

الرؤى الفنية المُتجددة للترويج لمجال صناعة الأزياء في التصوير الجداري المعاصر RENEWABLE VISIONS PROMOTING FASHION INDUSTRY IN CONTEMPORARY MURAL PAINTING

رشا أحمد نبيل محمد

قسم التصوير - شعبة التصوير الجداري- كلية الفنون الجميلة- جامعة حلوان -مصر

Rasha Ahmed Nabil Mohmed

Painting Department- Mural Painting Department- Faculty of Fine Arts - Helwan University- Egypt

rashanabil30@hotmail.com

المُلخص

هناك علاقة وثيقة ودائمة التطور بين التصوير الجداري وبين صناعة الموضة، فقد حاولت الأخيرة الاستفادة من النجاح والانتشار والقبول الذي يحظى به التصوير الجداري المعاصر. وقد تعاونت الكثير من دور الأزياء العالمية الشهيرة، مع العديد من الفنانين، اللذين حظيت أعمالهم بتجاوب واسع النطاق من قبل الجماهير. وقد مثلت تلك الجداريات نوعاً من الإبهار والدعاية للعلامات التجارية المرموقة، والتداخل والتعاون بين مختلف أنواع الفنون. وقد تم تنفيذ أعمال جدارية صرحية على مساحات شاسعة، ويتقنيات مختلفة بالأسلوب الخاص والمميز لكل فنان، ممن تلقى أعمالهم شهرة واسعة في الأوساط التشكيلية العالمية. وفي أوروبا والولايات المتحدة تنتشر تلك الجداريات وتحظى بشعبية كبيرة، أما في مصر فلا يزال التعاون بين المصورين الجداريين ومصممي الأزياء غير مستشاعاً بعد. وإن دخلت بالفعل بعض أعمال الفنانين المصريين مجال الأزياء وكانت مصدراً هاماً للإلهام والحفاظ على الهوية المصرية. ومن هنا سيتناول البحث هذا الموضوع بالدراسة والتحليل والمقارنة المستفيضة من أجل محاولة الاستفادة بتلك الأفكار في مجال التصوير الجداري في مصر.

الكلمات المفتاحية

التصوير الجداري المعاصر، دور الأزياء العالمية- الدعاية.

ABSTRACT

Definitely There is a close and a unique relationship that is constantly developing between Mural painting and fashion Industry, for the last has tried eagerly to invest in the success and fame that mural painting has gained for so many years. Multiple Sophisticated Fashion houses sustained an intact collaboration with many famed Artists whose works and ideas have gained much acclaim in Public. Moreover those murals have represented a kind of publicity, a Fascination effect and Awe, in addition to a definite successful interaction between distinctive and multiple art forms. Due to this intense collaboration, large scale murals that loudly uttered every Artist's Distinctive famous Style were made throughout the world. From this point of view, the research will utterly shed light upon such a topic in an analytical and comparative analysis , aiming to make use of such thoughts and ideas in the field of mural painting in Egypt.

KEY WORDS

Contemporary mural painting , International Fashion Houses, Publicity.

١- المقدمة

عادة ما يرتبط التصوير الجداري في أذهان العامة بالموضوعات السياسية أو الاحتجاجية والبيئية، أو التجميلية الصرفة. ولذلك قد يندش المرء عندما يُشاهد اقتران الفن التشكيلي بمفاهيمه الجمالية الخاصة، بمجال آخر قد يبدو بعيداً عنه، ألا وهو مجال الصِّحاحات والحملات الترويجية لدور الأزياء الراقية. ومنذ تسعينيات القرن الماضي، كان الفن التشكيلي نبعاً للإلهام للكثير من مُصممي الأزياء. وفي الأونة الأخيرة نجد هناك تعاون على مستوى واسع بين أسماء كبيرة في عالم الموضة وبين فنانيين تشكيليين مُعاصرين، ممن تلقى أعمالهم شهرة واسعة في الأوساط التشكيلية العالمية. كما كان للجرافيتي Graffiti أيضاً دوراً في هذا المضمار، فرغم كونه نوعاً ثورياً من الفنون، إلا أنه كان مصدر إلهام للعديد من دور الأزياء، التي وجدت فيه نزعة شبابية عفوية، من شأنها استمالة تلك الفئة العمرية الصغيرة. بينما في أحوال أخرى جافى الفنانون توجهات دور الأزياء الرأسمالية، والتي وجدوها مُخالفة لمبادئهم ومبادئ فن الشارع الثائر على الطبقة البرجوازية.

٢- مشكلة البحث

- ١,٢- هل يتحول الفنان وإنتاجه الفني إلى سلعة تجارية قابلة للبيع والشراء وفق آليات السوق ومتطلباته؟؟
- ٢,٢- هل مبادئ التصوير الجداري والجرافيتي الثوري الشعبي الذي يساند المُهمشين والطبقات الكادحة، تتسق بالضرورة مع مفاهيم صناعة الأزياء الفاخرة والسوق الرأسمالية؟
- ٣,٢- كيفية تحويل دور الأزياء العالمية للتصميمات الفنية المنفذة على أزيائها وعلاماتها التجارية إلى مفردات فنية تلائم الواجهات الجدارية الصرحية الخاصة بمؤسساتها ومحالها التجارية.
- ٤,٢- تطويع العناصر الفنية المُستلهمة من الحضارات القديمة والأساطير المرتبطة بها لتتكيف مع القوالب العصرية المُدمجة في الجداريات الصرحية المروجة لدور الأزياء العالمية.

٣- فروض البحث

- ٣,١- أن التعاون بين التصوير الجداري بمفاهيمه الخاصة وبين المجالات الفنية الأخرى وخاصة صناعة الموضة، قد يُثري المُنتج النهائي من حيث التنوع والثراء الفكري والتقني، بالإضافة لزيادة شهرة الفنان والتعريف بأعماله. وذلك بالإضافة لاندماج جمهور الفن التشكيلي مع متابعي أحدث صحاحات الموضة.
- ٣,٢- إن المدارس الفنية الحديثة كالتكعبية والسريالية قد مثلت مصدر إلهام لمصممي الأزياء في صياغة مفرداتهم التشكيلية والتي انعكست بدورها على أعمال التصوير الجداري.
- ٣,٣- للفن التفاعلي دور بارز كأحد تقنيات التصوير الجداري المعاصر في الترويج لمتاجر دور الأزياء العالمية بما يحمله من قدرة على تحويل الواجهات الجدارية الخاصة بها إلى مشهد فني متغير ثلاثي الأبعاد.

٤- أهمية البحث

- ٤,١- تكمن أهمية البحث في محاولة ترسيخ فكرة التداخل والتقاطع بين مختلف أنواع الفنون، والتأكيد على أن فن التصوير الجداري مُنفتح على كافة الاحتمالات والمجالات.
- ٤,٢- يؤكد البحث على أن الفلسفات القديمة والأفكار التنويرية الحديثة، مع تاريخ الفن التشكيلي بعناصره ومُفرداته، قد ساهمت في إثراء الفنون المُعاصرة، وأضحى الدمج بين القديم والمُعاصر ذو أهمية قصوى لدي الفنان في مجال التصوير الجداري.
- ٤,٣- تسليط الضوء على التجارب الفنية المعاصرة في مجال توظيف التصوير الجداري للترويج لدور الأزياء العالمية في إعادة إحياء بعض التقنيات الفنية التاريخية مثل خامة الفرسك في قالب تشكيلي معاصر.
- ٤,٤- الاضطلاع على التجارب الفنية التي اتسمت بالدمج بين أكثر من تقنية في آن واحد، كالدمج بين الوسيط الرقمي والواقعي بالجداريات المروجة لدور الأزياء العالمية.

٥- أهداف البحث

- ٥,١ - يهدف البحث إلى طرح أهمية التعاون بين أشكال الفنون المختلفة.
- ٥,٢ - التأكيد على أهمية التصوير الجداري ودوره كوسيط يستطيع الوصول بسهولة إلى الناس في الشارع والتأثير عليهم.
- ٥,٣ - الإشارة إلى التنوع التقني الكبير في تنفيذ الجداريات الصرحية، سواء بين التقنيات الكلاسيكية والجرافيتي الضوئي والطباعة على الفيناييل وغيرها، مما يخدم رغبة الفنان في الإبقاء على العمل لفترة طويلة، أو أن يكون مُنفذ لفترة زمنية وجيزة.
- ٥,٤ - ضرورة الاضطلاع على التطور الذي طرأ على مجال التعاون فيما بين الفن التشكيلي ومجال الأزياء منذ بدايات النصف الأول من القرن العشرين.
- ٥,٥ - دراسة أعمال التصوير الجداري التي دمجت الاتجاهات المعاصرة لفن الشارع والجرافيتي بغرض الترويج لدور الأزياء العالمية بالجداريات الصرحية، مثل "البوب سرياليزم" و" فنون الخط".

- ١- حدود البحث الزمانية: القرن الحادي والعشرين.
- ٢- حدود البحث المكانية: أوروبا والولايات المتحدة ومصر.
- ٣- منهج البحث: تتبع الباحثة المنهج الوصفي التحليلي الفلسفي.

٦- بدايات اقتران الفنون البصرية بمجال الأزياء

في عالمنا المعاصر انتشر مُصطلح "فن الموضة" Fashion Art، الذي أصبح شائعاً ودارجاً، ويقوم على فكرة أن الموضة هي نوع من الفنون، وأنها تذهب أبعد من أن تكون مجرد قطعة من القماش الملون. أنها وسيط للتعبير عن الأفكار والإيديولوجيات، وتتطوي على الكثير من الإبداع الشخصي وأليات التعبير عن الهوية والثقافة. فالموضة هي جزء أصيل من الثقافة البصرية، وتُنتج تلك الأفكار لمُصممي الأزياء القدرة على مزج العناصر الفنية بشكل مُتناسق وبمهارة، ومن هنا يتحول الفن إلى قطعة قابلة للإرتداء. ويعترف مُصممي الأزياء بأنهم استفوا إلهامهم من أشكال الفن التشكيلي المُتعددة، فاليوم لم يُعد هناك ما يحول بين الفنون التشكيلية ومجال الأزياء. ويظهر ذلك في تصاميم "دار أزياء" "إيف سان لوران" Yves Saint Laurent المستوحى من أحد أعمال جورج براك "George Braque" الذي استوحاه بدوره من مقطوعة موسيقية "الباخ" Aria of Bach (شكل ١). وهناك نماذج عدة توضح تأثر صناعة الملابس الجاهزة ببعض اتجاهات الفن التشكيلي (Duncan, published nov 15, 2022). وتعود العلاقة بين مجال تصميم الأزياء والفن إلى القرن التاسع عشر، حيث أضحت هناك عناصر مُشتركة بين مجال الفن التشكيلي وتصميم الأزياء، في محاولة لخلق منتج يحمل مقومات جمالية ذات جس فني عالي. ويحمل مصمم الأزياء خيرة في مجال أساسيات فنون التصميم. وكلا المجالين يهدفان إلى التعبير عن المشاعر والجمال والأفكار، في إطار من التخيل والإبداع. وتشتق كلمة "موضة" من "مودوس" Modus " أي إطار أو نموذج من التفكير الحر، وتم توصيفها على أنها أسلوب تعبيرى مرئي يتغير وفق الأطر والظروف الاجتماعية أو الفردية، ويُمثل ظاهرة عالمية. ويعكس مجال تصميم الأزياء مزيجاً من الصناعة والفن وحالة من التفرد ولكنه أيضاً يمثل اتجاهاً عاماً أيضاً ومرجعياً مجتمعية. وعلى مدار التاريخ تقاطع الإثنان وتداخل بشكل كبير. لكن هناك بعض الاختلافات أيضاً، فالفنان حر في إنتاجه وهدفه جمالي بحت، بينما المصمم له أهداف تجارية وعملية، ولكن يوقع المصمم على الملابس كما يوقع الفنان على اللوحة. وقد بدأ التعاون بين المُصمم والفنان قبل الحرب العالمية الأولى، وتبلور التعاون بين الاتجاهين عندما بدأ "مونييه" و"سيزان" الرسم في مجلات الموضة. كما أن الكثير من المصممين صمموا ملابس وفق مدارس واتجاهات فنية معينة، حيث قامت "كوكو شانيل" Coco Chanel بتصميم ملابس نسائية مستوحاه من ملابس الرجال تماشياً مع الفكر العملي للحدائق، بينما قامت المصممة "ألزا سكياباريلي" Schiaparelli في ثلاثينيات القرن الماضي بتبني الاتجاه السريالي. أما التكعيبية فمثلت نزعة اقتصادية ومواكبة لتحولات اجتماعية وتكنولوجية، وظهرت التحولات بالتوازي على سطح التوال، وفي خطوط الموضة وعلى أجساد الناس في العصر الحديث في أزياء "فيرساتشي" Versaci و"سان لوران" Saint Laurent (شكل ٢). (Varol, issue 3 - 2016)



شكل ١ - تصميم للمصمم الفرنسي "إيف سان لوران" Yves Saint Laurent - معطف تكعيبي Cubic Cloak - مستوحى من لوحة لـ جورج براك Georges Braque تسمى "أريا باخ Aria Bach" - ١٩٨٨ م. - www.researchgate.net-figure/Yves-Saint-Laurent-Cubist-Cloak-1988-Georges-Braque-Aria-of-Bach-Givry-1998-1999



شكل 2 - الصورة الأولى لفستان من دار أزياء "الكساندر مكوين" Alexander McQueen ومستوحاه من أعمال "جوزتاف كليمت" Gustav Klimt - وفي المنتصف فستان لدار أزياء "أيف سان لوران" Yves Saint Laurent مستوحى من أحد أعمال موندريان Mondrian التجريدية- وأخيرا عارضة أزياء مرتدية فستان مستوحى من أحد أعمال "أندي وار هول" Andy Warhol ، وعمله المسمى "مارلين ووار هول" Marilyn Warhol - وذلك في سياق الفن الشعبي Pop Art من مجموعة "فيرساتشي" Versaci م١٩٩١ www.thecollector.com/9-art-history-inspired-fashion-designers.

٧- استخدام التقنيات والوسائط المُستحدثة والتكنولوجية في جداريات العلامات التجارية

تبدأ هذا التعاون الفني في العديد من الأعمال الجدارية الصرحية، وبدأت الفكرة لدى "مارك جاكوب" Marc Jacob (*) عام ٢٠١٢، المدير التنفيذي آنذاك "لوي فويتون" Louis Vuitton، عندما زار الفنانة في مرسما ووجدها وقد رسمت نقاطها الشهيرة على أحد حقائبها، لأن النقاط بالنسبة لها كانت تمثل فكرة اللانهائية. ومن تلك الأعمال العمل الذي نفذته الفنانة "يايوي كوزاما" Yayoi Kusama (*) على واجهة متجر بيت الأزياء الفرنسي العالمي "لوي فويتون" Louis Vuitton، وذلك من أجل الاحتفال بالصناعة والاحترافية والفن والموضة. وكان التعاون الأول بينهما قد تم عام ٢٠١٢م، حيث احتلت النقاط الشهيرة كامل مساحة واجهة المتجر بمدينة "مانهاتن" الأمريكية (شكل ٣)، وذلك بتقنية "الفيينيل المطبوع" Printed Vinyl وهي تقنية توفر صورة مطبوعة ويتم لصقها على الجدران الملساء، ويمكن أن تصمد أمام العوامل الجوية لمدة ١٠ سنوات. وأيضاً على واجهة المتجر في مدينة "نيويورك" عام ٢٠٢٣م (شكل ٤). أما في عام ٢٠٢٣م فقد جاء التعاون الثاني بين دار الأزياء والفنانة، حيث تم استخدام عناصر الفنانة في إنتاج جدارية خارجية ضخمة، أما في داخل المتاجر

* - مارك جاكوب Marc Jacob: مواليد ١٩٦٦م، وهو مصمم أزياء أمريكي عمل مصمم لدار أزياء لوي فويتون قبل أن يُنشئ علامته التجارية الخاصة به.

* - يايوي كوزاما Yayoi kusama: هي فنانة ولدت عام ١٩٢٩م بمدينة ماتسوموتو Matsumoto باليابان، ولقد عانت الفنانة من الاضطهاد من عائلتها وخاصة والدتها التي كانت ترفض ميلها الفنية، وتقوم بتمزيق الرسوم. والفنانة لها أعمال شهيرة تُعرض في كافة أنحاء العالم، وتشتهر بأسلوبها الذي يعتمد على "النقاط" Polka Dots.

فيمكن رؤية أيضاً النقاط الشهيرة للفنانة وقد غطت كافة مساحة الجدران والأسقف والأرضيات ومجموعة مميزة من الحقائب والمُنتجات في فرع المتجر بـ "هونج كونج" Hong Kong (شكل 5) و(شكل 6). وقد واجهت دار الأزياء والفنانة بعض الانتقادات والقلق، حيث تحول وجه الفنانة وجسدها لسلعة ترويجية، وأن التعاون لم يغد تعاوناً فنياً، بل تجارياً بحتاً. (Baran, 2023)



شكل 3 - عمل للفنانة "يايوي كوزاما" Yayoi Kusama - واجهة مبنى دار أزياء "لويي فويتون" Louis vuitton fashion house - تقنية "الفينيل المطبوع" Vinyl Print - مُحيط ميدان واشنطن Washington Square - مانهاتن نيويورك Manhattan- Nyc - ٢٠١٢م. <https://www.pinterest.com/pin/nyc>



شكل 4 - جدارية ضخمة لعناصر من أعمال "يايوي كوزاما" Yayoi Kusama وقد وضعت على واجهة مبنى دار أزياء "لويي فويتون" Louis Vuitton - باستخدام تقنية الطباعة على الفينيل Vinyl print - نيويورك الولايات المتحدة الأمريكية - 5th avenue, New York - US - ٢٠٢٣م. <https://twitter.com/nyclovesnyc/status/1639622818412339203>



شكل ٥ و ٦ - يايوي كوزاما Yayoi Kusama - صورتان من داخل وخارج أحد متاجر دار أزياء لويي فويتون Louis vuitton fashion house - فيها المنتجات التي تحمل العناصر الشهيرة للفنانة كالنقاط والورود - بمدينة جوانجزهو الساحلية Guangzhou - هونغ كونج Hong kong - ٢٠٢٣ م. <https://www.k2-world.com/project/louis-vuitton-yayoi-kusama-drop-2-pop-up>

أما في العاصمة البريطانية لندن London وعلى واجهة متجر "هارودز" Harrods الشهير (شكل ٧)، احتلت عدد من النقاط الضخمة الملونة التي تشتهر بها الفنانة، مساحة الواجهة كاملةً، مع تمثال ضخم يحتضن المتجر بارتفاع ١٥ متر، وذلك بالعاصمة الفرنسية. كما قدمت عروض ضوئية ليلية "لليقطين" Pumpkins، وهو أحد عناصرها الشهيرة أيضاً، وقد ظهر ذلك في عمل جداري مُنفذ بتقنية "التكنولوجيا الغامرة" (* Immersive Technology Projection (شكل ٨). من هنا يتحول الشارع إلي معرض فني كبير، وبينما تُعرض نوافذ المتجر المُنتجات، يتحول هيكل المبنى ليُصبح بمثابة السطح الذي يعمل عليه الفنان. وقد قام القائمون على الدعاية في "لويي فويتون Louis vuitton"، بمحاكاة لمسات فرشاتها عن طريق استخدام خامات ثلاثية الأبعاد، تُترجم إحساس الفنانة وتُعطي الملمس المطلوب. وهي سيدة الفن المفاهيمي وأعمالها ذات نزعة تقدّمية، ومن هنا تحول العمل إلي عملاً تفاعلياً، يُمكن للجمهور أن يُصبحوا جزءاً منه ويشاركوا فيه، وتحول المتجر إلي ملعب تجريبي يُعاد فيه تخيل الواقع بشكل مُختلف. من خلال معرض تفاعلي Interactive Exhibition مُصاحب للفاعلية. (paris-france, 2023)

لقد كان من الهام أن يغمر العمل الفني المُشاهد، أن يشعر أنه بداخله، أنها صناعة فكرة اللانهاية، و"لويي فويتون" منذ عقد من الزمن تتعاقد مع الفنانين لخلق أعمال فنية خلّاقة داخل متاجرها، وتختار فنانين ذوي جرأة، فالفن المعاصر والعناصر التجارية المعاصرة يندمجان، وهو شيء هام لمخاطبة الشباب. ومنذ ٢٠٠١م، والمُصممون يفكرون في أن يأخذ ما يراه في الشارع لمستوى آخر من الفن والتنقيح. فمن الضروري أن تتماهى الموضة وقطاع إنتاج الملابس الجاهزة مع توجهات الفن المعاصر الديناميكي والفنون الجماهيرية كالتصوير الجداري، من أجل تقديم ثقافة تحظى بشعبية كبيرة. ومن هنا تُصبح تلك التوجهات الشرائكية، بين الفنون التشكيلية وفنون الموضة هامة جداً من أجل تعزيز مفاهيم وجود عالم أكثر انفتاحاً على الآخر وعلى التجارب المختلفة. هنا تتعاون الموضة الفاخرة وتاريخ بيوت الأزياء العريقة مع الفنون التشكيلية، ليتمكن المُشتري من شراء قطعة فنية فريدة. كما أن الموضوع له أبعاد نفسية عميقة، فالمتاجر المعاصرة تُتيح للرواد تجربة المغامرة الفنية، في إطار من "الفن التفاعلي"، الذي يُمثل ربما تجربة استشفائية تدخل في نطاق العلاج بالفن. وهناك دراسات مُستفيضة جرت حول دور الرسم والتصميم في تجسيد معاني عميقة وإدراك معنى الحياة وربط المجتمعات. وقد قالت "كوزاما" Kusama "أني أحارب الإكتئاب والألم بالرسم، فالفن هو السبيل الوحيد للحياة". وقد توحدت رؤيتها مع رؤية المُصمم وتفهم دار الأزياء لطبيعة العمل الفني. استكمالاً لاجتياح أعمال "كوزاما" لدور الأزياء الشهيرة، ازدانت العاصمة اليابانية بشاشة قامت بعرض صور مُتحركة ل"كوزاما" عن طريق عرض مُتغير ثلاثي الأبعاد 3D anamorphic display ينتمي لفئة عروض الواقع المُعزز Augmented reality (شكل ٩)، والتي عرّضت صور للفنانة مع أحد عناصرها الشهيرة، ألا وهو اليقطين، وذلك لحساب "لويي فويتون" وذلك في "مركز للفنون باليابان" Power station of Art، وذلك ليُصبح المكان مكاناً تفاعلياً Interactive Space ليحدث تلاقح بين المُشاهد والفنان والمُشتري. ويعد ذلك نوع من الترويج للمنتجات وإدماج المُشاهد، خاصة في ظل كساد الأسواق جراء وباء كورونا. (show, 2022)

* - تقنية الغمر Immersive Technology: هي تقنية تكنولوجية مستحدثة تستخدم في فن الشارع، وتعتمد على خلق صورة مُخلقة عن طريق الكمبيوتر ومكبرات الصورة Projection machines، والتي تقوم بإسدال أي صورة على أي نوع من أنواع الأسطح، بشكل مبهٍر، مما يجعل المُشاهد يشعر بأنه محاط بالعمل الفني .



شكل ٧ - عمل "تجهيز في الفراغ" Installation لفريق "لويي فويتون" الفني Louis Vuitton Creative Team - بالشراكة مع الفنانة يايوي كوزاما Yayoi Kusama- حيث تغطي النقاط Polka Dots كافة مساحة واجهة مبنى "لويي فويتون" بالإضافة لتمثال للفنانة "إنسان ألي" Robot- متجر "لويي فويتون" بشارع الشانزليزيه Champs-Elysees - باريس Paris - ٢٠٢٣ م.
<https://hypebeast.com/2023/1/yayoi-kusama-installation-champs-elysees-paris-store-info>



شكل ٨- عرض ضوئي لأعمال الفنانة "يايوي كوزاما" Yayoi Kusama - تنفيذ شركتي "أنرجي وبيكسل آرت" - Energy and Pixel Artworks - واجهة متجر هارودز Harrods - المملكة المتحدة Uk - ٢٠٢٣ م.
<https://lbbonline.com/news/louis-vuitton-takes-over-harrods-facade-to-celebrate-launch->



شكل ٩- صورة توضح العرض التفاعلي والشاشة المتحركة 3D anamorphic billboard - والتي تُظهر صورة "كوزاما" Kusama وثمرات البقطين كجدارية رقمية مجسمة على سطح المبنى Digital mural - نُفذت لصالح الحملة الترويجية لدار أزياء "لويي فويتون" Louis Vuitton - حي شينجوكو بطوكيو - Shinjuku City Tokyo- يُمكن مشاهدة الفيديو على الرابط التالي.
<https://www.youtube.com/watch?v=1PwN9SdS-UQ>

٨- استلهام الأساطير والتراث الكلاسيكي في الجداريات المعاصرة

أما دار أزياء "جوتشي" Gucci (*) الإيطالية فقد استخدمت الجدران في حملاتها الدعائية لمُنتجاتها، وقامت بتوظيف الجداريات الضخمة، لثُصاحب إطلاق مجموعة أزياء خريف وشتاء ٢٠١٩م، وذلك في سلسلة فنية أطلقت عليها اسم "حوائط جوتشي الفنية" Gucci Art Walls، حيث أطلقت مجموعة من الشخصيات لتحل محل مساحة العديد من الحوائط. وقد انطلقت الحملة الدعائية من سواحل جزيرة "سيسلي" Sisley وخاصة مدينة "سيلينونت" Selinunte بأثارها ومعابدها اليونانية القديمة، التي تعود إلى القرن السابع ق م، كما انطلقت الحملة آنذاك في "ميلانو" Milano و "نيويورك" New York وعواصم أخرى. وانبثقت الفكرة على يد المدير الفني لدار الأزياء "أليساندرو ميشيل" Alessandro Michele وقد قامت على تخيل مكان ما أسطوري توقف عنده الزمن، حيث تتلاقى وتتجاوز العناصر المتضادة والمتنوعة في انسجام تام (شكل ١٠) و(شكل ١١). وقد جاءت الجداريات الصرحية لثُصاهي أعمال الفرسك القديمة Fresco(*)، حيث أضحت تلك الأعمال القديمة هي المُحفز والدافع للإنطلاق نحو المستقبل. وقد جاءت تلك الحملة الدعائية لتحبي ثقافة الماضي، لكن في صورة مُعاصرة حرة التعبير، وتُخلق موضوعاً ما وحلقة نقاش فنية وشعرية وموسيقية، يشترك فيها كافة مُحبي الفن. كما نُفذت بعض الجداريات في "هونج كونج" أيضاً، ودول أخرى في إطار الحملة الدعائية. وقد قام بتنفيذ غالبية الجداريات الفنان "إيجناسي مونرييل" Ignasi monreal (*) (luchford, 2019)

كما استعانت "جوتشي" أيضاً بالفنان "كيرون ليفينجستون" Kieron livingstone وهو فنان ومُخرج فني يقوم بمزج العناصر الجرافيكية مع الطبيعية. وقد قامت "جوتشي" بالاستعانة به لعمل جدارية في لندن London، لساعاتها الجديدة المُسماه "جوتشي جريب Gucci grip، وهي مستوحاه من فكرة "الأواح التزلج" Skating board، ومن ثقافة الشوارع الخلفية المُمهشة Back street culture (شكل ١٢). تظهر في صدر الجدارية، ساعة ذهبية كبيرة، ومن حولها بعض العناصر الإنسانية والحيوانية كالأرانب، كما تظهر الزخارف المُميزة لعلامه "جوتشي" الشهيرة، بألوان براقه وساحرة كالأحمر والأخضر. بالإضافة لعناصر كلوح التزلج. وكان المزج بين علامة تجارية كبرى وبهاظفة وبين ثقافة الشارع أمراً صعباً، يتقبله البعض بينما يبنده آخرون، وقد حاول الفنان التوفيق بين الإتجاهين (Ma, 2019).



شكل ١٠- الفنان "إيجناسي مونرييل" Ignasi monreal - جدارية لدار أزياء "جوتشي" الإيطالية Gucci - ويظهر بها التجانس بين الأطلال الأغرريقية القديمة والأزياء المعاصرة- سيلينونت" Selinunte - إيطاليا Italy -٢٠١٩م. - hypebeast.com/2019/6/gucci-art-walls-pre-fall-2019-campaign-murals

*- **جوتشي Gucci**: هي علامة إيطالية شهيرة في مجال الأزياء أنشأت في عام ١٩٢١م، في فلورنسا بإيطاليا. وتقوم بصناعة الحقائب والملابس الجاهزة والأكسسوارات.

*- **تقنية الفرسك Fresco**: هي تقنية قديمة استخدمت في العصور المصرية القديمة واشتهرت في العصور الوسطى وفي إيطاليا، في عصر النهضة. وهي تستخدم في التصوير الجداري، حيث توضع الألوان على طبقة من الجص الطازج .

*- **الفنان إيجناسي مونرييل Ignasi Monreal**: هو فنان أسباني من برشلونة عام ١٩٩٠م، وله أعمال في مجال الرسم والتصميم الجرافيكي والإخراج والسينما والتحرك. وتتميز أعماله بالألوان البراقة التي تتبدى من خلال عوالم سريرية خيالية، ويستعمل تقنية الفوتوشوب والتقنيات المستحدثة. بدأ شغفه بالفن منذ كان طفلاً، وفي عمر السابعة عشرة بدأ في الاهتمام بمجال الموضة.



شكل ١١ - ايجناسي مونرييل " Ignasi monreal - جدارية لدار أزياء "جوتشي" - Largo la Foppa - مقاطعة "كورسو جاريبالدي" Corso Garibaldi - ميلانو بايطاليا Milano, Italy. مصدر الصورة - hypebeast.com/2019/6/gucci-art-walls-pre-fall-2019-campaign-murals



شكل ١٢ - جدارية للفنان "كيريون ليفينجستون" Kieron livingstone - لدار أزياء جوتشي Gucci - للترويج لساعاتها الفاخرة - شرقي لندن Brick Lane in East London - ٢٠١٩م. - <https://wwd.com/fashion-news/fashion-scoops/gucci-kicks-off-skateboarding-inspired-watch-campaign-with-art-mural/>

كما دشنت "جوتشي" مركزاً لها لتطوير المنتجات الجلدية وللتعبئة والتغليف والتصميم واختبار الخامات، وتأثير الأجواء والكيمويات عليها. وتُنفَّذ المبنى من الخارج مجموعة من الجداريات الضخمة التي شارك بها العديد من الفنانين. وتُمثِّل الجداريات (شكل ١٣) مساحة من اللون الصاخب والزخارف المتنوعة، والطيور وصور لعارضات الأزياء وهم مُرتدون أزياء "جوتشي" المُبهجة. كما امتدت الجداريات إلى الداخل أيضاً (شكل ١٤). ويُثمِّل هذا الصرح مكاناً للفت الانتباه إلى الأهمية الجغرافية والإرث الفني لبيوت الأزياء العريقة، كما أنه بمثابة شهادة للإيمان بالإبداع وأهمية الصناعة والخلق والابتكار والتكنولوجيا والاستدامة، كل ذلك من أجل تلبية طلبات العملاء مع ازدياد الطلب على صناعة الموضة والاستهلاك الكمي. (Staff, 2018)



شكل ١٣ - إجناسي مونرييل - إجناسي مونرييل - Ignassi Monreal جداريات على واجهة معمل جوتشي الفني Gucci Art lab - على مساحة ٣٧ الف متر مربع - فلورنس Florence Italy ، إيطاليا - ٢٠١٨م - www.architecturaldigest.in/content/Gucci-unveils-its-massive-37000-sq



شكل ١٤ - جدارية داخل "معمل جوتشي للفن" Gucci Art lab - بفلورنس Florence - إيطاليا Italy - ٢٠١٨ - <https://equilibrium.gucci.com/gucci-artlab>

أما بالنسبة للمتاجر، فقد أرادت دار أزياء "جوتشي" Gucci أن يكون دخول بيت الأزياء تجربة فنية فريدة وممتعة في حد ذاتها، حيث يجد المستهلك نفسه داخل مكان مُعاصر يتيح فرص تسوق مُرفهة في أجواء جاذبة. حيث تُمثل الجداريات والأعمال الفنية عامل جذب وتأكيد للهوية البصرية لدار الأزياء واهتمامها بكافة أنواع الفنون، على اعتبار أن المنتجات التي تقدمها الدار هي في حد ذاتها أعمال فنية. ووقع الاختيار على "إجناسي مونرييل" Ignasi Monreal حيث تم عمل جداريات في متجر لاس فيجاس Las Vegas عام ٢٠١٨م تحت قيادته، على مساحة ١٢٠٠٠ متر مربع، وتم استخدام تقنية الفريسكو Fresco الإيطالية الشهيرة مع روح البلدة المُعاصرة، ليتم إنتاج عمل فني مُتفرد يجمع بين الأصالة الإيطالية والمُعاصرة الأمريكية، وذلك في فرع الولايات المتحدة. وجاءت الجدارية لترتبط بين دورين عن طريق الدّرج Staircase، وعن التصميم الخاص بالجدارية وكيف تماشى مع بقية عناصر المتجر، يقول الفنان أنه كان لزاماً أن تكون فكرة الربط في المتجر مُهمّة، كونه الجدارية مُمتدة بين طابقين. لقد أراد للمُشاهدين أن يلتقطوا ويفهموا بعض الأفكار ويُدركوا بعض العناصر. وتصور الجدارية على الدّرج "هرقل" Herculius، وهو يُقابل الحكمة المُتمثلة في الألهة اليونانية القديمة "أثينا" Athena، وهي تقوده وتشير إلى الطريق الصعب للفضيلة، والمحفوف بمخاطر الإغواء. وقد صورتها الجدارية وهي مُتخفية في شكل أنثى مُتدثرة بتعبان، في أجواء شبيهة بصحراء "نيفادا" Nivada الأمريكية، التي ينتهي بها الطريق إلى "لاس فيجاس" Las Vegas، مدينة المباحج والملذات الحياتية. وقد جاءت كل شخصية أو عنصر في الجدارية لثُمثل رمزاً ما، وخاصة الخطايا السبع الشهيرة. وهي تُبحر في قارب في الصحراء، وعلى الطريق يظهر أله الخمر والحفلات "باكوس" Bacchus وعجلة الحظ، ولكن أيضاً نجد أن الفضائل الأربعة موجودة، وألهة الشعر والخُب والخيال، نجدهم أعلى الجدارية (شكل ١٥) و(شكل ١٦). (linck, 2022)

جاءت الشخصيات كلها مُرتدية الأزياء الأيقونية لجوتشي Gucci، حيث جاءت مُستوحاه من حملة "الهالوس والخيالات" Gucci Hallucination التي أطلقتها دار الأزياء عام ٢٠١٨م. لقد أردنا، يقول الفنان، أن نخلق عالماً ثورياً ولكن بمفاهيم تتماشى مع تلك الموجودة في "لاس فيجاس" Las Vegas، مدينة المُجون والحرية بالولايات المتحدة الأمريكية. كما استقى إلهامه أيضاً من

كنيسة "سان سيفيرو" بناهوللي San Severo chapel، بتمثيلها النحتية وتفصيلها التي تدعو إلي الرفعة والسمو، وبأفكار "الفلسفة التنويرية" Enlightenment (*) وكتاب "الصورة الرمزية أو الأخلاقية Iconologia or Moral Emblems للكاتب "سيزار ريبا" Cesare Ripa (*) عام ١٧٠٩، والذي كان بمثابة مصدر لإلهام العديد من الشعراء والفنانين، كونه يعتمد على استخدام الصور كرموز لتمثيل الأفكار، واعتمد على نبل فكرة الخيال، وكشف الأسرار. كما يستعرض الكتاب القديم تصورات بصرية لأفكار مجردة، مثل الخير والشر والخطيئة والغفران والبذخ والزهد، وكذلك صور لشخصيات خيالية مُرتدون خوذة الرأس Head Helmet وريش الطيور وعناصر من الحيوانات كالأفاعي والطيور الغريبة (شكل ١٧). وهكذا تماهت فكرة الجدارية المعاصرة مع تلك الأفكار وقامت على هذا التناسق في الفكر والتوجه، حيث صورت الجدارية الأفكار التقليدية لأخلاقيات التصوير الإيطالي، في عاصمة الخطايا (شكل ١٨). ويقول الفنان أن العمل على الجدار بالحجم الطبيعي، كان يُمثل تحدياً كبيراً بالنسبة له، إذ يختلف عن العمل على الحاسب اللوحي Tablet، حيث أن حجم الجدارية والعمل المباشر يتطلب خبرة ودقة وقليل من الارتجال أحياناً. أما الجزء المُنتهي فلا يُمكن العودة إليه مرة أخرى، وهو ما يُشكل مُتعة خاصة أثناء العمل. ويهوى الفنان العمل والتنقل بين الوسيطين، الرقمي والواقعي، حيث يُتيح ذلك له فرصة اكتشاف الاختلافات بين الوسائط المُتعددة ومميزات كل وسيط. كما يتشابه العمل في مجال الأزياء مع أسطورة "سيزيف" Sisyphus الشهيرة (*) ولكن من خلال "اليساندرو ميشيل" Alessandro Michele المدير الفني لدار الأزياء، حيث يحمل هو كل موسم عبء ابتكار مجموعة أزياء جديدة وجذابة. (Linck, 2022)



*- الفلسفة التنويرية Enlightenment Philosophy : هي حركة فكرية ظهرت في السابع عشر والثامن عشر، وتَعنى بالفكر والعقلانية، والطبيعة والإنسانية وقوة الإنسان وفهمه للكون عن طريق المنطق، لتحقيق الحرية والسعادة والمعرفة. وقد مهدت لها الثورة العلمية وأفكار الفلاسفة الإنجليز "فرانسيس بيكون" Francis Bacon و"جون لوك" John Locke.

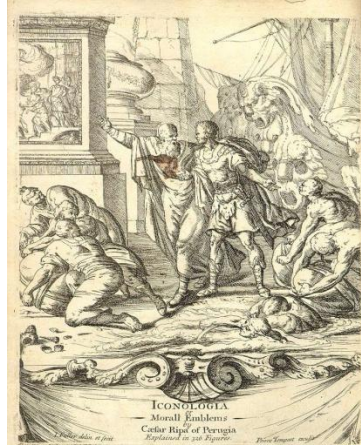
*- سيزار ريبا Cesare Ripa : ١٥٥٥-١٦٢٢م كان باحث ورسام أيقونات إيطالي، ومن أشهر مؤلفاته كتاب "الأيقونات". Iconologia الذي نشر لأول مرة عام ١٥٢٣. وهو قائم بالأساس على التصورات التشخيصية المصرية القديمة والرومانية والأغريقية. وقد استخدمه المعاصرون من الفنانين والكتاب والشعراء، لاستلهم تصورات عن الفضائل الهامة كالعواطف والفضائل، وقد تم تصوير كل فضيلة على شكل معين وتم ترتيبهم بالأبجدية.

*- سيزيف Sisyphus : هو شخصية أسطورية من شخصيات الأساطير الأغريقية القديمة، وهي شخصية ماكرة ، استطاع أن يخدع إله الموت مرتان، فعاقبه "زيوس" بعقوبة أبدية، حيث يظل أبد الدهر يحمل صخرة ضخمة على ظهره، ليصعد بها إلي القمة لتسقط مرة أخرى . فأصبح رمزاً للعذاب الأبدي .

شكل ١٥ - صورة للفنان "أجناسيو مونرييل" Ignassi Monreal في متجر لاس فيجاس Gucci's Las Vegas boutique - وهو يقف أسفل الجدارية التي تحتل مساحة الدرج داخل المتجر - ٢٠١٨م. <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=reopening>



شكل ١٦ - صورة من داخل متجر جوتشي Gucci - وتظهر بها الجدارية الضخمة على الدرج المؤدي إلي الطابق العلوي، كما تظهر بها مجموعة أخرى من الجداريات والأعمال الحائطية - لاس فيجاس، الولايات المتحدة الأمريكية Las Vegas-US - ٢٠١٨م. <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=reopening>



شكل ١٧ - صورة من كتاب سيزار ريبا Cesar Ripa - علم الايقونات Iconologia - ١٧٠٩م. <https://digital.libraries.psu.edu/digital/collection/emblem/id/803>



شكل ١٨ - صورة من داخل متجر جوتشي Gucci- ويظهر بها جزء الجدارية الضخمة المستوحاه من كتاب "سيزار ريبا" Cesar Iconologia-Ripa - لاس فيجاس، الولايات المتحدة الأمريكية Las Vegas-US - ٢٠١٨م. culturedmag.com/article/2022/05/02/guccis-grand-reopening-in-las-vegas-reveals-a-custom-mural-by-artist-ignasi-monreal#gallery

أما بالنسبة لمجال الجرافيتي Graffiti أيضاً (*) فقد تعاونت "جوتشي" Gucci مرة أخرى مع أحد فناني الشارع المولعين بالموضة وعلاقتها بالتصوير الجداري، وهو الفنان "تريفور أندرو" Trevor Andrew (*) الذي يعمل تحت إسم "شبح جوتشي" Gucci Ghost والذي بدأ في التعاون مع العلامة التجارية الشهيرة الموهوس بها، وأضاف لها بُعداً تصويرياً وجمالياً. ويعمل الفنان في مجال فنون الشارع والتصوير والديكور، وهو ليس مُناهضاً للعلامات الراقية، بل يحاول تقديم صورة مُرتبطة بالفخامة وأسلوب الحياة الراقي. وكان "تريفور" قد استخدم شعار "جوتشي" Gucci الشهير الذي يُمثل حرفي "ج" G مُقابلين في أعماله الحائطية حتى قبل التعاون مع دار الأزياء، التي تقول أن أخذ علامتهم التجارية إلي مضمار الشارع، ليس نقلاً أو سرقة، بل هو أمر رائع يجعل الشعار ضمن لغة الشارع ويدخل ضمن نطاق الجرافيتي وفن الرموز (شكل ١٩). ويقول الفنان أن الإنسان عندما يرتدي من العلامات الفاخرة، فإنه يكون مُرتدياً لقطعة فنية (شكل ٢٠)، ويشعر أنه بطل خارق. ويُعد التعاون نوعاً من الزواج بين ثقافة فن الشارع وثقافة الصفاة، حيث تلتقي القوتين المُتناحرتين دوماً، الصناعة الراقية ومبدأ الإلتقان التام، مع مبادئ "الجرافيتي" المُناضل والعفوي والغير مُهندم، ليشكلا حالة من الإبداع الثوري. (Munro, 2016)



شكل ١٩ - صورة للفنان "تريفور أندرو" Trevor Andrew والمدير الفني لدار أزياء "جوتشي" Gucci "ألساندرو ميشيل" Alessandro Michelle- وتظهر على الحائط الكتابات وشعار دار أزياء "جوتشي" وقد طبعت على الحائط بتقنية "الستينسل" Stencil- الصورة في مرسوم الفنان المؤقت بمقر دار الأزياء - ميلانو، إيطاليا Milano Italy - ٢٠١٦م. <https://news.artnet.com/art-world/gucci-meets-guccighost->



* - **الجرافيتي Graffiti**: هو مصطلح يُطلق على الكتابات والرسوم الموجودة على الحائط وتنفذ بشكل سريع وبعيداً عن أعين الشرطة. وتنشأ الكلمة من الكلمة الإيطالية "جرافياتو" Graffiato والتي تعني الخربشات على الحائط. وقد ارتبط ظهوره وتطوره بثقافة وموسيقى الـ "هيب-هوب"، التي نشأت على يد الأمريكيين من أصول أفريقية ولايتينية، في مدن عدة كنيويورك وغيرها في السبعينيات من القرن العشرين.

* - **تريفور أندرو Trevor Andrew**: مواليد ١٩٧٩م وهو فنان كندي يعمل في الولايات المتحدة، وهو موسيقي سابق وكان لاعب تزلج، ولكن على أثر إصابة رياضية وجه اهتمامه في ٢٠٠٥م إلي الموسيقى والفنون. ومنذ ٢٠١٢م قام بتصميم أحد الأزياء لمناسبة عيد الموتى Halloween وقد أثار ذلك التصميم انتباه دار أزياء جوتشي، ومن هنا بدأ التعاون بينهما.

شكل ٢٠ - صورة توضح مجموعة من العارضين وقد ارتدوا ملابس عليها كتابات وألوان شبيهة بأسلوب الجرافيتي- مجموعة "شبح جوتشي" Gucci Ghost- شتاء وخريف ٢٠١٦م. <https://news.artnet.com/art-world/gucci-meets-guccighost>

بعيداً عن الأفكار والصور الكلاسيكية والأساطير الغابرة، والتاريخ الإيطالي الزاخر بالمفردات، جاءت علامة "ديسجوال" (Desigual) (*) المُعاصرة، لتتبنى إتجهاً مُعاكساً لجوتشي Gucci الذي جعل من الأثر الكلاسيكي لإيطاليا مصدراً لإلهامه. هنا تعاونت "ديسجوال" مع المصور "أوكودا سان ميغيل" Okuda San Miguel (*) لثزين أعماله أحد فروعها الجديدة في نيويورك NY، ليصف عالم الفن التشكيلي ذلك الحدث بأنه "إنفجار لوني" كبير. وقام الفنان بتنفيذ جدارية ضخمة على جزء من المبنى، وذلك بالشراكة مع "فنون الرو" Elrow'art وهي شركة أسبانية لتشغيل الموسيقى الإلكترونية، للمناسبات العامة. وتحققي الجدارية المُنفذة عام ٢٠١٩م بفكرة تعدد الثقافات وبالفن التشكيلي والألوان البراقة **شكل (٢١)**. ومن هنا جاءت الجدارية كأنها انفجار لوني أضفى على المبنى الباهت لوناً وحياة. وتتضمن الجدارية تمثال الحرية ولكن في حلة جديدة لترعى كافة أطراف المجتمع، ولتعبّر عن المساواة العرقية في العالم أجمع. وجاء التمثال في صورة امرأة تحمل كتاب "فن مترو الأنفاق" أو "أنجيل فن الشارع". وقد جاء الكتاب ليوثق أعمال الجرافيتي Grafitti في المترو ووسائل المواصلات تحت الأرض والمشهد الفني آنذاك، حيث أن فنون الشارع قد ساهمت بشكل كبير في دعم ثقافة الأقليات وأتاحت لهم وسائل مُتعددة للتعبير. وقد صدر في عام ١٩٨٤م، وهو نفس العام الذي أنشئت فيه العلامة التجارية "ديسجوال". جدير بالذكر أن المبنى يقع أمامه محطة لمترو الأنفاق، ومن المتعارف عليه أن الأنفاق كانت هي منبع أو شرارة البدء فيما يخص فن الجرافيتي وفنون الشارع Street Art منذ ثمانينيات القرن العشرين. لكن التمثال في الجدارية لا يقف مُنفرداً، أنه يتماهى مع عالم من الملامس والألوان والكتابات العربية والهندية، والألوان والزخرفية المطبوعة، والشخصيات الهجينة، التي تُمزج بين الإنسان والحيوان مع عناصر من المدينة **(شكل ٢٢)**. هنا يتحول التصوير الجداري إلي قصة تُحكى حول فن الشارع وثقافة التعددية، مما يعكس أو يُشير إلي الثقافات والأجناس المُتعددة وحماس الشباب والمواهب المُتعددة التي تحتضنها الولايات المتحدة. ومنذ عام ١٩٨٤م تقوم تلك العلامة بدعم الفنانين التشكيليين والتعاون معهم. وتطمح شركات الموضة ومُصمميها في عمل المزيد من الأعمال الخلاقة والمُبدعة، التي تعكس أهمية وجمال التنوع البشري والثقافي في العالم أجمع. وتؤمن الشركة بقوة الاختلاف، ولكنها أيضاً تؤمن بقوة الحب. أنها تهدف ببساطة إلي الدخول في حقبة جديدة من الإبداع، مُتخذة من صناعة الملابس نقطة إنطلاق نحو عملية إبداعية شاملة. من هنا جاءت تلك الجدارية لتحكي قصة مُستقبل مدينة لا تعرف النوم. وفي صورة مُميزة يظهر الفنان واقفاً أمام المبنى وقد ارتدى زياً صاحباً ملء بالألوان، وشبيه من روح الجدارية من خلفه **(شكل ٢٣)**. (Desigual, 2019)



شكل ٢١ - أوكودا سان ميغيل Okuda San Miguel - جدارية لصالح دار أزياء "ديسجوال" Desigual - ميدان هيرالد Herald Square - نيويورك NYK ، الولايات المتحدة الأمريكية United States - ٢٠١٩م. موقع فيسبوك www.facebook.com/desigualjobs/photos/a.142185

* - **ديسجوال Desigual**: هي علامة تجارية أسبانية، تم تأسيسها عام ١٩٨٤م ومقرها الحالي يقع في برشلونة. وتهتم العلامة التجارية بتأكيد مبدأ التنوع والجرأة مع الاهتمام بالجانب الفني، كما تهتم بمجال البيئة ومواجهة التحديات التي تقابلها صناعة الملابس في العالم.
* - **أوكودا سان ميغيل Okuda San Miguel**: مواليد ١٩٨٠م وهو فنان أسباني ونحات معروف بأسلوبه الفني المميز وألوانه الصداحة، وعناصره التي يمزج فيها العنصر البشري مع العنصر الحيواني. وذلك بالإضافة لبعض الرموز الدينية وتحتل أعماله الجدارية أسطح العديد من المباني في دول عدة. وتقوم فلسفته في العمل على الاهتمام بالتركيبات الهندسية والطبعات الملونة، ومزج ما هو رقمي وألي بما هو إنساني، ويصف الفنان أسلوبه بأنه سريالي شعبي Surreal pop.



شكل ٢٢ - أوكودا سان ميغيل "Okuda san M" - جدارية لصالح دار أزياء "ديسيجوال" Desigual - ميدان هيرالد Herald Square نيويورك NY - الولايات المتحدة الأمريكية United States - ٢٠١٩م. - vmagazine.com/article/desigual-unveils-a-two-story-storefront-mural-with-spanish-artist-okuda-san-mi



شكل ٢٣ - صورة للفنان "أوكودا سان ميغيل" Okuda San Miguel وهو يرتدي زيًا مشابهًا للجدارية من وراءه- نيويورك NY - ٢٠١٩م. www.desigual.com/en_EE/CorporateNews_018OkudaNYC.html

يتميز أسلوب الفنان "أوكودا" Okuda بكونه يميل إلى الاتجاه الهندسي والسريالية الشعبية pop surrealism كما يُسميها هو. وفي مقابلة مع الفنان قال أن مدينة "نيويورك" هي المدينة الصاخبة التي تُحب الألوان، وتعشق الاختلاف وتؤمن بأن الفن هو للجميع. كما أكد على أن التحدي الحقيقي للعلامة التجارية ليس تصميم الملابس وبيعها فقط، بل ما يهمها هو تعدد الخبرات وخلق لحظات مُلهمة إبداعياً. وقد استخدم الفنان مع فريقه ما يقارب ٢٠٠٠ علبة "رش بالرذاذ" Spray Can. ويقول الفنان عن أسلوبه، أنه يمزج بين المكونات الواقعية والعناصر البيولوجية الحيوية، مع الزخارف الرقمية، ويعتمد على دمج العناصر المُختلفة ذات الأصول والمناخ المُتعددة، أنه يهدف لمزج الحاضر بالمستقبل، والشرقي بالغربي. ويؤكد على أن إلهامه ينبع من ما يراه في الحياة اليومية، سواء من مسرح أو سينما أو موسيقى، كما تأتي أعماله في سياق سريالي خيالي، يتخذ من تاريخ الفن وعصر النهضة منبعا لعناصره. وهو يستقى أفكاره من تلك الفترات ولكنه يُسبغ عليها أسلوبه ولغته الخاصة. وعن تجربته مع شركة "ديسيجوال" Desigual قال الفنان أن لديه نفس فلسفة دار الأزياء، من حيث التصميم، فالإثنان يعتمدان مبدأ تعدد الثقافات والمزج بينهم، من حيث الألوان والوحدات الزخرفية. وتحمّل الأعمال معنيين، يُمكن رؤيتها وترجمتها كمساحات هندسية مُجردة، لكن عند الإمعان في النظر إليها، يُمكن أن يجد المشاهد أنها تُمثل مجموعة من الأشكال. وتبدو الأعمال ذات بناء معماري مُتصاعد، وكل العناصر البيولوجية يتم ترجمتها لتتخذ لغة هندسية. وبالتالي تُشكل صرحاً معمارياً ما، وعلى الفنان أن يكون له صورة وأسلوب مُميزين ولغة بصرية مُنفردة. وبشكل عام يُوجد تقارب بين أسلوب الفنان والعلامة التجارية، فالإثنان يُفضلان الألوان البراقة والوحدات الهندسية والمزج بين الحاضر والمستقبل ودمج الثقافات، لتتخلق بذلك مُدن جديدة مُعاصرة. وتُعد الجدارية عملاً مَلحمياً، يتصافر فيه الفن بالإبداع، وتتلاقى على سطحه الأشكال والألوان في ثوب مُبهٍر وجديد. (journal, 2013)

٩- الجدل حول توافق الجرافيتي الثوري مع رأسمالية عالم صناعة الأزياء

في سياق آخر، وفي حادثة شائكة، اشتعلت حرباً من نوع جديد بين ثلاثة من فناني "الجرافيتي" وهم "جيسون ويليامز" Jason Williams و"فيكتور شابا" Victor Chapa و"جيفري روبين" Jeffrey Rubin، والذين يوسمون Tagging الأعمال الخاصة بهم تحت "وسم" ريفوك" Revok و"ريس" Reyes و"ستيل" Steel. وكان الفنانون قد وجهوا سهام إتهاماتهم لدار أزياء "كافالي" Cavalli (*) الإيطالية الشهيرة. فقد قام المصمم الإيطالي الراحل "روبرتو كافالي" Roberto Cavalli (*) في عام ٢٠١٤ بإطلاق مجموعة من الأزياء والإكسسوارات المُستوحاة من إحدى الجداريات التي نفذوها عام ٢٠١٢م في شمال كاليفورنيا California، بحي "ميشين" San Francisco's Mission district بسان فرانسيسكو San Francisco (شكل) (Halloran, 2014). (٢٤)

لقد قام "كافالي" Cavalli أيضا بعمل إضافات غير قانونية على العمل الفني، حيث قام بكتابة إسم أو توقيع مُصمم العلامة التجارية على العمل الفني الأصلي، بتقنية شبيهة لتقنية "الرش بالرذاذ"، ودمجها به في بعض الأثواب (شكل ٢٥)، وهو الأمر الذي اعتبره الفنانون تشويها وإضافة غير قانونية للعمل الأصلي، مُخلقة انطباعاً خاطئاً بأن "كافالي" هو المصمم الحقيقي لتلك الرسوم وأنها من بنات أفكاره، وقد طالب الفنانون بتعويضات وبوقف بيع مُنتجات العلامة التجارية بالأسواق، واعتبروا واقعة السرقة إهانة كبرى لهم، وأن إصرار دار الأزياء على النفي والإنكار، قد زاد الموقف اشتعالاً وتعقيداً. وظهرت تلك الكتابات والخطوط والألوان في خط أزياء جاء تحت عنوان "فقط كافالي" Just Cavalli line، وتم تصعيد الأزمة لتصل لأروقة القضاء فيما يخص حقوق الملكية الفكرية، بينما نفى المصمم العالمي تلك الإدعاءات وفندها. وكان الفنانون قد أقرروا بعدم سماحهم لأي جهة بنقل العمل الفني أو استخدامه في مجال التسويق، كما أكد الفنانون على أن فن "الجرافيتي" هو فن شعبي جماهيري بالأساس، يُخاطب الشرائح المُمهشة، أنه من الشارع وإليه. وأكدوا على أن منطق "الجرافيتي" يُنافي ويُجافي تماماً السوق الرأسمالي ونوازع الفخامة والثراء، ومبادئ العلامات التجارية الشهيرة، وكل ما تمثله تلك الأفكار النخبوية والفئات المُستهدفة، كما أكد الفنانون على أن الفنان لا يُمكن أن يسمح لنفسه أو أعماله بأن تتحول إلى سلعة تُباع وتُستترى. وهُنا نرى اختلاف آراء فناني "الجرافيتي" حول موضوع التعاون مع العلامات التجارية من عدمه، فالبعض لا يرى غضاضة في التعاون كما حدث مع "جوتشي" بينما يرى البعض الآخر أن الأمر مُستحيل. (Harres, 2014)



شكل ٢٤- عمل للفنانين ريفوك" Revok وريس" Reyes وستيل Steel- بحي "ميشين" بسان فرانسيسكو - San Francisco's Mission district -الولايات المتحدة الأمريكية- ٢٠١٢. www.vogue.co.uk/article/graffiti-artists-respond-roberto-cavalli-lawsuit-

* - كافالي Cavalli: هي علامة تجارية إيطالية شهيرة للملابس الجاهزة تم تأسيسها عام ١٩٧٥م، وقام بتأسيسها "روبرتو كافالي" ومقرها إيطاليا.

* - روبرتو كافالي Roberto Cavalli : ١٩٤٠ - ٢٠٢٤م- هو مصمم أزياء إيطالي شهير وهو مؤسس دار أزياء "روبرتو كافالي" الشهيرة . واشتهر أسلوبه بالفكر التجميحي والطباعة على الجلود وتداخل الخامات.



شكل ٢٥ - صورة توضح التماثل الكامل بين الجدارية والملابس المستوحاة منها لدار أزياء "كافالي" - www.pinterest.com/pin/

١٠- التصوير الجداري وصناعة الأزياء في مصر

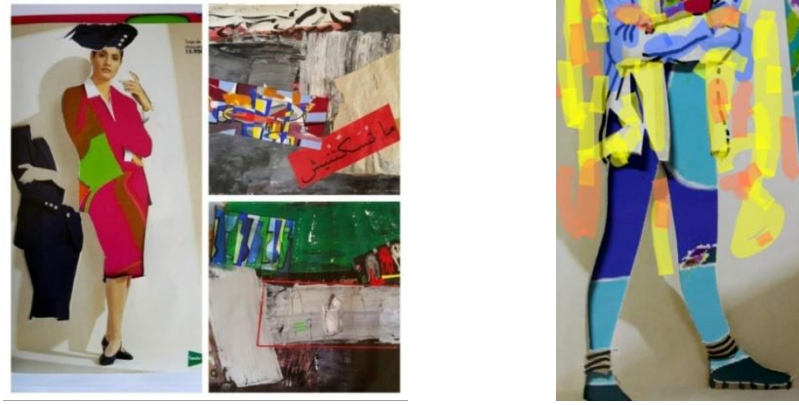
أما في مصر فلم يحدث هذا الاقتران بين عالم الأزياء وفن التصوير الجداري، رغم أن هناك فنانين مصريين معاصرين لهم اهتمامات بمجال الأزياء وفنون الموضة، وإن لم تصل أعمالهم وأفكارهم بعد إلى مرحلة التنفيذ الفعلي على الجدران. ويُعد الفنان "رضا عبد السلام" (*) من الفنانين المهتمين بكافة أشكال الفنون، وهو مهتم بمشاهدة عروض الأزياء والأفكار والابتكارات التي تحدث وبسرعة في هذا العالم المثير للدهشة. ويقوم الفنان بعمل تجارب رقمية Digital في مجال الأزياء، حيث يقوم بإضافة لمساته الخاصة وألوانه على صور فوتوغرافية للعارضات لشكل (٢٦) و(شكل ٢٧). كما استخدم أجزاء وقصاصات من لوحاته ووضعها على صورة إحدى العارضات والزي الذي ترتديه، حيث يتخيل أن أفكاره وأعماله يمكن أن تشكل خطأً ثورياً في مجال الأزياء إذا تم تنفيذها بالفعل، كما هو الحال مع فنانين عالميين.

أما الفنان "أشرف رضا" (*) فقد قامت بالفعل إحدى دور الأزياء المصرية المسماة "برديس ديزاين" Bardees Designs (*) بالاستعانة بمقتطفات وتصميمات الدكتور "أشرف رضا" في مجموعة أزياء خريف وشتاء ٢٠١٧م، والمستوحاه من مجموعة أعمال "التجريدية المصرية". في الصورة (شكل ٢٨) يبدو الفنان وقد وقف إلى جوار أحد نوافذ العرض لمتجر "بيت ورد" Beit Ward بمجمع "كايرو فيستيفال" Cairo Festival التجاري في مصر، وقد وضعت إحدى لوحاته وإلي جوارها "مانيكان" ارتدت تنورة عليها أحد تصميماته التي استخدمتها دار أزياء "برديس". كما ارتدت بعض الإعلانات المصرية في برامجهن أزياء "برديس" (شكل ٢٩) و(شكل ٣٠). وقد صرح الفنان بأن تلك المجموعة تمثل مضمراً لاجتماع عناصر ورموز متعددة من الموروث الشعبي المصري، بالإضافة لخطوط وحروف من اللغة العربية والوحدات الزخرفية، من خلال مجموعة لونية صداحة وصاخبة، كما أضاف أنه من الهام أن يتعرف الشباب على الفنون المصرية من خلال مجال تصميم الأزياء. وقد قامت المصممة المصرية الشابة "برديس أحمد جمال" باستخدام تلك التصاميم في خطوط أزيائها، مما يُضفي عليها الطابع المصري الأصيل ويُساهم في إنتاج ملابس عصرية مع الحفاظ على الهوية المصرية. ويعتقد الباحث أنه يجب الاستعانة بالفنانين المصريين والاستفادة بخبراتهم وأعمالهم في مجال الموضة وصناعة الأزياء المصرية، وأن يكون التصوير الجداري وسيطاً هاماً للدعاية للعلامات التجارية المصرية الوليدة وتقديم الدعم لها. (facebook, 2016)

*- **رضا عبد السلام Reda Abdel Salam**: هو فنان مصري من مواليد السويس، عام ١٩٤٧م وحاصل على بكالوريوس الفنون الجميلة عام ١٩٧٧م، وهو أستاذ متفرغ بكلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان. وهو رسام صحفي عمل بالعديد من المجالات، مثل روز اليوسف والمصور، ولديه تجارب عديدة في مجال التشكيلات النحتية والرسم الصحفي والتصوير. ويهتم الفنان بالتعبير عن مضامين إنسانية وجمالية في الشارع المصري وفي الحياة بشكل عام. (abdelsalam)

*- **أشرف رضا Ashraf Reda**: هو فنان مصري مواليد ١٩٦٠م، وهو أستاذ العمارة الداخلية بقسم الديكور بكلية الفنون الجميلة-جامعة حلوان. وهو عضو الجمعية المصرية لمهندسي الديكور، ورئيس مجلس أمناء مؤسسة "أراك للفنون" وعضو مجلس إدارة الجمعية الدولية للإعلان. وشغل منصب مدير الأكاديمية المصرية بروما. شارك في العديد من المعارض الجماعية وقدم العديد من المعارض الفردية.

*- **أزياء برديس Bardees Designs**: هي دار أزياء مصرية تأسست عام ٢٠١٥م وتخصصت في صناعة الملابس المريحة ذات الطابع الفني، وتقوم بالتعاون مع فنانين تشكيليين واستخدام أعمالهم الفنية في خطوط أزيائها.



شكل ٢٦ و ٢٧ - صورتان فوتوغرافيتان مُتخيلتان لعارضتي أزياء قام الفنان "رضا عبد السلام" بوضع لمساته وتصويراته عليهما عن طريق التطبيقات الرقمية *Digital Apps*.



شكل ٢٨ - صورة للفنان "أشرف رضا" وقد وقف إلي جوار أحد نوافذ العرض الخاصة بمتجر "بيت ورد" *Beit Ward*- وقد وُضعت إحدى لوحاته وبجوارها عارضة *Mannequin* ترتدي تنورة عليها أحد تصميماته.



شكل ٢٩ و ٣٠ - على اليمين صورة للإعلامية المصرية رضوى الشربيني وعلى اليسار الإعلامية "أمينة شلباية" - وقد ارتدتنا أردية من دار أزياء "برديس" مُستوحاه من أعمال الفنان أشرف رضا- ٢٠١٧ م.

١١- نتائج البحث

١. خُصّ البحث إلي أن التصوير الجداري مُنتج على كافة المجالات الفنية، وأنه الوسيط الأكثر شهرة وانتشاراً في العالم.
٢. العديد من مُصممي الأزياء منذ التسعينيات قاموا باستلهام أعمال الفنانين التشكيليين أو أحد الاتجاهات الفنية الشهيرة.
٣. العديد من دور الأزياء العالمية، رأوا في التعاون مع الفنانين التشكيليين إثراءً لعلامتهم التجارية.
٤. جاءت الأفكار في الأعمال الجدارية الصريحة لتمزج بين الفن التشكيلي والموضة، كما شكل التراث الفني والفكري القديم والكلاسيكي مصدراً للإلهام.
٥. تنوعت التقنيات التي استُخدمت في الجداريات، ما بين الأكريليك والفيينيل والتجهيز في الفراغ والعروض الضوئية.
٦. يدور سجال حاد بين مؤيد ومعارض حول تطويع أفكار الجرافيتي وتقنياته لشكل دعاية للعلامات التجارية الشهيرة، حيث يرى البعض أن الجرافيتي يجب أن يبقى حُرّاً غير خاضع لأليات السوق الرأسمالي، بينما يرى الموافقون أن هذا التناقض الفكري يصنع أعمالاً فنية خلّاقة.
٧. أن التعاون بين مجال الموضة وقطاع صناعة الملابس الجاهزة لم يصل بعد في مصر إلي مراحل مُتقدمة، وأنه لا يوجد حتى الآن تعاون ملموس بين فناني الجداريات ومُصممين الأزياء والشركات الصناعية.

١٢- التوصيات

- ١- يوصى البحث بضرورة الاهتمام بالترويج لأعمال الفنانين التشكيليين، واستخدامها كعناصر تشكيلية عن طريق دور الأزياء المصرية، مما من شأنه التمهيد لتعريف الأجيال الشابة بإنتاج الفنانين المصريين.
- ٢- يوصي الباحث بأن يكون التصوير الجداري هو الوسيط المُستخدم في الدعاية لدور الأزياء المصرية، مما سيساهم في التعريف بتلك الدور المصرية الشابة في مجال صناعة الأزياء.

١٣- المراجع

١٣,١- الكتب والمجلات والدوريات

Nancy Hall Duncan- Art x Fashion: Fashion inspired by Art- book published 15 Nov,2022- by Rizzoli- Isbn- 0847872394- p 84.

2 - Esra Varol& Nilay Erturk- The relationship of fashion and art and art literacy of the students of the department of fashion design- Global journal on humanities and social sciences- science park research ,organization and counseling- issue 3-2016- 437-452.4th World conference of design and art-turkey- retrieved on 1 june 2024.

١٣,٢ الصفحات والمواقع الإلكترونية

Baran, Menel - louis vuitton x yayoi kusama : A fresh take or a careless mistake- /www.madeinbed.co.uk/the-luxury-edit-1/ka2vu02bf7nrbkvh17ilnvgdzv7z6p-retrived on 29 dec 2023.

publicis luxe- Advertising agency -paris-france-Lea created for creatives- Louis vuitton takes over Harrods Façade to celebrate launch of Yayoi kusama- ttps://lbbonline.com/news/louis-vuitton-takes-over-harrods-facade-to-celebrate-launch-o- retrieved on 5th of may 2024.

Aaron show- yayoi kusama x Louis vuitton animations rake over giant billboard in Tokyo/hypebeast.com/2022/12/louis-vuitton-yayoi-kusama-shinjuku-tokyo-billboard-info-puplished 2022- retrieved on 10th of may 2024.

Luchford, Glen - Gucci Walls bring billboard advertising to a new level- www.designscene.net/2019/05/gucci-artwalls-pf19.html_ 2019- retrieved on may 16th- 2024.

Ma,Fiona Women Wear s Daily- Gucci kicks off skating board inspired watch campaign with art mural- wwd.com/fashion-news/fashion-scoops/gucci-kicks-off-skateboarding-inspired-watch-campaign-with-art-mural-1203346864/-2019-retrieved on may 16th 2024.

AD Staff- - Architecture and design - Gucci unveils its massive ArtLab in Florence - 24 april- 2018-retrieved 16 may 2024.

link , Becca- Culteredmag - Gucci's Grand Reopening in Las Vegas Reveals a Custom Mural by Artist Ignasi Monreal- may 2022-//www.culteredmag.com/article/2022/05/02/guccis-grand-reopening-in-las-vegas-reveals-retrieved on 17th of may 2024.

Munro, Cait - Art Net-Gucci Collaborated With a High Fashion Obsessed Street Artist Named Gucci Ghost- 2016- //news.artnet.com/art-world/gucci-meets-guccighost-443561- retrieved on may 18th 2024.

By Desigual – Desigual supporting artists like you since 1984- 2023- www.desigual.com/en_EE/CorporateNews_018OkudaNYC.html- retrived on may 19th 2024.

Mds- The Global Fashion Buisness Journal- Desigual, Explosion of color with oukuda San Miguel -2013- www.themds.com/look/desigual-explosion-of-color-with-okuda-san-miguel.html- retrieved on may 19th 2024.

Halloran, Scarlet Killcooley -British Vogue- Cavalli's Graffiti War Wages On-2014- www.vogue.co.uk/article/graffiti-artists-respond-roberto-cavalli-lawsuit-retrieved on 20 june 2024.

Harris ,Ainsly- Fast Company- San fransisco street artists sue Roberto cavalli over its graffiti inspired collection: www.fastcompany.com/3035101/san-francisco-street-artists-sue-roberto-cavalli-over-retrieved on 21 june 2024.

١٣,٣ مقابلات شخصية وصحفية

مقابلة مع الفنان رضا عبد السلام- ٢٠٢٤م- القاهرة.
كتابات للدكتور أشرف رضا على موقع "فيسبوك" Facebook – ٢٠١٦- القاهرة.