

## أساليب تحقيق فنون الفوتوكولاج والفوتومونتاج في الملصق الإعلاني المعاصر لدي طلبة الفنون في مصر

### Achieving the methods of the photo collage and photomontage arts in contemporary advertising poster for art students in Egypt

م. د/ هاله أبو شادي

مدرس بقسم الجرافيك وفنون الاعلان، المعهد العالي للفنون التطبيقية، ٦ أكتوبر، مصر

**Dr. Hala Abu shady**

Lecturer at Graphic & Advertising Arts, Applied arts institute, 6 October, Egypt

[halaabushady@hotmail.com](mailto:halaabushady@hotmail.com)

#### ملخص البحث :

إن تدريس فنون الفوتوغرافيا بالكلية الفنية لابتكار الملصقات الإعلانية بشكل معاصر يحتاج إلى أفكار وأساليب مبتكرة تُسهّم في توسيع آفاق المتلقين وأيضاً المصممين المعاصرين بمصر، وذلك للوصول إلى حلول ناجحة في تصميم ملصق إعلاني مبتكر ويتمشى مع متطلبات العصر الحديث. فالتطور التقني الكبير للكاميرات وصغر حجمها وزيادة عدد الصور والتجارب التقنية اللانهائية التي لا تحتاج إلى معامل خاصة لإظهار النتائج أصبحت ثروة يمتلكها كل فرد عادي ولا يشعر بأهميتها سوى الفنان المصمم وطلبة الفنون. وعند إدماج المعالجات والأساليب الفنية المختلفة مع التفكير البصري الذي يجمع بين الأشكال البصرية واللفظية في الأفكار، يصبح العمل الفني وسيطاً للاتصال والفهم الأفضل لرؤية الرموز والدلالات التي يحتويها التصميم مما يجعله يصل إلى الهدف المرجو ومن ثم يجعله يتصل بالمتلقين المستهدفين.

ومن هنا تؤكد الباحثة على أهمية تدريس تقنيات فنون الفوتوكولاج والفوتومونتاج المختلفة في المناهج الدراسية، لإثراء الصور الذهنية لدي الطلاب من خلال إعادة صياغة الصورة الفوتوغرافية وإدخال التأثيرات والمعالجات التقنية يدوياً وتكنولوجياً، وإعادة ماهيتها وتحقيق فكرة الواقع الافتراضي أو البديل Virtual Reality ومن ثم ابتكار أفكار تصميمية إعلانية جديدة لا يُمكن تواجدها في الحقيقة المرئية، وعمل لغة حوار خاصة بين المصمم والمتلقي المستهدف بطرق إبداعية ومختلفة بشكل تقني معاصر.

#### الكلمات المفتاحية :

الفوتوكولاج – الفوتومونتاج – الواقع الافتراضي.

#### Abstract:

Teaching photography arts in art colleges to create advertising posters in a contemporary way, requires innovative ideas and methods that contribute to expanding contemporary ideas for designers and recipients in Egypt. And with the great technical development of cameras, their small size, the increase in the number of images, and the endless technical experiments without needing special laboratories to show results it has become a wealth owned by every ordinary individual, only designers, artists, and art students knowing its importance.

Therefore, the various technical processes and methods are combined with visual thinking that combines visual and verbal forms ideas, the artwork becomes a mediator of communication and a better understanding of seeing the symbols and connotations contained in the design, which makes it reach the desired goal then makes communication with the target recipients.

That's will reach successful solutions in designing that is in line with the requirements of the modern era. Hence, the researcher confirmed the importance of teaching various techniques of photo collage and photomontage in art colleges.

To enrich the students' mental images by reformulating the images, introducing technical effects, manually and technologically, to recreate the essence of the image and achieve the idea of virtual or alternative virtual reality, then creating new advertising design ideas that cannot be found in the real-life, creating a special dialogue language between the designer and the target recipient in creative and different ways in a contemporary technical way.

### Keywords:

photo collage – photomontage - virtual reality.

### المقدمة:

إن التصميمات الاعلانية المعاصرة تعتمد في بناءها التصميمي علي التطبيق والممارسة العملية لصياغة الأفكار الحديثة من خلال الخامات والصور والتفاعل بين المصمم وبين الممارسات الفنية المختلفة والتقنيات المعاصرة المتجددة يوماً بعد يوم، والتي تشكل الجانب المرئي المادي من عملية التصميم، ويتطلب هذا الجانب أفكار وأساليب خاصة لكل مصمم لتطويعها والاستفادة منها في أفكار وأساليب فنية مختلفة وفي مجالات متعددة.

"والفكرة هي أساس الإعلان الناجح فإذا استطاع فنان الإعلان أن يصيغ الفكرة الاعلانية في صورة مبتكرة وأن يربط بين العناصر الفنية والتصميمية بطريقة خلّاقة فإنه قد حقق النجاح لإعلانه علي مدي فترة زمنية طويلة، فالابتكار في شكل الصور الاعلانية والخروج بها عن المألوف والاقتراب من الشكل التعبيري لها أكثر من الواقعي، ذلك مع توظيفها في مكانها المناسب حسب موضوع الإعلان دون إحداث خلل في التكوين العام، لهو من أهم عوامل نجاح الإعلان وجعله مؤثراً علي المتلقي"<sup>(١)</sup> وتدرّس فنون الفوتوغرافيا بالكليات الفنية لابتكار الملصقات الاعلانية بشكل معاصر يحتاج إلي أفكار فوتوغرافية جديدة ومبتكرة تسهم في توسيع آفاق المتلقين وأيضاً المصممين المعاصرين بمصر، والفكرة هنا نعني بها الحوار العقلي الذي يتخذه المعلم كمحور أساسي يركز عليه في تدريس أساليب تحقيق فنون الميديا المعاصرة للوصول إلي حلول ناجحة في تصميم ملصق إعلاني مبتكر ويتمشى مع متطلبات العصر الحديث.

وقد تخطت مرئيات الفوتوغرافيا حد النقل الأمين للواقع، حيث أضاف إليه الفنانين العديد من التقنيات اليدوية والتجريبية المستحدثة يوماً بعد يوم، لذلك أصبح فناً بصرياً وجدانياً وتعبيرياً يخاطب الأحاسيس ويؤثر في وجدان المشاهدين. وفي هذا البحث يتم التأكيد علي أهمية تدريس طلبة كليات الفنون لأساليب وتقنيات فنون الفوتوكولاج والفوتومونتاج بشكل خاص في المناهج الدراسية، فيعمل علي إثراء الصور الذهنية لدي الطالب من خلال إعادة صياغة الصور الفوتوغرافية وإدخال بعض التأثيرات والمعالجات التقنية عليها يدوياً وتكنولوجياً وإعادة ماهيتها، وتحقيق فكرة إعلانية جديدة لا يمكن تواجدها في الحقيقة المرئية بصنع ما يسمى بالواقع الافتراضي أو البديل Virtual Reality، الذي يقوم بتعميق مفهوم القوانين الفنية للصورة الفوتوغرافية المعدلة تقنياً، فيُحدث لغة حوار خاصة بينه وبين المتلقين بطرق ابداعية مثيرة ومختلفة تصميمياً بشكل تقني معاصر يتمشى مع معطيات العصر الحديث المتطور يوماً بعد يوم.

### أهمية البحث:

1. الاستفادة من فنون الفوتوكولاج والفوتومونتاج لإثراء خيال مصممي الاعلان بمصر وعمل تصميمات وأفكار إعلانية مبتكرة تُثري خيال المتلقين وترفع من الذوق العام.
2. الاستفادة من البُعد الفلسفي باستخدام أسلوب تحقيق الواقع البديل أو الافتراضي في فن الفوتوغرافيا الذي يناسب مع أفكار الشباب في عصرنا الحديث.

**مشكلة البحث:**

1. كيفية تدريس فن الفوتومونتاج وفن الفوتوكولاج بالكليات الفنية بالقدر الذي يُمكن للمعلم تطبيقه بمقرر نظم الفوتوغرافيا لطلبة فن الجرافيك في مصر.
2. إيجاد أساليب في ابتكار أفكار وعلاقات تصميمية جديدة بالملصق الاعلاني مستوحاة من الواقع البديل من خلال التقنيات اليدوية والجرافيكية لفنون الفوتومونتاج والفوتوكولاج المختلفة.

**أهداف البحث:**

يُيجاد طرق تدريس لفنون الفوتوكولاج والفوتومونتاج والوصول الي تصميمات فنية مبتكرة ومعاصرة ودمجها مع تصميم الملصقات الاعلانية لدارسي فنون الجرافيك بمصر.

**فروض البحث:**

1. تفترض الباحثة تطبيق مقرر فنون الفوتومونتاج و الفوتوكولاج بالكليات الفنية بالقدر الذي يُمكن للمعلم توسيع آفاق الابتكار التصميمي لدي طلبة فن الجرافيك في مصر.
2. إيجاد أساليب ابتكارية وعلاقات تصميمية معاصرة بالملصق الاعلاني المصري مستوحاة من التقنيات اليدوية والجرافيكية لفنون الفوتومونتاج والفوتوكولاج المختلفة واللانهائية.

**الكلمات المفتاحية:****- الفوتوكولاج Photo collage:**

هي تقنية فنية استخدمها العديد من الفنانين الفوتوغرافيين العالميين، والتي يُمكن من خلالها أن يقوم الفنان بإضافة بعض الأجزاء أو العناصر بصورة معينة ووضعها بصورة أخرى، أو بتفريغ بعض أجزاء الصورة لوضعها بصورة أخرى يدوياً عن طريق قصها ولصقها لتعطي ملامس مختلفة علي سطح اللوحة أو طباعتها لتعطي نفس ملمس الصورة الفوتوغرافية اللامعة أو المطفية.

**- الفوتومونتاج Photomontage:**

هو فن يرجع تاريخه إلي ١٥٠ سنة قد تم استخدامه من قبل في تقنية الكولاج التي يتم من خلالها الرسم والحذف والإضافة لبعض الخامات المختلفة بعضها مع بعض، وكان ذلك خصوصاً في عمل الملصقات الإعلانية قديماً، والمونتاج أساساً هو استخدام الصور الفوتوغرافية السالبة والموجبة في إنتاج عمل فني جديد ويُستخدم هذا الأسلوب الآن بإعادة صياغة الصورة الفوتوغرافية وإدخال بعض التأثيرات والمعالجات التقنية الجرافيكية المختلفة داخل الكمبيوتر لإعادة ماهية الصورة، وتحقيق صورة جديدة لا يمكن تواجدها في الحقيقة المرئية.

**- الواقع الافتراضي Virtual Reality :**

وهو التمثيل شبه واقعي للأشياء والأجسام والأشخاص وبيئات تواجدها مضافاً إليها فكرة التفاعلية الدائمة، لتعطي للمتلقي الحياة النموذجية التي يُريد التواجد بها بكامل معطياتها كأنها أشياء حقيقية موجودة على أرض الواقع فينغمس في بيئة اصطناعية خيالية يُنشئها الفنان لتحقيق أهدافه الفنية وتنقل أفكاره إلي هذا العالم مستعيناً بخياله الخصب، وهو يُستخدم بشكل كبير في برامج الكمبيوتر والألعاب التكنولوجية وله استخدامات في شتى المجالات كالطب والهندسة والعلوم والعمارة والتربية والتعليم والفنون بكافة أشكالها.

**منهجية البحث:**

يعتمد البحث علي استخدام المنهج الوصفي والمنهج التطبيقي من خلال تطبيق عملي بتدريس فنون الفوتوكولاج والفوتومونتاج وتقنياتها المختلفة لطلبة البكالوريوس ( ١٨ : ٢٠ سنة ) بقسم الجرافيك وفنون الاعلان بالمعهد العالي للفنون التطبيقية بمدينة السادس من اكتوبر، ذلك لابتكار لوحات فنية ابداعية معاصرة تتناسب مع روح العصر والاستفادة منها في ابتكار تصميمات وأفكار اعلانية معاصره يُمكن للطلبة الاستفادة منها في مستقبلهم الوظيفي كمصممين محترفين.

**أولاً: التفكير البصري وتنمية التصميم الفني لدارسي الفنون :**

"هو عبارة عن مرحلة تفاعل داخلية تتضمن المزيد من التعامل مع التصور العقلي، وهو أكثر ارتباطاً مع بقية المراحل سواء حسياً أو انفعالياً، والتفكير البصري هو تفكير تمثيلي يسبق الوعي، وهو وحدة واحدة من الإدراك والتصور الذي يتطلب القدرة علي رؤية الأشكال البصرية علي أنها صور (رسوم - علامات - رموز)" (١)

نشأ هذا النمط من التفكير في مجال الفن عامة (الإعلان خاصة) فعندما ينظر المتلقي إلي التصميم فإنه يفكر تفكيراً بصرياً لفهم الرسالة المتضمنة في هذا العمل الفني، فإن التفكير البصري يجمع بين الأشكال البصرية واللفظية في الأفكار، بالإضافة إلي أنه وسيط للاتصال والفهم الأفضل لرؤية الرموز والدلالات التي يحتويها التصميم فيها مما يجعله يصل إلي الهدف المرجو ومن ثم يجعله يتصل بالمتلقين المستهدفين.

"أما المعرفة البصرية *Visual Literacy* فهي تشير إلي كل الأنشطة والعمليات العقلية المعرفية التي تبدأ من لحظة استقبال الإنسان للمثير حتي حدوث الاستجابة التي تتناسب مع هذا المثير وتمثل هذه العمليات في الإدراك والتذكر والتخيل والتحويل والتخزين والتفكير، بينما نجد أن مفهوم المعرفة البصرية يمكن أن يتعدى القدرة علي الإتصال ومشاركة المعلومات - بالاستناد إلي الخبرات الفردية - إلي كيفية فك شفرات الرموز البصرية بين أطراف العملية الاتصالية علي نطاق واسع يصل إلي العالمية" (٢)

"وقد عرف هيجل (\*) حالة الإبداع علي أنها: خروج النفس من عقالها في سديم لا تحده أرض ولا سماء، تتداخل فيه تفاعلات كيميائية خاصة بتلك النفس، حتي أنها لا تدري علي أي حال كانت ومن أي زمن أتت، هكذا لخص هيجل العملية الإبداعية أو حالة الإبداع لإدراك العقل الواعي حتي يمكن تخيلها، وإن كان هذا الخيال قد قرّب العقل الواعي إلي ما يحدث في حالة اللاوعي وحالة الإبداع، إلا أنه لم يستطيع أن يطابق ما ورد علي ما سوف يرد في كل حالة علي حدة، فكل تجربة لها ظروفها ولها تجلياتها" (٣)

**ثانياً: التصوير الرقمي واللغة البصرية**

التصوير الرقمي هو شكل من أشكال التصوير الضوئي تستخدم التكنولوجيا الرقمية لمعالجة الصور دون المعالجة الكيميائية، ولا يعتبر بديل عن التصوير الفيلمي حيث أنه تقنية مختلفة تماماً وله علم مستقل، ويمتاز التصوير الرقمي بالدقة العالية وسرعة العمل والتأكد من سلامة وجودة الصورة قبل الطبع، ومع ظهور كاميرات الديجيتال في السوق العالمية في بداية الألفية الجديدة انتقل فن الفوتوغرافيا إلي مرحلة فنية وتقنية جديد ومختلفة كلياً فقد استحوذت التقنية الرقمية علي الاهتمام الأكبر من الفوتوغرافيين والعامة علي السواء، فالتطور التقني الكبير لهذه الكاميرات وصغر حجمها وزيادة عدد الصور والتجارب التقنية اللانهائية التي لا تحتاج إلي معامل خاصة لإظهار النتائج أصبحت ثروة يمتلكها كل فرد لا يشعر بأهميتها سوي الفنان المصمم وطلبة الفنون المختلفة.

"واللغة البصرية في تاريخ الفنون التشكيلية تتأرجح ما *Visual Communication Language* بين المعاني الموصلة للمدرك الأدبي، وبين تصايف الشكل وتنويعاته الرياضية والهندسية والرمزية، وهنا الفنان يأخذ علي عاتقه تكوين مفهوم

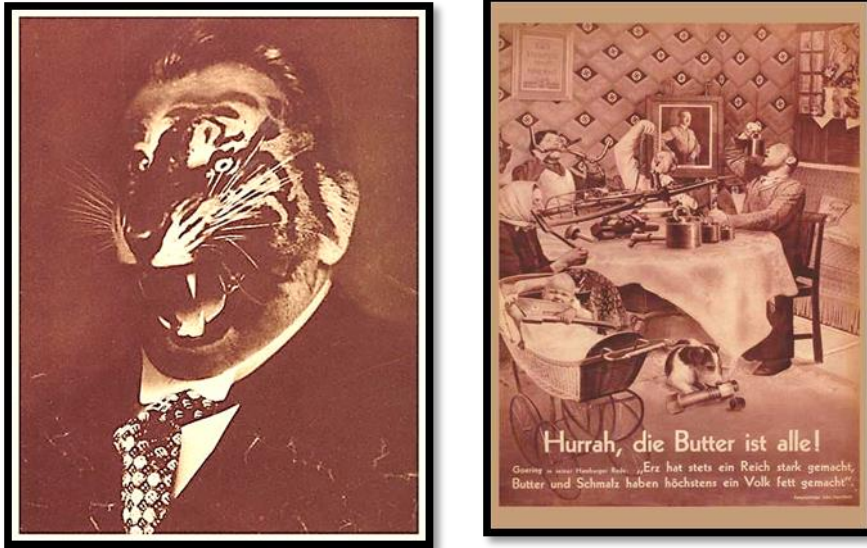
ثقافي وجمالي مدروس ومحصن بالخبرة المتراكمة وبالأحكام التي تتقني أثر التجربة وسط ما حدث في التاريخ وفي ذوق العصر والخبرة العالمية" (٤).

"وقد نمت الخبرة الفنية المعاصرة لدي الفوتوغرافيين في الرغبة في الاستفادة من تلك الصياغات والتقنيات الجديدة والمستحدثة، التي تحدثها تلك التحولات الهائلة في عالمنا مع التطور المتوقع لها، فانحازت في مجال بحثها الرقمي الأخير لتصوير هذا الفضاء الغامض الذي يقع ما بين الحقيقة والخيال، الواقعي والتصوري، المادي والمحمّل، ومن ناحية أخرى ابتعدت في رؤيتها عن التقاليد القديمة في تصوير التشابهات المكررة" (٥)، "ومع ظهور كاميرات التصوير الفوتوغرافي الرقمي في السوق العالمية في بداية الألفية الجديدة انتقل فن التصوير الفوتوغرافي إلي مرحلته الأخيرة والتي بدأ معها فصل جديد ومختلف من حيث الأفكار المطروحة فلقد استحوذت التقنية الرقمية علي الاهتمام الأكبر من الفوتوغرافيين والعامّة علي السواء، فالتطور التقني الكبير لهذه الكاميرات وصغر حجمها وزيادة عدد الصور التي لا تحتاج إلي معامل خاصة لإظهار النتائج وإنما وجود طباعة كومبيوتر منزلية أصبحت كافية" (٦).

### ثالثاً: تقنيات الفوتوغرافيا الحديثة و تطبيقاتها الفنية المختلفة:

#### - تقنية الفوتومونتاج Photomontage :

هو فن يرجع تاريخه إلي عشرينات القرن الماضي، تم استخدامه في العديد من وسائل الاعلان وبالكتب والجرائد، وكان لها عامل تأثيري سياسي قوي في طباعة المنشورات ضد الفاشية والنازية في ألمانيا القديمة.



شكل رقم ( ١ ) : ملصقات مناهضة للحرب من أعمال الفنان John Heartfield صنعت سنة ١٩٣٣ (٦)

وهي تقنية ابداعية كان يقوم الفنان بإعادة صياغة الصورة الفوتوغرافية قديماً بإدخال بعض التأثيرات والمعالجات التقنية المختلفة يدوياً ثم طباعتها، أو طباعة عدة صور علي نفس المساحة والخامة لتحقيق صورة جديدة لا يمكن تواجدها في الحقيقة المرئية، ويُستخدم هذا الأسلوب الآن جرافيكياً باستخدام العديد من المعالجات الرقمية عن طريق برامج الجرافيك المختلفة علي الكمبيوتر لإعادة ماهية الصورة بشكل أكثر قوة واثارة وفاعلية مع المشاهد.

#### - تقنية الفوتوكولاج photo collage :

وهي تقنية يدوية قد استخدمها العديد من الفنانين الفوتوغرافيين العالميين وهي تقنية يُمكن من خلالها حذف أو إضافة عناصر صورة معينة تم التقاطها ثم وضعها يدوياً بصورة أخرى مختلفة بشكل غريب وجذاب، ويُمكن إضافة بعض قصاصت الجرائد والمجلات أو الأشياء المادية المستخدمة في الحياة اليومية والأشياء الغير مألوفة للمشاهد.

وتظهر تقنية الفوتوكولاج في عدة أشكال تقنية قدمها وطبقها الفنانين في أعمالهم مثل:

1- أشكال وصور مفرغة بالابيض والاسود.

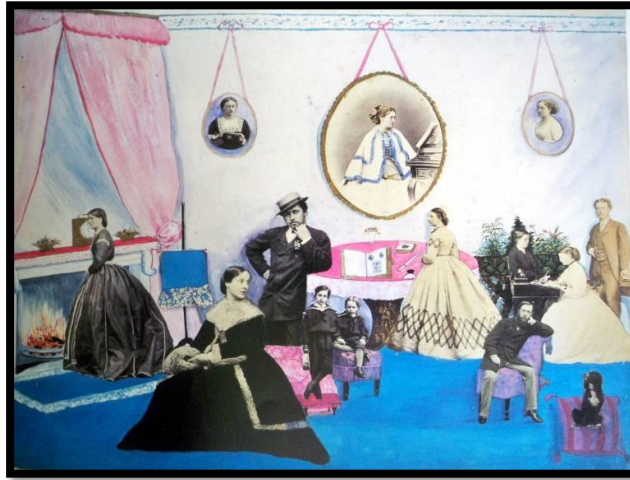
"وهي التي لا تظهر خلفيتها المصورة مما يزيد من التباين بينها وبين الأرضية، وقد أبدع الفنان لازلوموهولي ناجي بتلك

التقنية كروية جديدة لاعتقاده بأن عالم التصوير يخلق طرق جديدة كاملة لرؤية العالم الخارجي بصورة جديدة كلياً (١)



شكل رقم (٢): من أعمال الفنان Laszlo Moholy\* صنعت سنة ١٩٢٨ بها تقنية التفريغ بالصورة الفوتوغرافية. (١٧)

2- اعادة صياغة الصورة بالحذف والاضافة والتلوين.



شكل (٣): لوحة "Lady Filmer in her Drawing Room" صنعت ١٨٦٠ بتقنية الفوتوكولاج مع التلوين اليدوي (١٧)

3- إضافة بعض الكلمات أو الحروف والرموز علي الصورة سواء علي العناصر الأساسية بها أو بخلفيتها.

4- الرسم علي الصورة الفوتوغرافية باستخدام بعض الأحبار والصبغات اللونية.

5- إضافة قصاصت الجرائد والمجلات والأشياء المادية المستخدمة في الحياة اليومية والأشياء الغير مألوفة.

وبعد دراسة الأساسيات والقواعد الفنية التي تقوي وتعزز تلك العملية الإبداعية يلزم علي المصمم البدء في معرفة شخصيته

الفنية، وهي من أهم خطوات التفكير الإبداعي لتوليد أفكار إبداعية خاصة به، فالقدرة الجيدة علي التخيل والتفكير بطريقة

مغايرة تعمل علي إعادة تشبيك الأحداث وتحليلها بشكل جديد واكتشاف علاقات ومعانٍ جديدة، فإنه ولا بد أن يقوم الطالب

المصمم بالدراسة الكافية للأساليب والتقنيات المغايرة التي تُدعم أفكاره الإبداعية وتوصله إلي حالة من التشبع الفني فيقوم

بتوصيل رسالته الفنية بنجاح وبشكل جذاب إلي المتلقين.

وقد تم تدريس هذه التقنيات الفنية لطلبة قسم الجرافيك بالمعهد العالي للفنون التطبيقية بمرحلة البكالوريوس وتنفيذ أعمال فنية بتقنية الفوتوكولاج والفوتومنتاج ثم تطبيقها في الملصقات الاعلانية، وهذه بعض التطبيقات العملية للطلبة المتميزين التي تم دمج التفكير البصري بتقنيات الفوتوكولاج والفوتومنتاج بتصميم الملصق الاعلاني.

#### رابعاً: تدريس مستويات الأفكار التصميمية المستحدثة من خلال دمج الواقع الافتراضي بالتقنيات الفوتوغرافية المختلفة:

الواقع الافتراضي Virtual Reality: هو التمثيل شبه الواقعي للأشياء والأجسام والأشخاص وبيئات تواجدتها مضافاً إليه فكرة التفاعلية الدائمة، فتعطي المتلقي الحياة النموذجية التي يريد التواجد بها بكامل معطياتها كأنها أشياء حقيقية موجودة على أرض الواقع، وقد استخدم الفنانون هذا الأسلوب لإعادة صياغة الصورة الفوتوغرافية وبالتالي إعادة ماهيتها ذلك بإدخال بعض التأثيرات والمعالجات التقنية المختلفة بشكل فني مميز، ومن ثم تحقيق رؤية فنية جديدة لا يمكن تواجدها في الحقيقة المرئية وصنع ما يسمى بالواقع البديل أو الافتراضي ويُحدث لغة حوار خاصة بين الفنان وبين المتلقي والعمل الفني.

#### والواقع الافتراضي في الإعلان يحتوي علي جانبين مهمين ومتكاملين هما :

- ( الجانب الدلالي ) أي المعني الكامن في ثنايا الصورة ورموزها.

- ( الجانب الجمالي) أي ما تحمله الصورة من قيم فنية وجمالية .

"وكلا الجانبين يؤثران إلي حد كبير في إدراك الصورة الفوتوغرافية ومن ثم يؤثران علي اتجاهات و أفكار المتلقي، فثمة صور تظهر بدلالات واضحة ومباشرة، وثمة صور تحتاج للغوص في أعماقها لفهم معانيها فهما واعيا ، وثمة صور تتداخل فيها الدلالات مع المعاني والأشكال والمضامين، وتتميز الصور الفوتوغرافية علي النطق بالمعني فهي تحمل بين طياتها المعاني الدلالية حتي وإن كانت مباشرة". (١٢)

يمكن التفرقة بين الأفكار التصميمية المستحدثة وتدریس التقنيات المختلفة عن طريق تقسيمها إلي ثلاث مستويات: (١٤)

- **التحديث المستمر:** وهذا الذي يُحدث حداً أدنى من التأثير المعطل للأنماط والأفكار والأساليب والسلع الشائعة ومن أمثلته التعديل المستمر في المنتجات أو الخدمات أو الأفكار التصميمية الموجودة أو القائمة وليس إلغائها أو تقديم منتجات أو خدمات أو أفكار إعلانية جديدة تماماً، وذلك مثل التغيير في نماذج السيارات المعروفة، أو إضافة المنتول إلي السجائر، أو الفورمالين إلي معجون الأسنان، وغيرها من الأمثلة.

- **التحديث الديناميكي المستمر:** وهو الذي يُحدث تأثيراً أكبر من التحديث المستمر، علي الرغم من أنه لا يغيّر الأنماط الفكرية أو الإستهلاكية للمتلقي، وقد يتمثل في إنتاج أو تقديم منتجات جديدة، أو إجراء تعديلات واضحة في السلع والخدمات القائمة بالفعل.

- **التحديث الغير مستمر:** وهو ذلك التحديث الذي ينطوي علي تقديم أفكار إعلانية أو منتجات أو خدمات جديدة تماماً، مما يؤدي إلي إحداث تغيير كامل في آراء الأفراد والمتلقين أو سلوكهم نحو هذه السلعة".

وقد اعتمدت تلك التقنيات المثيرة للاهتمام علي تحقيق عامل الفجائية والغرابة والخروج عن المألوف للعمل الفني ، والتي تمثل أهم ما يعتمد عليه الإعلان الناجح اليوم قياساً بأفكار واهتمامات الشباب بالعصر الحديث والإحساس بعنصر الزمن المتسارع والتغيرات الفجائية المتلاحقة للأحداث العالمية، ذلك نتيجة استخدام الشباب للتكنولوجيا المتقدمة بشكل يومي ودائم، ولذلك كان لابد من الدمج بين الواقع الافتراضي والتقنيات المختلفة بالإعلان المعاصر لأهميته كأكثر الوسائل الإعلامية تأثيراً علي المتلقي وهو الأكثر استحقاقاً للدراسة والبحث.

## النماذج التطبيقية بالبحث:

## • النموذج الأول:



شكل رقم (٤)،(٥): نموذجين من أعمال الطالبة دميانه شحاته بمادة الفوتوغرافيا، طالبة بالفرقة الرابعة، قسم الجرافيك وفنون الاعلان

اهتمت الطالبة في العملين بالمزج بين الظواهر الطبيعية والتخيل البصري الابتكاري، فقد قامت في اللوحة الأولى بالمزج بين العنصر الحيواني المتمثل برأس الجمل بالعنصر الجمادي المتمثل بالجبل الصخري بالحذف والاضافة وتركيب العناصر يدوياً بتقنية الفوتوكولاج بطريقة تثير انتباه المتلقي لغرابتها، وباللوحة الثانية قامت الطالبة بإعادة ماهية الصورة وتغيير الرؤية البصرية للمنظر الطبيعي بتقنية الفوتومونتاج والمعالجات الجرافيكية لأسس وعناصر أكثر تبايناً وقوة.

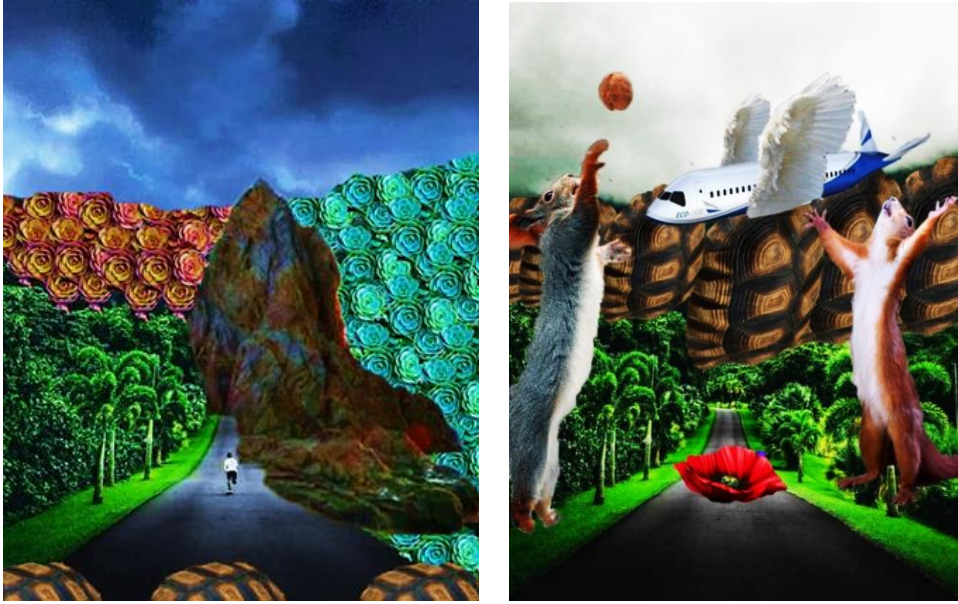


شكل رقم (٦): ملصق إعلاني تجاري من تصميم الطالبة دميانه شحاته، بتقنية الفوتوكولاج.

قامت الطالبة بتطبيق دراستها لتقنية الفوتوكولاج بتصميم ملصق تجاري لمنتج "بسكويت فريسكا"، حيث قامت بدمج فكرتها الاعلانية بالمعالجات التقنية اليدوية من حذف وإضافة وتراكيب ابتكارية بشكل خيالي مثير للدهشة، وهو ما يؤكد علي الكلمة الاعلانية للحملة "إندهس"، ثم قامت بإضافة بعض المعالجات الجرافيكية لتكملة التصميم الاعلاني بشكل جيد.



## • النموذج الثاني:



شكل رقم (٧)،(٨): نموذجين من أعمال الطالبة سيلفيا عماد، بمادة الفوتوغرافيا، طالبة بالفرقة الرابعة، قسم الجرافيك وفنون الاعلان

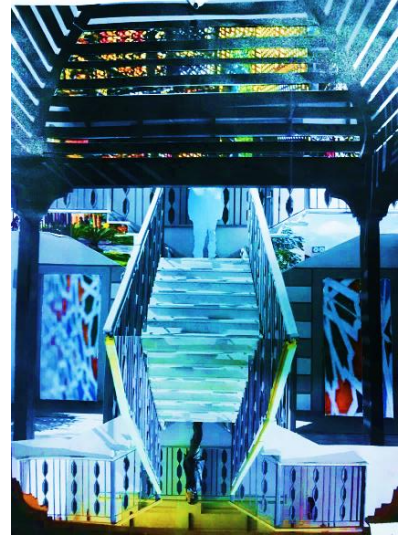
اهتمت الطالبة في أعمالها الفنية بتراكب العناصر بطريقة ايقاعية متباينة في الألوان والاتزان والحركة، تظهر باللوحة الأولى تقنية فوتومونتاج بتراكيب جرافيكية تمزج بين العناصر الحية بالصامتة والثابتة بالمتحركة لعمل واقع افتراضي جديد تبعاً لرؤيتها الشخصية، واستخدمت باللوحة الثانية تقنية فوتوكولاج بتكرار ايقاعي مميز وتراكيب مبتكرة للعناصر.



شكل رقم (٩): ملصق اعلاني تجاري من تصميم الطالبة سيلفيا عماد، بتقنية فوتومونتاج

قامت الطالبة بتطبيق تقنية فوتومونتاج في تصميم ملصق تجاري لمنتج "كريم للاستحمام"، حيث قامت بالمزج بين العناصر الطبيعية جرافيكياً بطريقة دقيقة لتصبح كأنها جزء من الواقع بشكل ايقاعي ومتباين في الألوان والاتزان والحركة، لتؤكد علي فكرة أن رفاهية الانسان يكون من خلال مزج احتياجاته الشخصية مع الطبيعة من حوله.

## ● النموذج الثالث:



شكل رقم (١٠)،(١١): نموذجين من أعمال الطالبة ماهينور ماجد، بمادة الفوتوغرافيا، الفرقة الرابعة، قسم الجرافيك وفنون الاعلان

اهتمت الطالبة بتقنية السالب والموجب في التكوين التصميمي باللوحات والتأكيد علي التباين الخطي واللوني والملمسي بين المساحات والخطوط والتراكيب الهندسية، حيث استخدمت في اللوحة الأولى تقنية الفوتوكولاج بتفريغ الخطوط الرئيسية بالعناصر وإحداث شفافية لونية وملمسية بظهور صور أخرى بالخلفية فيحقق التنظيم الإيقاعي ومعالجة الفراغ، واستخدمت باللوحة الثانية تقنية الفوتومونتاج بإضافة خطوط ومساحات متباينة لونياً وإيقاعياً مع الخلفية الأبيض والأسود.



شكل رقم (١٢): عمل الطالبة: ملصق اعلاني تجاري من تصميم الطالبة ماهينور ماجد، بتقنيتي الفوتوكولاج والفوتومونتاج.

قامت الطالبة بعمل ملصق يُعلن عن منتج "La Hacienda" السياحي بمرينا، مزجت في تصميمها تقنيتي الفوتوكولاج والفوتومونتاج بالحذف والإضافة والتراكيب الهندسية للعناصر يدوياً ثم جرافيكياً تنظّمها وتفصلها، تكررّها وتربطها، تماثلها وتعكسها، دلالة على إثراء فكرة العمق والنقاء والشفافية بشكل يجذب الفئة المستهدفة ويتفاعل مع الاعلان.

## • النموذج الرابع:



شكل رقم (١٣)، (١٤): : نموذجين من أعمال الطالبة جهاد علي، بمادة الفوتوغرافيا، الفرقة الرابعة، قسم الجرافيك وفنون الاعلان

اهتمت الطالبة في تقديم أعمالها بأسلوب تراكبي سيرالي، حيث استخدمت الطالبة في عملها الأول تقنية الفوتوكولاج بإضافة قصاصات من المجلات والجرائد التي تهتم بها شخصياً، مع إضافة بعض الكلمات أو الحروف والرموز علي اللوحة تبعاً لرؤيتها الشخصية بشكل فني مميز، وقامت بالتراكب اللوني والضوئي للوحة الثانية من خلال استخدام تقنية الفوتومونتاج عن طريق تصوير عدة صور فوتوغرافية ثم دمجها ببعض بأسلوب سيرالي يثري عملها الفني.



شكل رقم (١٥): ملصق اعلاني تجاري من تصميم الطالبة جهاد علي، تقنية الفوتومونتاج.

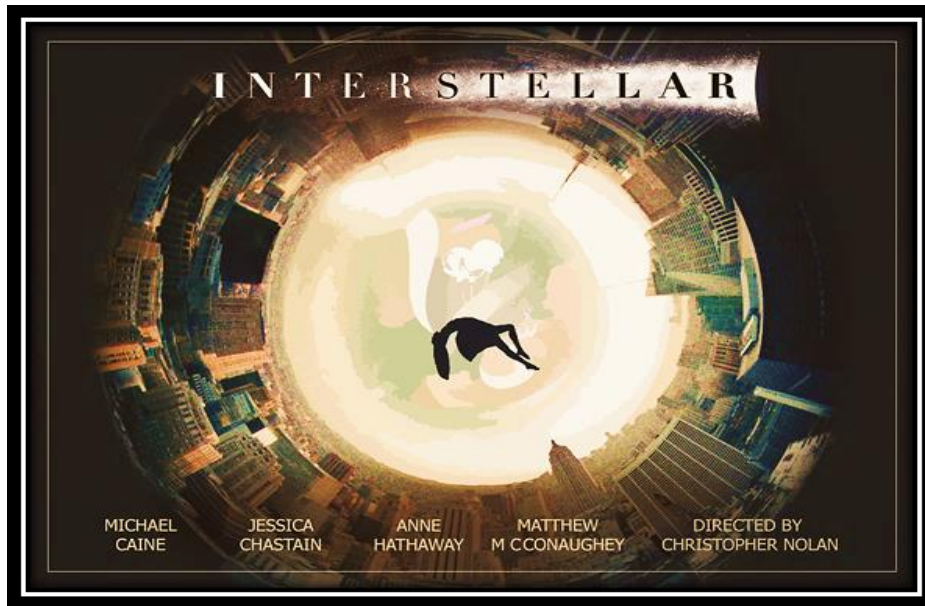
قامت الطالبة بتطبيق دراستها لتقنية الفوتومونتاج بعمل ملصق إعلاني معاصر يُعلن عن "برنامج تسجيلي علي قناة ناشونال جيوغرافيك"، حيث مزجت في تصميمها بين الفوتوغرافيا والرسم بالضوء من خلال الكاميرا وبين المعالجات الجرافيكية علي برامج الكمبيوتر بشكل يثري الفكرة الإعلانية ويجذب المشاهدين التفاعل مع الاعلان.

## ● النموذج الخامس:



شكل رقم (١٦)، (١٧): نموذجين من أعمال الطالبة دعاء علي، بمادة الفوتوغرافيا، الفرقة الرابعة، قسم الجرافيك وفنون الاعلان

أهتمت الطالبة بدمج رسوماتها الجرافيكية والكرتونية مع أعمالها الفنية لخلق واقع افتراضي خاص بلوحاتها، فقد قدمت لوحتها الأولى بتقنية الفوتوكولاج برسم شخصية كرتونية بالأحبار علي الصورة الفوتوغرافية بشكل مُتقن ومتجانس، واستخدمت باللوحه الثانية تقنية الفوتومونتاج بالدمج بين رسوماتها الجرافيكية مع بعض المعالجات الرقمية علي الصورة كالتيابن والإضاءة ودرجة التشبع اللوني والحدة والظل والنور.



شكل رقم (١٨): ملصق سينمائي من تصميم الطالبة دعاء علي، بتقنية الفوتومونتاج.

قامت الطالبة بإعادة تصميم ملصق سينمائي لفيلم أمريكي بالدمج بين الرسم الجرافيكي والمعالجات الرقمية علي الفوتوغرافيا بتقنية الفوتومونتاج، لعمل واقع افتراضي بأفيس الفيلم يتفاعل مع الجمهور ويجذبه لمشاهدة الفيلم مؤكداً علي فكرة الفيلم وطابعه الخيالي والإيحاء بأحداثه ومضمونه بشكل ثري.

## • النموذج السادس:



شكل رقم (١٩)،(٢٠): نموذجين من أعمال الطالبة نرمين عثمان، بمادة الفوتوغرافيا، الفرقة الرابعة، قسم الجرافيك وفنون الاعلان

تهتم الطالبة بعمل العديد من التجارب التقنية علي الفوتوغرافيا الأبيض والأسود، بالعمل الأول قامت بإدخال فن طي الورق وفن الأورجامي من خلال تقنية الفوتوكولاج والمزج بينه وبين فن البورتريه الابيض والاسود، وأدخلت بالعمل الثاني تقنية المرآة mirror technique من خلال تقنية الفوتومونتاج لتُدعم فكرتها الإبداعية كتصميم ومضمون.



شكل رقم (٢١): ملصق تجاري من تصميم الطالبة نرمين عثمان، بتقنية الفوتومونتاج

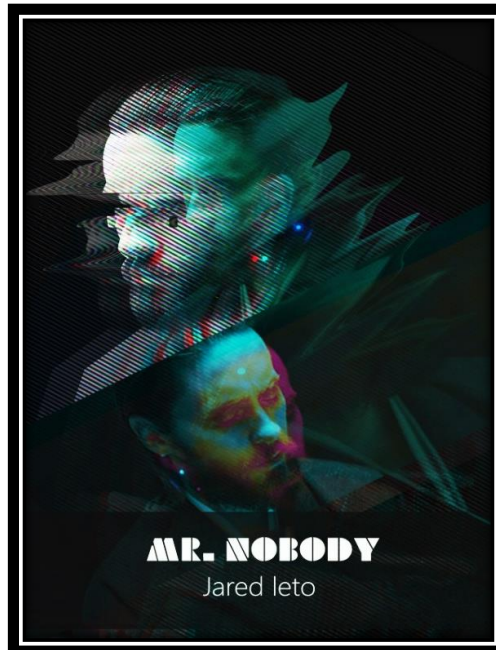
قامت الطالبة بتصميم ملصق تجاري بالأبيض والأسود "الكريم لوريال لازالة التجاعيد"، استخدمت به تقنية المرآة لعمل انعكاسات ملمسية متميزة بإيقاع غير سيمتري، عن طريق دمج الصور وانعكاساتها بنفس اللوحة لخلق واقع افتراضي مثير يستهدف المتلقين ويساعده علي التخيل والتفكير بطريقة مغايرة وإمكانية كشف معانٍ جديدة من خلال استخدام المنتج.

## • النموذج السابع:



شكل رقم (٢٢)،(٢٣): نموذجين من أعمال الطالبة ريم اللبان، بمادة الفوتوغرافيا، الفرقة الرابعة، قسم الجرافيك وفنون الاعلان

إهتمت الطالبة بالتأثيرات البالية علي اللوحات والصور الأبيض والأسود القديمة واستخدامها بشكل معاصر، حيث قامت في اللوحة الاولي بالدمج بين الرسم والفوتوغرافيا من خلال استخدام تقنية الفوتوكولاج ثم إدخال اللوحة علي الكمبيوتر ومعالجتها جرافيكياً لدمج تقنية الفوتومونتاج بها لإثراء عملها الفني، وباللوحة الثانية استخدمت تقنية الفوتومونتاج علي الفوتوغرافيا بالتكسير في محاور الصورة وإعادة صياغتها ووضعها بشكل متغير لونياً لإحداث التأثير القديم علي اللوحة.



شكل رقم (٢٤): ملصق سينمائي من تصميم الطالبة: ريم أحمد اللبان، بتقنية الفوتومونتاج

قامت الطالبة بتصميم ملصق سينمائي لفيلم أمريكي خيال علمي تقنية الفوتومونتاج ذلك بإضافة بعض المعالجات الجرافيكية والخطوط والألوان المتداخلة مع الابيض والاسود لتوحي بالقدم والتشتت الذهني لأبطال الفيلم، حيث يؤكد هذا الأسلوب علي الفكرة الأساسية للفيلم والإيحاء بأحداثه بشكل مثير للفئة المستهدفة ليتفاعل مع الاعلان ومع أحداث الفيلم.

**النتائج:**

1. الوصول إلي بعض التصميمات الفنية والإعلانية الفريدة المقترنة بتقنيات الفوتومونتاج والفوتوكولاج ودمجها بالأساليب الفنية الخاصة لكل طالب.
2. إن نجاح الملصقات الإعلانية بشكل ابداعي في عصرنا الحالي يعتمد في البناء التصميمي علي الدمج الجيد بين الواقع الافتراضي والرسالة الاعلانية.
3. الوصول لأفضل النتائج الممكنة والمتاحة باستخدام التقنيات الفوتوغرافية المختلفة بالتفاعل مع الفكرة الاعلانية بشكل جيد ومستحدث.
4. أن دمج الواقع الافتراضي في البناء التصميمي للاعلان يؤدي الي التفاعل الجيد بين المتلفين والرسالة الاعلانية.

**التوصيات:**

1. علي معلمي الفنون في مصر أن يدعموا المصممين الجدد من طلبة مرحلة بكالوريوس في معرفة التقنيات والأساليب الفنية المعاصرة لإبتكار أسساً تصميمية بنائية جديدة تتناسب مع الفكر المصري المعاصر.
2. إشباع حاجات المتلقين من الفئات المستهدفة جمالياً ونفعياً، نفسياً وذهنياً، خيالياً ومادياً من خلال إبتكار أفكار إعلانية مستحدثة وجذابة.
3. علي طلبة الفنون الاهتمام بالتقنيات الفنية الحديثة التي تُدعم أفكاره الإبداعية وتطبيقها في المجالات المختلفة.

**المراجع:****- المراجع العربي :**

1. سمير محمد حسين. الإعلام والاتصال الجماهيري والرأي العام. ط٣. مصر: عالم الكتب. ١٩٩٦. ص: ١٧٩
- 1- samir muhamad husaynin. al'iiealam wal'iitisal aljamahiri walraay aleama. ta3. masri: ealam alkatub. 1996. si: 179
2. فاروق وهبة: (حوارات في لغة الشكل)، سلسلة آفاق الفن التشكيلي ٢٣، القاهرة: الهيئة العامة لقصور الثقافة، ط١، ٢٠٠٧
- 2- faruq wahabat: (hwarat fi lughat alshakli), silsilat afaq alfani altashkili 23, alqahiratu: alhayyat aleamat liqusur althaqafati, ta1, 2007

**- المراجع الأجنبية :**

- 1- Allyn Salomon: (Advertising Photography), first published in Great Briton, by Thames & Hudson, 1987
- 2- Douglas Davis :( Photography as Fine Art), Thomas& Hudson, 1982-1983 by Shuesh a publishing co. ltd, Tokyo
- 3- Vasco Ascolini :( Antologica), Palace of arts, Cairo, 2004

**- رسائل الماجستير والدكتوراة:**

1. رشا إبراهيم محمد أمين: (استراتيجية جديدة لتفعيل دور الاعلان من خلال الصيغ الرمزية البلاغية التشكيلية)، رسالة دكتوراة، قسم الاعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ٢٠١٠
1. rasha 'iibrahim muhamad 'amin: astiratijiat jadidat litafeil dawr alaeilan min khilal alsiyagh alramziat albalaghiat altashkiliati, risalat dukturat, qism alaeilani, kuliyyat alfunun altatbiqiyati, jamieat hulwan, 2010

2. ريم فؤاد السويفي: (توظيف الكمبيوتر في التعامل مع تقنيات الكولاج كعامل أساسي في تصميم الإعلان) رسالة ماجستير، قسم التصميمات الزخرفية، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.

2. rim fuad alsuwifi: ( tawzif alkumbiutir fi altaeamul mae taqniaat alkulaj kaeamil 'asasiin fi tasmim al'iieelan ) rashalat majtir, qism altasmimat alzukhrufiati, kuliyyat altarbiat alfaniyati, jamieat hulwan.

3. داليا أحمد سالم رضوان: (المعرفة البصرية ودورها في فاعلية الاتصال الإعلاني لمحدودي الثقافة في مصر) رسالة ماجستير، قسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ٢٠٠٥

3. dalya 'ahmad salim ridwan: (almaerifat albasariat wadawruha fi faeiliat alaitisal al'iiealani limahdudi althaqafat fi misr) risalat majistir, qism al'iiealani, kuliyyat alfunun altatbiqiyati, jamieat hulwan, 2005

4. شادي السيد النشوقاتي: (توظيف فنون الميديا في تدعيم الفكر الابداعي للفنان للتعبير عن الهوية الثقافية للمجتمع المصري المعاصر) رسالة دكتوراة، قسم التصوير، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، ٢٠٠٧

4. shadi alsayid alnashuqati: (tawzif funun almidia fi tadeim alfikr alabdaeii lilmfanaan liltaebir ean alhuat althaqafiat lilmujtamae almisrii almueasiri) risalat dukturat , qasw altaswir , kuliyyat altarbiat alfaniyat ,jamieat hulwan ,2007

#### - الكتب المترجمة :

1. فرنسيس دواير، ديفيد مايك: (الثقافة البصرية والتعلم البصري) ترجمة: نبيل جاد عزمي، كلية التربية، جامعة حلوان، مكتبة بيروت، ٢٠٠٧، ص: ١٤٣

1. fransis dwayir, difid mayk: (althaqafat albasariat waltaealum albasariu) tarjamata: nabil jad eazmi, kuliyyat altarbiati, jamieat hulwan, maktabat bayrut, 2007, s: 143

#### - المواقع الالكترونية:

1. [www.brugham.com](http://www.brugham.com)

2. <https://heartfieldexhibitions.com/collections/famous-political-art-posters/products/famous-political-weimar-republic-poster>

3. [en.wikipedia.org/wiki/L%C3%A1szl%C3%B3\\_Moholy-Nagy](http://en.wikipedia.org/wiki/L%C3%A1szl%C3%B3_Moholy-Nagy)

(<sup>1</sup>) Allyn Salomon: ( Advertising Photography ), first published in Great Briton, by Thames & Hudson , 1987 , p:10

(١) فرنسيس دواير، ديفيد مايك: (الثقافة البصرية والتعلم البصري) ترجمة: نبيل جاد عزمي، كلية التربية، جامعة حلوان، مكتبة بيروت، ٢٠٠٧، ص: ١٤٣

(٢) داليا أحمد سالم رضوان: (المعرفة البصرية ودورها في فاعلية الاتصال الإعلاني لمحدودي الثقافة في مصر) رسالة ماجستير، قسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ٢٠٠٥، ص: ٢٣-٢٢. بتصرف

(\* ) هيجل George Wilhelm Hegel ١٧٧٠ - ١٨٣١: فيلسوف ألماني، أحد أهم مؤسسي حركة الفلسفة المثالية الألمانية في أوائل القرن ١٩، من أهم مشاريع الفلسفة تناقضات "الفكرة المطلقة - المعرفة المطلقة" وميّز بين ثلاث مفاهيم رئيسية "الحقيقة، الوجود، الوجود الفعلي"، ولم تُنشر مؤلفاته إلا بعد موته..

(٣) فاروق وهبة: (حوارات في لغة الشكل)، سلسلة آفاق الفن التشكيلي ٢٣، القاهرة: الهيئة العامة لقصور الثقافة، ط١، ٢٠٠٧، ص: ٢٨

(<sup>1</sup>) Vasco Ascolini : ( Antologica), Palace of arts ,Cairo, 2004 ,p.8

(<sup>2</sup>) شادي السيد النشوقاتي: (توظيف فنون الميديا في تدعيم الفكر الابداعي للفنان للتعبير عن الهوية الثقافية للمجتمع المصري المعاصر) رسالة دكتوراة، قسم التصوير، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، ٢٠٠٧، ص: ٩٣

(<sup>3</sup>) [www.brugham.com](http://www.brugham.com)

<sup>٨</sup> جون هارتفيلد: هو فنان الماني (1891-1968) استخدم فيه كسلاح سياسي بشكل مثالي لمهاجمة أي حزب سياسي ظالم وتساعد أعماله الفنية كالبوسترات واغلفة الكتب والتنسيقات المسرحية للترويج علي افكاره للفنية والفنانين بنزاهة وشجاعة.



<https://heartfieldexhibitionshop.com/collections/famous-political-art-posters/products/famous-political-weimar-republic-poster>

بتصرف en.wikipedia.org/wiki/L%C3%A1szl%C3%B3\_Moholy-Nagy (١)

(<sup>١</sup>) Douglas Davis: Douglas<sup>١</sup>Davis :( Photography As Fine Art ), Thomas&Hudson, 1982-1983 by Shuesh a publishing co. ltd , Tokyo p.104

\* لازلو ناجي موهولي: ولد في شيكاغو ١٨٩٥، يعتبر في التاريخ واحدا من أهم المعلمين والمنظرين للفن والتصوير الفوتوغرافي من عمله في مدرسة الباوهاوس الألمانية.

(<sup>٣</sup>) رشا إبراهيم محمد أمين: استراتيجية جديدة لتفعيل دور الاعلان من خلال الصيغ الرمزية البلاغية التشكيلية، رسالة دكتوراة، قسم الاعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ٢٠١٠، ص: ١٤٣

(<sup>٤</sup>) اسمير محمد حسين. الإعلام والاتصال الجماهيري والرأي العام. ط٣. مصر: عالم الكتب. ١٩٩٦. ص: ١٧٩