, 80,2012) فضلا على دلالات المعطى الثقافي الخاصة وحضارات المجتمع، وهذا يحدد الإطار الدلالي لكل مجتمع على اختلاف محدداته كما هو الحال في رمزية الألوان.

وأن الصورة تعد وسيلة اتصال فـ(الوسيلة تكمن في الإستحواذ على مجمل التصورات العقلية والوجدانية التي تطبع الحديث عن قيمة الصورة كسطح تصويري خارج سياق تشكل الرؤية المثالية للتفسير (Parker, 224,1994) . وعلى الرغم من إنَّ فاعلية الحضور الأيقوني للنص الصوري، الذي يعد إعلاء من شأن الدلالة البصرية التي تقف وراء تحويلها إلى أنظمة من المقاربات النصية أو العكس. فإن كشف الرؤية المنهجية لآلية البناء النسقي بعد تشكله في بنية النص الإعلاني المعاصر، يعي للذات المتأمل الاستثناء لمعانية الهوية، وتعدد انشالات الوثيقة مع الحراك التأويلي، وانفتاح دلالة الإنسان على الانموذج الإعلاني بعده أبنية ذات ثبوتية دلالية، إن التفكير مستحيل من دون صور، ونقول كذلك إن الحياة المعاصرة لا يمكن تصورها من دون الصور، فالصورة موجودة في كل مكان، إنها لا تكف عن التوقف والحضور في كل لحظة من لحظات حياتنا. إننا نعيش بالفعل في "عصر الصورة " كما قال ابل جانسن في العام ١٩٢٦، ونعيش في حضارة الصورة ، كما قال الناقد الفرنسي " رولان" بعد ذلك، فالصورة لم تعد تساوي ألف كلمة كما

جاء في القول الصيني المأثور بل صارت بليون كلمة ، وربما أكثر. (عبد الحميد، ٢٠٠٥، ٧).

لقد أصبحت الصورة مرتبطة الآن بكل جوانب الحياة وتحتل مكانتها بين الفنون اذ الدور الرئيس الذي تؤديه في تشكيل وعي الإنسان المعاصر من خلال لغة الخطاب الذي تقدمه تلك اللغة التي تدرج تحت نسق الثقافة الإنسانية، واشتقت (مدرسة "براغ" ثلاث وظائف أساسية للغة، وهي التعبيرية التي توجه الحدث نحو مرسله، والتأثيرية التي تتوجه بالحدث نحو المستقبل، والاشاراية التي تحيل إلى المرجع) (مونسلو، ٢٠٠٧، ٢٠). وتشغل هذه الوظائف بطريقة تراتبية وتحدد الوظيفة المهيمنة الطبيعة الخاصة للحدث .

الفصل الثالث (إجراءات البحث)

١-منهج البحث: اتبع المنهج الوصفي لغرض التحليل.

٢-مجتمع البحث: تم اعتماد تصاميم إعلانية تم نشرها ضمن موقع (<https://pin.it>) التي تتميز بتوافقها مع موضوع التمثلات البلاغية لأنها تحمل صفات التعبير المباشر لبلاغة الموضوع ، وقد تضمن (١٠) إعلانات.

٣-عينة البحث: انتقاء عينة تمثل مجتمع البحث بواقع (٣) عينات عشوائية وبنسبة ٣٣،٣%.

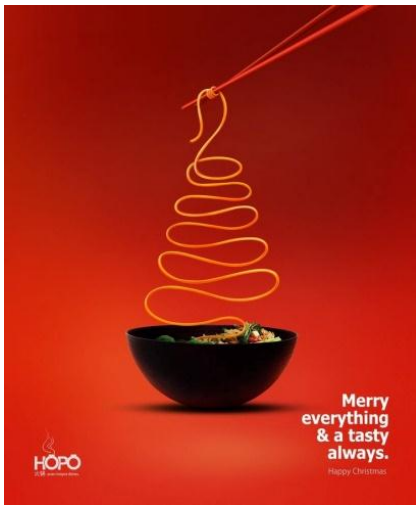
٤-أداة البحث: الاستناد إلى ما جاء به الإطار النظري من قاعدة علمية تأسيسية تمثل محاور التحليل للعينات المختارة.

٥-وصف وتحليل العينات:

أ-النموذج الاول:

الوصف العام:

مساحة إعلانية سورية باللون الأحمر المتردد وطبق بلون أسود من (النودلز) المعكرونة بالخضار الأكلة الشرقية (الآسيوية) ونص كتابي



يمثل عيد الميلاد (رأس السنة الميلادية) (Merry everything & a tasty always) والتي تعني (مرح وكل شيء ولذيذ دائماً) وتحتها عبارة (Happy Christmas) عيد ميلاد سعيد، وفي الزاوية المقابلة (HOPO) جهة المعلن.

مصدر الصورة: <https://pin.it/6ypvw4v>

المفهوم وبلاغته التعريفية:

ينحدر مفهوم الصورة عبر ما تقدمه من فكرة تتمثل أمام المتلقي لتكون موضوع ذو معنى يمكن أن يخلنا إلى المتمثلات الصورية، بوصفها صيرورة نفسية وفكرية، تنبع من محددات اجتماعية وثقافية ، لها مظاهر وتعبيرات شكلية، تعكس منطق المعرفة التي تشكلها بلاغة التعبير وصياغته التكوينية على وفق أشكال رتبط الإدراك والذهني بالواقع في الحياة اليومية، لأن صورة الطبق تتعالق في ذهن المتلقي على مستوى النشاط اليومي للطعام في دول الشرق ومنها الصين واليابان على وجه التحديد إذ نلاحظ أن امتداد البصر يندرج من الطبق إلى الأعلى يشكل تكويناً تمثلياً لشجرة الصنوبر التي يتخذها الغرب في مناسبات أعياد الميلاد وقد تم مسكها بعودتين من الخشب ثقافة شرقية عند الأكل، مع الأخذ بالأهمية العبارة وصياغتها الشكلية لتردد الموضوع كلمة كل شيء مرح ولذيذة دائماً ، بوصفها تأكيد يتناغم مع مورث اجتماعي وحضاري.

الصورة وبلاغتها في التصميم الكرافيكي:

إن بلاغة الصورة بوصفها وسيلة اتصال تكمن في الاستحواذ على مجمل التصورات العقلية والوجدانية التي تعامل معها المصمم ليقدم من واقعه الومي أحد أهم الممارسات الإنسانية ليصوغ قيمة الصورة كسطح تصويري ينبع من سياق تشكل الرؤية المثالية لدى أفراد المجتمع، وأن تلك المعالجة التمثيلية تحقق فعلاً إتصالياً عبر حركة وامتداد المعكرونة لتشكل تمثيل لشجرة الصنوبر كقيمة رمزية ودلالية للتعبير عن صفات التمثل الشكلي والصوري في الإعلان وما يتصل به في إدراك المتلقي، ورفدها بالعبارات التي

تحقق بلاغة عليا لتتطابق لدلالة والمعنى في تكوين مترابط بوصفه دعوة ن الطبق يقدم في أغلب المناسبات الدول الشرقية الآسيوية عموماً له من قبول لدى المجتمع.



أ- النموذج الثاني:

الوصف العام:

مساحة إعلانية باللون الأخضر الغامق مع وجود طبق متنوع من الأطعمة تم تصميمها على وفق تكوين شجرة عيد الميلاد مع تكوين الاطباق منفردة تشكل تمثيلاً مطابقاً لهيئة شجرة عيد الميلاد، فضلاً عن وجود تكوينات شكلية للزينة التي تستعمل في شجرة الصنوبر متناثرة ، مع وجود عبارات في وسط الإعلان (HOPE

YOUR CHRISTMAS IS FILLED WITH JOY AND LAUGHTER THIS YEAR) والتي تعني (أتمنى أن يكون عيد الميلاد الخاص بك مليئاً بالبهجة والسرور هذا العام) وعبارة المعلن (MUNCHERY-taste the flavors)(مونشيري تذوق النكهات) وعبارة (MERRY CHRISTMAS) عيد ميلاد سعيد.

مصدر الصورة: <https://pin.it/6cjgqqn>

المفهوم وبلاغته التعريفية:

إن بلاغة التمثيل الصوري تتبع من التمثيلات البلاغية بوصفها شكل من أشكال المعرفة الإدراكية دى المتلقي التي تمثل الجانب التطبيقية، على وفق ترابط فاعل لموضوع الحدث ضمن نطاق الواقع المدرك، وعملية تجلي الاستدعاء الصوري تشكل الاتساق الحسي المائل أمام عين المتلقي في تشكيل عناصر الصورة ، على إعتبار أن البلاغة فن ابداعي القائم على التمثيل الشكلي، إذ يمكن ربط مكونات عناصر الصورة في الموضوع على أن

يكون ترابط بين التمثيل الشكلي والصوري الكامن في علاقة الحدث بصناعة الإعلان دعائياً ، ونلاحظ أن الاشكال المتناثرة في أسفل صورة الإعلان تمثل المنطق الصوري البلاغي لتعزيز الوضوح وتعميق العلاقات التعريفية للترابط بين المناسبات وما يقدم من أطباق متنوعة تزيد البهجة والسرور وتعمق الروابط بين الافراد وهذا ما ورد في النص الكتابي لتكون البلاغة التمثيلية أكثر توافقاً (HOPE YOUR CHRISTMAS IS FILLED WITH JOY AND LAUGHTER THIS YEAR) ومعناها (أتمنى أن يكون عيد الميلاد الخاص بك مليئاً بالبهجة والسرور هذا العام).

الصورة وبلاغتها في التصميم الكرافيكي:

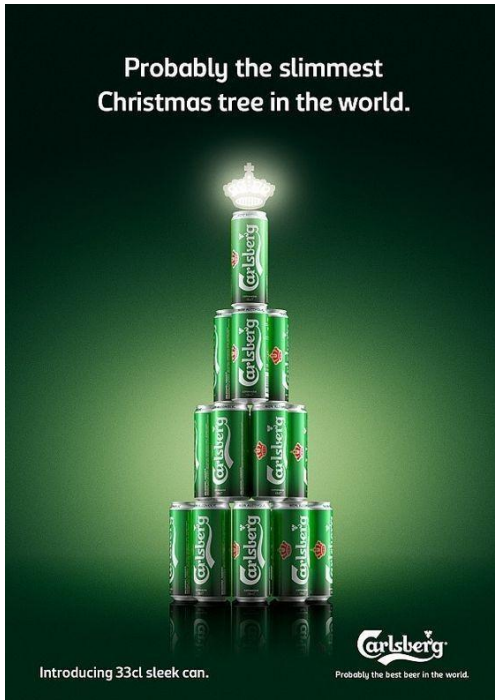
عند الاستعارة بالصورة في تمثيل بصري ذات بلاغة في التصميم الإعلاني الخاص بالمناسبات المحددة وما تمتلكه بلاغة العلامة الرمزية للتمثيل عبر محاكاة الواقع فهي تضع المتلقي فكراً أمام ازدواجية إرسالية ترتبط بكيونة المعنى ودلالة الحدث، فالوقائع في الأنساق الفنية للصورة البلاغية جميعها تحتل تجليين للمعنى، احدهما تمثل مباشرة عن طريق المظهر المرئي للواقعة، والثاني الجانب الإبداعي في صياغة التكوينات الشكلية وما يتصل بها من موضوع ، وأن كل صورة بصرية تمثل ظاهرة مرئية وهي عنصر فاعل في الفهم والقبول، وأن الوظيفة التي تؤديها هي وظيفة المعادلات الموضوعية التي تشكل

بلاغتها في التطابق بين المعنى والدلالة وتسعى فيها المفردات إلى المقاربات التمثيلية وهذا ما تحقق بفعل التمثيل الشكلي لهيئة الشجرة (الصنوبر).

أ-النموذج الثالث:

الوصف العام:

صورة باللون الأخضر اعلان عن منتج مشروب (البيرة) تم تصميم وبناء



صورة تمثل أربع تكوينات تراكيبية لعلبة البيرة العلبة المعدنية لتكوين شكل هرمي يحاكي شجرة عيد الميلاد ويعلوها شكل تاج مضيء يمثل علامة تجارية (Carlsberg) وعبارة (Probably the slimmest Christmas tree in the world) (ربما انحف شجرة عيد ميلاد في العالم) وعبارة (Probably the best beer in world) (ربما أفضل بيرة في العالم) وعبارة (Introducing 33cl sleek con.) (نقدم لكم علبة أنيقة بحجم ٣٣ مل)

مصدر الصورة: <https://pin.it/cQM7Zod>

المفهوم وبلاغته التعريفية:

ما يتمتع به هذا المنتج لدى الغرب من الاقبال والاستهلاك والتداول ، وجده المصمم ليشكل منه بلاغة صورية تتناسب مع الحدث ، إذ أن وجود علاقة تعبيرية بين الجانب الحسي والواقعي يتطابق في دلالاته ومعانيه مع تمثل الصورة وحضور الموقف كحدث عالمي (عيد الميلاد) وما يتصل به إدراك المتلقي عبر الخزين السابق وما يجسده التشكيل والتركيب الصوري ، وأن بلاغة التمثيل تأتي من عن طريق المعرفة التي تحصل ما بين الفكرة والتصور الذهني الذي يكونه الإدراك عن الأشياء المعروفة لدى المجتمع بوصف أن مشروب البيرة له صدى في تناوله بالمناسبات والاعياد كنوع من التقدير والراحة ، فضلاً عما نلاحظ تطابق وتقارب العبارتين (ربما انحف شجرة عيد ميلاد في العالم) و(ربما أفضل بيرة في العالم) وهي دعوة لتحقيق المقاربة وصولاً إلى بلاغة التعبير وما شكلته من صورة لشجرة عيد الميلاد.

الصورة وبلاغتها في التصميم الكرافيكي:

إن بلاغة الصورة الإعلانية تعبر عن المفهوم الذي لا تكتفي في تحديد المعطى الفني الإبداعي القائم على الانموذج الايقوني المتمثل بعلب (البيرة) كمعطى تمثيلي باللون والشكل، وهذه التمثيلات تختلف معانيها باختلاف السياق والصياغة الشكلية، كما يُعد

الإطار الموضوعي للهيئة الفنية الصورة وبلاغتها على وفق توثيق لمجموعة العلاقات التي تجمع بين المكونات الشكلية في هيأتها الاظهارية في نسق ترويجي اعلاني يأخذ المتلقي إلى مفهوم ذهني إدراكي ، لتقارب التكوين عبر ما يقدمه إذ أصبحت الصورة مرتبطة ارتباطاً جذرياً بكل جوانب الحياة وتحتل مكانتها بين تشكيل الوعي الإنسان المعاصر عبر لغة الخطاب التواصللي لبناء الأفكار الاعلانية.

الفصل الرابع (نتائج-استنتاجات-توصيات)

١-نتائج البحث:

أ-توجد علاقة بلاغية بين الصورة والاشكال كعناصر إعلانية تتدرج تحت تمثيل مطابق للبلاغة الخطابية والنسق البصري في النماذج جميعاً.

ب-ترتبط مقومات البلاغة للصورة الاعلانية على مدى مطابقتها مع التمثيل البصري المظهري لتوافق مع الحدث (أعياد الميلاد) التي توظف فيها المفردات والعناصر لإنتاج صورة بلاغية تطابق المفهوم في العينات جميعاً.

ج-تحقق البعد البلاغي للصورة في النماذج جميعاً على وفق مرجعيات اجتماعية للموروث الحضاري الشرقي في النموذجين (١، ٢) وجاء النموذج (٣) يعبر عن مرجعيات غربية على وجه الخصوص.

د-امتلك التمثلات التعريفية على انساق بصرية ترتبط بالمتلقي وحاجته الفعلية للنشاط اليومي كنمط للحياة اليومية في النماذج جميعاً.

هـ-تحققت بلاغة الصورة الفوتوغرافية في تعزيز الجانب البلاغي ايحائياً لتمثيل المناسبة وتعميق الصلة بين الحدث والمنتجات من الأطعمة الشعبية المتعارف عليها في شرق آسيا في النموذجين (١، ٢)، والمشروب في دول الغرب في النموذج (٣)

٢-الاستنتاجات:

أ-بلاغة الصورة تعتمد على مكوناتها المظهرية وهيئاتها الشكلية.

ب- بلاغة الصورة الاعلانية تجسها معاني التمثيل الشكلي مع تطابق الرؤى بين التصميم والمتلقي.

ج- بنية الصورة البلاغية تقدم الموضوع من حيث الدلالة والمعنى وتتسق معالمها عندما ترتبط بواقعة أو حدث معين.

د- الخطاب البصري الكرافيكي يعتمد على بلاغة الصورة في تقديم الموضوع كمضمون رسالة إلى المتلقي.

هـ- مستوى الفهم لدى متلقي يتطابق مع مفردات وعناصر التصميم التي تجسد محور الموضوع الإعلاني على وفق الاسهام في التفاعل الترويجي.

٣- التوصيات:

أ- الاهتمام المشترك بين بلاغة الصورة الاعلانية وبين موضوعات توظيف الحدث والمناسبة لرفع مستوى الأداء في تقديم المحتوى الإعلاني كرافيكياً.

ب- اعتماد مبدأ التطابق الشكلي لتحقيق بلاغة منسجمة مع توليفة العناصر في موضوعات الإعلان

ج- الاهتمام في بنية التكوين الشكلي التي تحيل المكونات إلى قوة تماسك عبر المعالجات اللونية التي تتصل بالحدث والواقعة والمناسبة كمستوى من القبول والفهم.

المصادر العربية:

١. ابن منظور، م. ب. (1988). لسان العرب، الطبعة الأولى، ج11، بيروت: دار

المصادر .

٢. ابن يعيش، م. (2015). مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، ط 1. المغرب : مطبعة تطوان.

٣. ابوالحسن، ا. ب. (1979). معجم مقاييس اللغة، المحقق عبد السلام محمد

هارون، ج 1. بيروت: دار الفكر للطباعة والنشر.

٤. التوحيدي، م. ع (1373). هـ. (مصباح الفقاهة. ايران: مكتبة الداوري للطباعة

والنشر.

٥. الشيخ م. (2008). نقد الحداثة في فكر هيدغر. بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر.
٦. الطباطبائي (1989). الميزان في تفسير القرآن، ج. 14 بيروت: دار المعارف للنشر والتوزيع.
٧. الغالي، أ. (1993). الطفل واللغة - تأطير نظري ومنهجي للتمثيلات الدلالية عند الطفل. بيروت: المركز الثقافي العربي.
٨. بلحاح، ع. أ. (2007). علم النفس من علوم الإنسان إلى العلوم المعرفية. تونس: مجلة فكر ونقد.
٩. بنكراد، س. (1996). النص السردي. المغرب: دار الامان للنشر والتوزيع.
١٠. رمضان، م. غ. (2006). جماليات الفنون وفلسفة التاريخ عند هيجل. دمشق: دار الفارابي للنشر والتوزيع.
١١. زيادة، م. (2017). الموسوعة الفلسفية العربية، م 1، ط 1. بيروت: معهد الانماء العربي.
١٢. شوبنهاور، أ. (2006). العالم ارادة وتمثلا، ت: سعيد توفيق، مراجعة: فاطمة مسعود، ط 1، مجلد 1، القاهرة: المشروع القومي للترجمة.
١٣. صليبيا، ج. (1982). المعجم الفلسفي. بيروت: دار الكتاب اللبناني.
١٤. صليبيا، ج. (1985). المعجم الفلسفي، ج. 1. ايران: منشورات ذوي القربى.
١٥. عبدالحميد، ش. (2005). عصر الصورة السلبية والايجابيات. عالم المعرفة. الكويت: المجلس الوطني للفنون والاداب.
١٦. عبدالنور، ج. (1979). المعجم الأدبي. بيروت: دار العلم للملايين.
١٧. فوكو، م. (1971). نظام الخطاب، ترجمة: د. محمد سيلا. باريس.
١٨. فيريول، ج. (2011). معجم المصطلحات علم الاجتماع، ت: انسام محمد الاسعد، مراجعة: بسام بركة، ط 1. بيروت: دار الهلال للطباعة والنشر والتوزيع.

١٩. لالاند، أ. (2001). موسوعة لالاند الفلسفية، تعريب: خليل أحمد خليل . بيروت : منشورات عويدات.
٢٠. مذكور، أ. (1983). المعجم الفلسفي، مجمع اللغة العربية . القاهرة : الهيئة العامة لشؤون المطابع الاميرية.
٢١. مريم، س. (2022). القرآن الكريم سورة مريم . النجف الاشرف : مطبعة العلوم الاسلامية.
٢٢. معروف، ل. (1995). المنجد في اللغة والأعلام، ، رقم الطبعة 21. بيروت : المطبعة الكاثوليكية.
٢٣. مونز، ب. (1986). حين ينكسر الغصن الذهبي - بنيوية ام طبولوجيا . ترجمة : صبار سعدون . مراجعة : جبرا ابراهيم جبرا . بغداد : دار الشؤون الثقافية العامة.
٢٤. مونسلو، أ. (2007). البنيوية والتفكيك - مداخل نقدية - مجموعه من الكتب . تر : حسام نايف ط . 1. الدوحة : ازمة النشر والتوزيع.
٢٥. هيدجر، م. (2008). الفن والحقيقة ، ترجمة علي الحبيب العزيوي، ط 1. بيروت : دار الفارابي.

المصادر الأجنبية:

26. Andrew, B. (2012). Graphic design Australian style manual mc graw. Australian: hill Australian pty.
27. Dostal, R. j. (2010). the Cambridge companion to GADAMER,. NEW YORK: UNIVERSITY PRESS, CAMBRIDGE,, D, T.

28. Friedman, J. B. (1989). *Creation in space , A course in the Fundamentals of Architecture*. Lowe : Kendall Hunt publishing company .
29. Parker, D. (1994). *The problem of Esthetie Form, in Melvin Ruder editor ,Admen Book of esthetics , Anthology*. New York: Holt Rinehart anWeston , Third Edition .
30. umberto, E. (1972). *la structure absente . Introduction a la recherché semiotique . paris: Mercurede france .*