



## الرؤية التشكيلية في تصميم ملصقات البروباغندا المعاصرة

م. د. عبد الكاظم علي خلف  
جامعة واسط – كلية الفنون الجميلة

akhalaf@ouwasit.edu.iq

تاريخ الاستلام : ٢٠٢٠ / ٣ / ٣٠

تاريخ القبول : ٢٠٢٠ / ٥ / ٢٠

ملخص:

نعيش اليوم في زمن الصورة المرئية باختلاف اليات تقنيات الاظهار، من تكنولوجيا مرئية و تصميم مباشر و لوحة تشكيلية و اعلان مطبوع ، و نعني هنا بالآليات جل الأجهزة و التقنيات المحدثه في الأدوات التكنولوجية، التي بها نستطيع تشييد المجتمع و صناعته. اذ ان المجتمعات المعاصرة تجد قيمتها في امتلاكها للدعامات التقنية، و تبجيل الصورة الإعلامية، و كذا الترويج للخبر الإعلامي على ابعد الحدود .

عليه جاء البحث الحالي ليسلط الضوء على واحدة من تلك الآليات ، والخاصة بالمعالجات الفنية المتبعة في اظهار صياغاتها الشكلية المختلفة برؤية تشكيلية معاصرة ، وقد تكون من اربعة فصول ، خصص الفصل الأول لبيان مشكلة البحث وأهميته ، والحاجة إليه ، وهدفه ، وحدوده الزمانية ، والمكانية ، والموضوعية فضلاً عن تحديد المصطلحات الواردة فيه ، ومن ثم الفصل الثاني الذي تألف اطاره النظري من مبحثين هما: ( الرؤية الفنية و مرجعيات العقلي و المتخيل ) و ( البروباغندا: آلياتها و تمثلاتها التشكيلية ) ، فيما اختص الفصل الثالث بإجراءات البحث والتي تضمنت مجتمع البحث المتكون من نماذج منقاة لأعمال فنانيين حول العالم ، وتم اختيار (٣) مطبوعات من اعمال فنانيين معاصرين اختياراً قسدياً مثلت عينة البحث ، وقد تم تحليلها على وفق المنهج الوصفي التحليلي ، أما الفصل الرابع فقد تضمن اهم النتائج والاستنتاجات التي خلص اليها البحث

الكلمات المفتاحية: الرؤية، التشكيل، المعاصر، الملصق، الدعاية



## **The plastic vision in designing contemporary propaganda posters**

**Lecturer. Abdulkadhim Ali Khalaf**

**University of Wasit – College of Fine Arts**

**akhalaf@ouwasit.edu.iq**

### **Abstract**

Today we live in a time of visual image in different mechanisms of demonstration techniques, from visual technology, direct design, composition panel and printed advertising, and here we mean mechanisms most of the devices and technologies updated in the technological tools, by which we can build and manufacture society. Contemporary societies find their value in owning technical pillars, venerating the media voice, and promoting media news at the most extreme.

The current research came to highlight one of those mechanisms, and related to the technical treatments used in showing its various formal formulations with a contemporary formative vision, and may be of four chapters, devoted the first chapter to the statement of the problem of research and its importance, need, purpose, and temporal limits, and spatial Objectivity as well as the definition of the terms contained in it, and then the second chapter, whose theoretical framework consisted of two topics: Artistic vision and mental and imagined references and (propaganda: its mechanism and plastic representation), while the third chapter specialized in research procedures, which included the research community consisting of selected models of the work of artists around the world, and was selected (3) publications were chosen from the works of contemporary artists intentionally representing the research sample, and it was analyzed according to the descriptive analytical method, while the fourth chapter included the most important results and conclusions reached by the research.

**Keywords:** vision, plastic art, contemporary, poster, propaganda.



## المقدمة :

اولاً:- مشكلة البحث :-

تعد الملصقات الدعائية إحدى الوسائل المرئية ذات الصلة بالجمهور فهي تعبر عن فكرة معينة عن طريق الرسوم والصور والعبارات المكتوبة ذات التأثير على المتلقي بالفكرة والمضمون الذي تحمله فضلاً عن تأثيرها الشكلي الفني . أن هذا العالم الذي تعتره التقنية في كل مناحيه، أصبح يكتسب قيمته من الآليات التواصلية التي يمتلكها ، و نعني هنا بالآليات جل الأجهزة و التقنيات المحدثه في الأدوات التكنولوجية، التي بها نستطيع تشييد المجتمع و صناعته. اذ ان المجتمعات المعاصرة تجد قيمتها في امتلاكها للدعامات التقنية، و تبجيل الصورة الإعلامية، و كذا الترويج للخبر الإعلامي على ابعاد الحدود .

في هذا البحث نحاول ان نحيط معرفياً بمصطلح البروباغندا و توجهاته و التي تعد معروفة أكثر على شكل ملصقات الحرب. ولكن في جوهرها ، هو وسيلة اتصال تهدف إلى التأثير على موقف المجتمع تجاه قضية أو موقف ما ، ولا يجب أن يكون شيئاً سيئاً. على الرغم من أنها غالباً ما تستخدم للتلاعب بالعواطف البشرية من خلال عرض الحقائق بشكل انتقائي ، إلا أنها يمكن أن تكون فعالة جداً في نقل الرسائل.

تستخدم البروباغندا الرسائل المحملة لتغيير الموقف تجاه الموضوع في الجمهور المستهدف. عند تطبيقها على تصميم الويب ، يمكنك تجربة التقنيات المستخدمة في ملصقات الدعاية واستخدامها بشكل خلاق لتحقيق تصميم فريد لا ينسى.

اننا اليوم امام صناعة ثقافية تقوم على التسلية و الترفيه الذي تروج له وسائل الاعلام من تلفاز و سينما و صحف. ان الواقع الذي كان بموجبه الانسان يميز بين الكاذب و الصادق، الواقع و الخيالي، الحقيقي و الزائف، قد انهار في المرحلة المعاصرة

( فرح، ٢٠١٤، ص ١٠٠ ). لأننا امام سيلان هائل من الصور الإعلامية الأيقونية و التي استطاعت ان تشيد مجتمعا علي رؤيتها، مجتمعا استهلاكيا يؤمن بالمظهر و السطحية و السرعة، و حياة السعادة في استهلاك المنتجات و الترفيه. كما تسعى لصناعة المجتمع وفقا لرموزها أي صناعة واقع مفرط في واقعيته.

" والملصقات بوصفها وسيلة اتصالية فهي تتجه إلى جمهور كبير غير متجانس ، إذ يتم من خلال تقديم المضمون ، تمثيل المعاني والأفكار والاتجاهات بأساليب مشوقة و جذابة من خلال رؤيه تعبيرية تشكيلية كتوظيفات الصور و الرسوم والخطوط والألوان وبقية العناصر الأخرى من أجل تحقيق الغرض المرجو والتأثير في الجمهور" . ( عبد المنعم، ١٩٨٧، ص ٧)

ومن هذا المعنى فان قيمة البروباغندا تكمن في قوة فكرته و وضوحها أي كونها متوازنة بين قيمته الفنية و الوظيفية .وبرؤية تشكيلية كعامل جذب بصري، فهو عمل تصميمي تتجلى فيه قدرة المصمم على التعبير المركز و المباشر و إيضاح الفكرة حيث يجب أن يدرك محتواه خلال فترة زمنية قليلة ليكون فاعلا و مؤديا للغرض المصمم له .

ويرى الباحث أن مرحلة المعطيات الأولية برؤية تعبيرية تشكيلية ثم الفكرة التصميمية فالإخراج الدعائي هي الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها المصمم لتحقيق النجاح المستهدف أو الهدف الإعلامي المرجو من التصميم بدءاً بمجموع العلاقات التصميمية



التي تربط عناصر الملصق إلى محتوى و مضمون الفكرة المطروحة. ومن خلال ما تقدم تكمن مشكلة البحث الحالي، ويمكن ان تصاغ بالتساؤلات الآتية:-

- ما المعطيات الأولية للرؤية التشكيلية التي تحقق الفكرة التصميمية للملصق الدعائي ؟

- ما مدى وضوح مدارس الفن التشكيلي في بناء الدعاية المعاصرة في تصميم الملصقات؟

ثانيا- أهمية البحث والحاجة إليه :

تكمن أهمية البحث والحاجة إليه بما يأتي :-

١- قلة الدراسات في كلية الفنون الجميلة -جامعة واسط في هذا المجال حسب علم الباحث وإطلاعاه .

٢- من الممكن أن تسهم هذه الدراسة ببلورة الوعي للدعاية بشأن بنائية الملصق بوصفه بعداً من الأبعاد المؤثرة في النفس الإنسانية .

٣- من الممكن ان تسهم هذه الدراسة في بيان أهمية الجذب البصري بوصفه المدخل الأساسي لفهم رسالة تصميم الملصق الدعائي التي يجسدها بكافة مكوناته .

٤- يمكن ان تعد هذه الدراسة اسهامة في تعزيز المفاهيم التصميمية التي تشتمل عليها مناهج ومقررات اختصاص الفنون التشكيلية و التصميم في كليات الفنون الجميلة .

ثالثا- هدفا البحث :

يهدف البحث الحالي إلى ما يأتي :-

- تعرف الرؤية التشكيلية في تصاميم الملصقات الدعائية الموجهة.

- كشف بنائية الملصق الدعائي تشكليا.

رابعا- حدود البحث :

تحدد الدراسة الحالية بالمجالات الآتية :-

١- الحدود الزمانية : (الملصقات) الصادرة عام ٢٠١٦-٢٠١٩م

٢- الحدود المكانية : (الملصقات) المعاصرة في العالم .

٣- الحدود الموضوعية : الرؤية التشكيلية في تصاميم (الملصقات) ذات الاتجاهات المختلفة .



خامسا- مصطلحات البحث :

١- الرؤية : ( vision )

لغة رؤية [مفرد]: ج رؤى ( لغير المصدر): مصدر رأى. حالة او درجة كون الشيء مرئيا. (عمر، أحمد مختار، ٢٠٠٨، ص ٨٤٠).

اصطلاحا/

(١) الرؤية فعل الحس البصري.

(٢) تطلق ايضا على ادراك بصري لما هو روحاني، و منه الوحي و الالهام، و تلتقي بهذا مع الحلم و الرؤيا. و ذهب «ديكارت» الى ان الرؤية عمل ذهني يقوم على قوة الحكم بجانب انه عمل بصري. (المعجم الفلسفي، ١٩٨٣، ص ٩٠)

هي المشاهدة بالبصر و قد يراد بها العلم مجازا، و اذا كانت مع الإحاطة سميت إدراكا و تطلق الرؤية في الفلسفة الحديثة على حاسة البصر، و اذا اطلقت الرؤية على المشاهدة بالنفس سميت حدسا، و قد تطلق الرؤية على مشاهدة الحقائق الإلهية، او على المشاهدة بالوحي، او على الادراك بالوهم، او المشاهدة بالخيال. (( صليبا ، ١٩٨٢ ، ص ٦٠٦، ٦٠٥)).

مما تقدم ممكن تعريف الرؤية التشكيلية إجرائيا بانها:

عمل ذهني يعتمد العناصر التشكيلية في تكويناته لأجل خلق صورة يستطيع المتلقي ادراكها بصريا و التفاعل معها نفسيا.

٢- الملصق (Poster) :

- عرفه الربيعي بانه : وسيلة اتصالية بصرية يتم من خلالها نقل الأفكار والمعلومات بين المرسل « المصمم » والمستلم « المتلقي » (الربيعي، ١٩٩٩، ص ٤٨)

- وعرفه (العزاوي) : " انه مطبوع مصمم يجمع مؤثرات بصرية مباشرة بوسائل اتصال مختصرة " . (العزاوي، ٢٠٠٤، ص ٥)

- وعرفه (الواسطي): على انه " وسيلة اتصال بصرية تحمل فكرة عبر تشكيلات فنية معبرة ومركزة ، بسيطة ومفهومة تهدف إلى تحقيق غرض ما اقتصادي أو اجتماعي أو سياسي أو ثقافي أو تجاري .(الواسطي، ١٩٨٧، ص ٣٥)

أما تعريف الباحث إجرائيا للملصق فهو :

- هو تصميم يتكون من فكرة ذات رسالة محددة تفهم من مجموع مكوناته برؤية تعبيرية تشكيلية من قبيل الصور أو الرسوم والكتابات والألوان وتوظف باتجاه تحقيق جذب بصري مؤثر يستهدف إثارة الانتباه والاستحواذ على وعي المتلقي .

الدعاية (propaganda):



٣- دعاية [مفرد]: منهج او طريقة لخلق اتجاه مشايخ او معاد نحو سلعة او فكرة او مذهب بالكتابة او الإعلان او الخطابة او نحوها. ( عمر ، ٢٠٠٨ ، ص٧٤٩ )

٤- المعاصر ( Contemporary ) :

- وجاء تعريفها في المعجم الأساس " عاصر ، يعاصر ، معاصرة : عاش معه في عصر واحد "

(المعجم العربي الأساس، ١٩٨٩، ص ٨٤٤).

- اصطلاحاً: تعني " التزامن في الزمن الفيزيائي والمحاكاة في معايشة الإنسان لزمانه بالفعل ، وهي تفترض شواهد مادية لوجود الإنسان في عصره وحضور العصر في عمله "

(الكبيسي، ١٩٨٩ ، ص ١٩ )

الفصل الأول

المبحث الأول - الرؤية الفنية و مرجعيات العقلي و المتخيل

ان الدوافع الكامنة للتعبير الفني تثار من خلال تطور الأفكار و ظهورها مرئية، و من ثم كيف استطاع الفنان بأدراكه البصري أن يؤثر في التعبير عن تلك الأفكار .

أذن فالرؤى المسبقة تؤثر الى حد بعيد لتحقيق عالم من الصور لدى ذهن الفنان، لكنها تتفاوت في درجة نضوج صورتها في مخيلة الفنان، ومن ثم تطور نمذجتها بلباس جديد من خلال مخيلة الفنان المبدع و وعيه الرؤيوي، إذ أن الصور التي يتم أدراكها داخليا أدراكا أوليا غامضا تطور بعدئذ و تترجم الى اشكال خارجية ملموسة و قد يحدث الكثير لهذه الصور الداخلية منذ لحظة ادراكها حتى لحظة تحقيقها ( رايسر، ١٩٨٦، ص ٣٦ ) و هنا يبقى الدور الخاص بالفنان لا سيما الرسام ذلك أن الرؤية عملية مرتبطة بالحاسة البصرية ، فالرسم و الرؤية أذن شرطان مرتبطان ببعضهما ، و الرسام يعد رائيا يحمل منظومة، و ثمة تجربتان ، تجربة باطنية أو خيالية تدعى بالرؤية، و تجربة خارجية أو تجسيمية تسمى الرسم ( كولنجوود، ١٩٩٨، ص ٣٧٨).

رغم ان كل شخص حتى و أن لم يكن من الفنانين أو المبدعين يكتسب الأفكار و الصور في مخيلته عن طريق الاحداث و المشاهد الحياتية التي تواجهه. فالأحرى بالفنان أن يجتهد في سبيل اكتساب أفكار سابقة سليمة تصلح للظروف المستقبلية. و الأفكار السليمة جديرة بأن تكتسب لذاتها، و لما تحوي من حقائق، فضلا عن أنه من المؤكد أنها تعين، في نهاية الأمر على تقدير الفن تقديراً أصح. و السر لا يكمن في الصور التي يشاهدها الفنان و لا في المحيط الذي يحيط به رغم أن له تأثيراً من جوانب سيكولوجية، و لكن السر في ذاكرة الفنان التي تستقبل الصور و المشاهد المفصلة للصيغ التعبيرية لأن الذاكرة لا تحفظ كل شيء، بل ما يثير الروح فقط. و ما يثير الروح هو الحس المباشر لمخيلة الفنان لأن الصفة الاساسية التي يتصف بها المصور الفنان ليست المشاهدة بل الخيال، فالخيال في الفنون الجميلة هو سيد الملكات و هو الذي يحلل العناصر التي تقدمها



الحواس و العقل و يعيد تشكيلها كما تتراءى له. و ما العالم المرئي كله الا مخزون صور و رموز يعطيها الخيال مكانة و قيمة نسبية ( برتليمي، ١٩٧٠، ص٢٥٠).

أن أفضل الطرق للوصول الى الفن تعتمد الرؤية الشخصية المقرونة بالخيال و التي تعتمد في أبداعها التطور المنطقي للأفكار، و ليس الرؤية البصرية فقط و تفاعلها العصبي. فكان على الإنسان اذا أراد ان يفهم الطبيعة، أي فهم الظواهر المتعددة و المتباينة حوله، أن يفهم الشخصيات الكامنة في هذه الظواهر، و أن يعرف طبائعها و اتجاه أرائها و مدى قواها لكي يكون قادرا على التغلغل و التجسد لتكوين رؤيته الإبداعية لأنها في الغالب تعبير عن عالم يقع خلف عالم المرئيات. و قد لا تكون الظواهر و الطبيعة معاصرة له و لكنه اكتسبها من خلال الثقافة باعتبار أن الثقافة أحد المصادر الرئيسة التي يستقي منها الفنان رؤاه حينما يحاول أن يبدع منجزاً من خلال عيشه لحالة من الحالات لأن الثقافة بما تحتويه من تراث فني من أشكال و نماذج مرئية و ملموسة الى جانب ما أنحدر من أفكار و تصورات داخل هذه الثقافة فأنها بلا شك تحدد مسار الرؤية للفنان بل أنها تفرض نوعا معينا في الرؤية، فالثقافة تتحكم في رؤية الفنان و نظرتة الى بيئته.

يبدو أن أنجاز الصور في مجال الرسم يتضمن قرارات يصدرها العقل مع الأخذ بالاعتبار لمتطلبات الرؤية. فهما يتفاعلان ليفرزا الرؤية الجديدة و التي تتضح من تجريد و انتزاع الأشياء المألوفة من علاقاتها السابقة و النظر اليها في ضوء ارتباطات جديدة غير مألوفة ( جعفر، ١٩٨٦، ص ٦) و ان الارتباط ما بين المخيلة و بين الواقع عند الفنان يتبلور في العقل و يعد كنقطة عبور من الواقع نحو المخيلة ، اذ ان الفنان يعمل على ان يتعمق في داخل موضوعه بفضل الحدس الذي يزيل الحواجز المكانية و الزمانية بينه و بين هذا الموضوع و يجعله ينفذ إليه بنوع من التعاطف sympathy .

ان الاعمال الفنية التشكيلية تؤلف من علامات منظمة بطريقة ذات معنى على السطح او الخامة المستخدمة لإنجازها. و يمكن أن تستحدث تلك العلامات بوسائل مختلفة، او على ما يفرضه مضمون العمل الفني للتوجه نحو الأسلوب الذي يخدم الموضوع. و في نفس الوقت فإن الهيكلية التي يبني عليها العمل الفني تأتي من ترابط الرموز و فعاليتها لإظهار القيم التعبيرية، كما يقول ج. فيون ( أن هيكلية اي عمل فني هو في الوقت نفسه قصيدته الأكثر سرية وأكثر عمقا). (مالنز، ١٩٩٣، ص١٠٨) و هذا العمق في الذات الفنية و الموضوع هو لب القضية الفنية التي تثير الشحنات المحفزة و المؤثرة و المحركة للأحاسيس، و هي جوهر الشكل المعبر. الا أن هذا كله يعد المرحلة الثانية من المنظومة الكاملة لتوليد الفن. أما المرحلة الأولى فهي ترتبط بالفنان و مخيلته و معاملته للأفكار و تطبيقها، اذ أنها تعد مرحلة فكرية.

ان كل شيء في الكون عبارة عن مادة و صورة، و اذا توجهنا نحو التسلسل في العمليات التي تؤدي الى المنجز الفني نجدها مترابطة متكونة من عناصر او اطراف، و كل طرف يحمل شكلا و يحمل فكرة. فالطبيعة بكل ما تحويه من مقومات ان كانت عناصر حية او جامدة فأنها تحمل شكلا و تحمل فكرة داخلها. و هنا فأنا صاحب الرؤية هو الذي يمكنه ان ينفذ الى فكرة هذه الأشياء، و هو نفسه عبارة عن رؤية و فكرة. اما فكرته فأنها تتطور تدريجيا لارتباطها بأفكار سابقة أخذها عن الطبيعة. و يأتي الطرف الآخر للمنظومة و هو المنجز الفني، و الذي بدوره يحمل الشكل و الفكرة. و الشكل فيه هو حقيقة الطبيعة و حقيقة



الفنان الظاهرة أما فكرته فهي ناتج لتحليل فكري الطبيعة و الفنان. و في نهاية العمليات المتقدمة يبقى الدور الذي يلعبه المتلقي في استيعاب لغة الصورة و المفاهيم المتعلقة بالشيء، الأداة، المادة و الشكل. و الى جانب هذه الأمور، كيفية حضور الأشياء في العمل الفني. و هناك بين كل طرف من الأطراف منطقة التخيل التي تربط الأجزاء، و هي مصنع الأبداع و أن الخيال يقفز و يسيل و يتشكل وفق هواه على متن الفراغ الفاصل بين الرائي و المرئي. فهذا العالم الواقع بين عالمين، بين الذات و الموضوع، هو منطقة الخيال الطبيعية، وهو أيضا العالم الذي يهيم فيه الفنانون العباقرة على وجوههم. (أليوت، ١٩٦٤، ص ٩٧) والذي يستقون منه الصورة المتخيلة للشيء و التي تعد حقيقة الأشياء. أذ أن الفنان يأخذ حقيقة الشيء بعملية استيعاب نظرية و من ثم يحيلها الى حقيقة علمية مادية، و كل هذه النشاطات تقع ضمن منظومة الفن.

ان الفترة الزمنية التي تفصل الفنان عن الرؤية الأولية للشيء المرئي تجعله يتفاعل من خلال فترة اختراجه في ذهن و قد يتأثر بالصور اللاحقة له، لأن الانصراف المؤقت عن الموضوع او المشكلة هو الذي يتيح للشخص ان ينظر اليهما حين يعود بمنظار جديد و في مجال جديد قد تبرز فيه بعض العناصر التي كانت قليلة الأهمية فيصبح لها الفضل في حل المشكلة. و هنا يصل المبدع الى استبصار جديد يؤدي به الى اعادة تصور عناصر الموقف في صيغة جديدة توصله للهدف ( رايسر، ١٩٨٦ ص ٣٧) و تعتمد الصيغ الجديدة للفنان على الصور و أكثرها قريبا لروح الفنان و التي يمكن أن يستعيدوها، ليفعلها بمواقف جديدة و مشاهد جديدة تكون أكثر تعبيرا باندماجها بعناصر جديدة. و قد تحضر الصور الى ذهن الفنان من خلال الحكايات و الاساطير و من خلال ما يتضمنه اللاشعور الجمعي ( فهو رواسب باقية في النفس الانسانية ترجع الى الاف السنين، و يطلق عليها يونغ اسم "النماذج البدائية Archetypes" و تتعكس في الاساطير و الحكايات بعد ان تكون قد خضعت لبعض التغيير نتيجة لانها ارتفعت الى مستوى الشعور، و أصبحت تراثا شعبيا يحكي و يعيش في نفوسنا ( رايسر، ١٩٨٦ ص ٨٢)

ان العمل الفني لا يمكن ان يكون موضع للتفسير، لأنه لو كان بالامكان تفسيره باللغة العادية لعبر عنه الفنان باللغة و الكلمات. العمل الفني الاصيل يلغي الفواصل بين الفنان و المتذوق، في التقارب و الاتصال تكون قوة الفن، و من هنا فان الفن هو الذي يتمتع المتذوق بالنظر. فمن لا يتمتع بالصورة الرائعة، لا يراها حق الرؤية ( أليوت، ١٩٦٤، ص ١٤).

المبحث الثاني

البروباغندا - آلياتها و تمثلاتها التشكيلية

تتشابه ادوات و طرق و وسائل البروباغندا في التأثير على الجمهور و السيطرة على العقل الى حد كبير. رغم انها قد تختلف وتتباين ما بين تسويق المنتجات الاستهلاكية إلى بروباغندا السياسة. وهي فن يتطلب موهبة خاصة. إنها ليست أعمال علمية ميكانيكية. فالتأثير على الجمهور يتطلب الخبرات و المعرفة في المنطقة والحكم الغريزي لما هو أفضل حجة للجمهور

(Garth S , 2006, p5)



في عصر المعلوماتية ، من الصعب جدًا تجنب الكذبة المقنعة على أنها الحقيقة ، و التي تسعى إلى الحصول على مكان قوي في العقل البشري. لم يسبق أن كانت آلة البروباغندا لديها أدوات قوية كما هي الآن: التلفزيون والإنترنت. ولا تهدف هذه الأساليب إلى تنمية الأمة والافراد ، بل إلى تدهور وانحطاط الجماهير .

ومن أجل عدم الدخول في شبكة البروباغندا ، نحتاج الى ان نتطور فكريا وعدم أخذ أي شيء "بالإيمان" والبحث عن معلومات بشأن أي أسئلة من مصادر مختلفة.

ويمكن تلخيص آليات البروباغندا الأكثر شعبية التي التقى بها كل واحد منا ، وشرحها بأبسط لغة ممكنة. ومنها

التأثير الأساسي، فإن آلة الدعاية التي تعمل بشكل أسرع تكون دائمًا أكثر فعالية، حيث يتم ترتيب النفس البشرية لدرجة أن الناس يدركون المعلومات الأساسية (سمعت لأول مرة) من أجل الحقيقة ، وقليل من الناس يهتمون بالمرحلة الثانوية ، حتى لو كانت صحيحة بنسبة ١٠٠ ٪ وتتعارض مع تلك التي تم التعبير عنها بالفعل ( الشكل ١ ). ومن اليات البروباغندا هو التكرار ، وهنا يستخدم الدعايون نصًا مبسطًا ، ويكررونه مرات عديدة بحيث يتم تثبيت المعلومات في اللاوعي لدى الناس وتصبح صحيحة بالنسبة لهم. التكرار والتأكيد الغير مبرر هما المفتاح السحري لزرع أي فكرة داخل عقل الجمهور المستهدف.

تغطي وسائل الإعلام التي تديرها الدولة الأحداث من وجهة نظر ملائمة للسلطات ، وتقدم معلومات جزئية ، ولكنها لا تعرض الصورة الكاملة لما يحدث. البروباغندا تختلف عن الأخبار لأن منشئها لا يحاول أن يكون موضوعيًا. فهي لا تقدم جميع جوانب الجدل. بعض أشكالها أكاذيب. ويقدمها الآخرون كحقائق بطرق يمكن أن تكون مضللة أو مربكة

(Doeden, 2020, p6) إذا كان هناك حاجة لإخفاء أي حدث هام ، يتم إنشاء حصار معلومات يمنع ظهور معلومات معينة. غالبًا ما يستخدم هذا "الاختلاط" من قبل الدعاة ، الذين يضيفون حقيقة واحدة أو اثنتين من الحقائق الحقيقية إلى ٩٠ ٪ من القصص الخيالية في بداية الأخبار أو الرسالة ( الشكل ٢ ).

و آلية أخرى هي لعبة التحيز (الصور النمطية للتكثير) اللعب على الأحكام المسبقة للأشخاص ذوي التعليم المتدني ، فإن المتلاعبين بالوعي يحققون نتائج مهمة. في الأونة الأخيرة ، سعى المنظر الأدبي بول دي مان إلى نقل البروباغندا وتأثيراتها الإيديولوجية كمسألة جمالية مركزية مرتبطة بمشكلات القراءة ( Jonathan ,2013, p15 )

من الليات الشائعة للبروباغندا والتي ترتبط بالدعاية السياسية عادة ، هو وهم دعم الأغلبية وصورة العدو، حيث يحاول المتلاعبون الكاذبون دائمًا تقديم أفكارهم كما لو كانت مدعومة من قبل غالبية السكان. في أغلب الأحيان ، يتم تضمين "صورة العدو" هنا أيضًا: تتحدث وسائل الإعلام عن مدى روعتنا ونوعنا ، ويريد الأشرار من دولة أخرى أسرنا وتدميرنا. ومع ذلك ، نحن الأغلبية وسنهزم العدو بأي ثمن. وغالبًا ما يفسر الحكام المستوى المعيشي المنخفض للسكان عن طريق خدع القوى الخارجية ، وتحويل كل المسؤولية عن أفعالهم غير المهنية إلى عدو معين (شكل ٣).



نذهب الى الية اخرى و هي استخدام الرموز و النخب حيث يتم من خلالهم تسويق المنتجات الخاصة بالشركات و قد تكون هذه الرموز فنانيين او رياضيين بطريقة ظهور الشخصية مع المنتج او يستخدمه او بتوجيه الجمهور ( الشكل ٤ ).

احدى الطرق المتبعة للدعاية هو خلق المشكلة وتقديم الحلول حيث ينقسم الإعلان في هذه الحالة إلى قسمين، يكون القسم الأول بطرح مشكلة تواجه شريحة مستهلكين معينة كمثّل مشاكل محركات السيارات و بعدها تقديم الزيوت الخاصة كحل للمشكلة، و كذلك مشكلة النظافة و التعقيم و طرح منتج ذو فعالية عالية حسب ما تظهره الدعاية بشطرها الثاني كحل نموذجي ( شكل ٥ ). ومن اشهر الأمثلة في وقتنا الحالي أنتشار فيروس كورونا المستجد covid 19 كواحد من بروباغندا الحرب البيولوجية و صراع الدول العظمى و تسابقها لإيجاد اللقاح كحل لهذه المشكلة .

و من اشد أنواع البروباغندا خطورة هو استئثار الغرائز لد D المتلقي لاجل ترويج سلعة تجارية و تتميط المرأة لتصبح سلعة يتاجر بها. و قد يتم توظيف هذه الالية سياسيا و الهدف منه اشغال الجمهور عن متابعة الوضع العام و استغلال حاجتهم للترفيه بعرض الأفلام و المسلسلات و البرامج بشكل واسع.( شكل ٦ )

لا يمكننا الهروب من الدعاية ، فالأمر كله يتعلق بنا ، وبدلاً من ذلك يجب علينا إما السعي لفهمها وعزل آثارها أو السعي إلى استيعابها والخضوع لآثارها ؛ ولكن المفتاح هو أننا لا نقبل تعاليم العقيدة بشكل أعمى وأننا نمارس رغبتنا في الاختيار ، إن لم يكن تجربة الإرادة الحرة ، على الأقل إرادة أكثر حرية (Paul R. , 2014, p18) .

في معظم الأحيان ، الطرق المذكورة أعلاه "لا تذهب واحدة تلو الأخرى" ويتم استخدامها في مجموعات لتعزيز التأثير .

أن جميع تقنيات البروباغندا تعتمد على جهل الناس وعاطفتهم. و بدلاً من التركيز على مشاكلهم الخاصة ، والتي ستؤدي بالطبع إلى كشف الخدع الدعائية ، تحول وسائل الإعلام التي تديرها الدولة الأسهم إلى الأحداث التي تحدث غالباً في بلدان أخرى. هذه الأخبار لا تحمل أي أهمية بالنسبة للشخص العادي ، لكنها توجهه بتحويل انتباهه عن الأجور المنخفضة والبطالة والطب الرديء و الخدمات المتدنية ، على سبيل المثال.



شكل رقم ٣



شكل رقم ٥

شكل رقم ٢

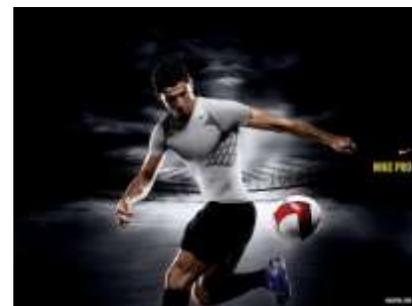


شكل رقم ٤

١

رقم

شكل



شكل رقم ٦

المؤشرات التي أسفر عنها الاطار النظري

- ١- يرتبط الجذب البصري بالجانب التعبيري التشكيلي الذي يشكل القيمة الحقيقية للملصق .
- ٢- قدرة الفنان على انتخاب الأشكال ذات الرؤية التشكيلية المفعلة لتأكيد فعلها الجاذب .
- ٣- يمكن تأكيد فاعلية التأثير على المتلقي من خلال التنظيم المبرمج للعناصر التشكيلية واختيار التوزيعات المناسبة في تصميم الملصقات .
- ٤- تشكل الرؤية التشكيلية مرتكزا مهما لعملية الاتصال وتحقيق رسالة الدعاية (الملصق) .
- ٥- يعتمد الفنان لاستخدام الرموز الأكثر شهرة و التي ترتبط بالوعي الجمعي لدى الجمهور في الدعايات (الملصق) لكونها أكثر جذبا من غيرها بغض النظر عن مقبوليتها لديهم.
- ٦- ترتبط جاذبية فكرة الدعاية (الملصق) بمعاصرة الاحداث و حداثتها لاثارة الانتباه و التأثير في المتلقي
- ٧- القيم الجمالية المتحققة في رسوم الدعايات والمجسدة لموضوعه الذي يتحقق من خلال الرؤية التشكيلية عامل مهم في خلق مقبولية لدى المتلقي .
- ٨- آتعدت الدعاية المعاصرة الاختزال في الشكل و الكلمات.
- ٩- وضوح التجارب المعاصرة للفن التشكيلي في تطبيقاتها على الدعاية كفنون البوب ارت و المينيماليزم و الالستريشن



الفصل الثالث (اجراءات البحث) :

أولاً : مجتمع البحث

اشتمل مجتمع البحث - والذي تجاوزت نماذجه العشرات بل المئات من الملصقات - على نماذج منتقاة من الصور المرسومة لتمثيل الدعاية السياسية و الترويجية والتي ظهرت في بقاع مختلفة ، على اختلاف اساليبها وطرق الرؤية والعرض التي ارتأها منتجوها ، لإظهارها بشكل ورؤية جديدة وآليات مختلفة .

اعتمد الباحث في تجميع نماذج مجتمع البحث على ما وجده من المصورات الملحقة مع المصادر الأجنبية ، اضافة الى اعتماده وبشكل كبير على المصورات المتوفرة على شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) .

ثانياً : عينة البحث

تم اختيار نماذج مصورة لعدد من الملصقات الدعائية المرسومة والبالغ عددها ( ٣ ) نماذج ، وتم اختيار عينة البحث قصدياً ، ووفق المسوغات الآتية :

وجود تنوع واضح في الرؤية والتكوين الفني للنماذج او الملصقات المختارة .

استبعاد النماذج التي تعود الى نفس الرسام او الى نفس البلد ، خصوصاً وان هناك تباين في اعداد اعمال كل فنان على حدة ، واجمالي في اعداد الاعمال التابعة الى دول بعينها دوناً عن غيرها . بسبب الظروف التي حكمت الفنانين بآنتاجها ، اقتصادية كانت ام سياسية.

ثالثاً : أداة البحث

اعتمد الباحث المؤشرات النظرية التي انتهى اليها الاطار النظري مستثمرين المقولات الجوهرية منها والتي تسهم في اغناء التحليل وتوجيهه الوجهة العلمية الصحيحة .

رابعاً : منهج البحث

أعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي في تحليل عينات البحث الحالي .

خامساً: تحليل العينات





عينة «١»

اسم الفنانة : آرانتكسا

عنوان العمل : فيمنست

سنة العمل : ٢٠١٩

مكان العمل : المكسيك

العمل الحالي واحد من سلسلة اعمال للفنانة المكسيكية ضمن سلسلة اعمال دعائية. نرى التنوع التقني الاظهاري من خلال استخدامه لمفردات شكلية وظفت بطريقة التكتيف و بقيم لونية متعددة حاول فيها الفنان تقديم جماليات ثنائية البعد من تلك المفردات و رموزها من خلفية لونية تميل للزهري تتوسطها كلمة «FEMINIST» فيمنست و مجموعة من الخطوط الملونة كظلال للكلمة تحرف نحو الزاوية اليمنى من الأسفل. في محاولة لتعزيز الايهام بالاتجاه مع سيادة المضمون في دلالات الكلمة .FEMINIST

مثلت التنظيمات الشكلية بطريقة أظهرت التفعيل المتداخل كأساس في انشاء التنظيم الكلي حيث جمعت العديد من المفردات الشكلية في فضاء التصميم وقُسمت المساحة التصميمية .

وفي هذا النوع عادة يتم إغلاق الفضاء للتكتيف الحاصل فيه كنتاج عن الفكرة لكن المصمم اقتطع جزءاً كفضاء علوي وسفلي وذلك لضرورات شكلية هي نوع من الانفتاح بين الأعلى والأسفل ولإيجاد فعل تبايني ما بين الكتلة الشكلية المكثفة لونياً والفضاء غير المشغول بأي تأثير سوى نص كتابي باللون الأبيض و بحروف كبيرة وهو نوع من محاولات إيجاد التوازن في الشكل العام . ان التبسيط في تفعيل الاشكال و الألوان ينحرف نحو توجهات المينيماليزم في الفن التشكيلي و يبدو واضحاً من خلال المساحات اللونية الفاتحة والغامقة بتركيبها و بنائيتها عزز الإحساس بالعمق الفضائي من خلال الخطوط المتوازية التي ظهر بها الشكل فأعطت عمقاً فضائياً لجزء من الملصق التي أثمرت عن عمق فضائي رغم التسطیح في المستويات .

و بالتوجه نحو المضامين نستطيع أن نميز مركز العمل التصميمي بالكلمة التي رسمت بحروف كبيرة لاعطائها المركزية و استخدامها كنقطة جذب و لتحميل المعنى و تكثيفه بالنسبة للمتلقي. أما بالنسبة للخطوط الملونة المتوازية ، شكلياً عمد الفنان لوضعها كصيغة تزيينية و تكوينية لمجمل العمل، اما موضوعياً نستطيع ان نتعرف على مجموعة الألوان هذه بدلالات شعار المثاليين. و يتوضح ذلك من خلال خلفية العمل الزهرية للدلالة على الانوثة.



عينة «٢»

اسم الفنان : شيبارد فيري

عنوان العمل : كلا

سنة العمل : ٢٠١٦

مكان العمل : الولايات المتحدة

من النظرة الأولى للملصقات اعلاه يلاحظ أن الفنان وظّف الجانب التحذيري او الصدمة رغم تشابه الجزئين. كتشكيل عام اقتصر الملصق على عدد محدود من الألوان و التي صاغ الكثير من سلسلته خلالها معتمدا الفنون المعاصرة ( بوب آرت ) اتجاه لتنفيذها. اعتمدت الملصقات على شخصيات و رموز معروفة ( رؤساء الولايات المتحدة) في حملاتهم الانتخابية. الخلفية بلونين الأحمر و الأزرق الفاتح . اقتصرت الدعاية على كلمة واحدة (أمل - hope) و ( كلا - nope). لقد تمكن الفنان من خلال العنوان واشتراكه مع الصورة الفوتوغرافية في بناء فكرة الملصق فضلا عن قيمتها الجمالية من حيث هي عمل فني يستوقف نظر المتلقي ، إذ تعد الصورة من العناصر المهمة التي تزيد من قدرة الملصق على جذب الانتباه ومن ثم إيصال فكرة الملصق وتحقيق رسالته وبذلك يكون الفنان قد نجح في تحقيق الجو النفسي المناسب الذي يساعد على تقبل الفكرة الرئيسية للملصق لدى الجمهور المتلقي وذلك من خلال خلق نوع من الارتباط بين الصورة الإعلانية والأفكار العامة بالرؤية التشكيلية و ذلك من خلال التضاد الكلامي بين القبول و الرفض. فأعطى كلمة القبول بالامل للتأثير الاوسع بمخاطبة الجمهور المتلقي. و اعطى الرفض بكلمة nope و بالإنكليزية الامريكية كلمة لها معنى الرفض القاطع كأسلوب ملائم في العمل التصميمي لكي تعمل عملها في تفكير المشاهد المتلقي من خلال استتارة اهتمامه فالصورة جاءت متوافقة مع الفكرة ( هذا مرفوض و هذا الامل ) للانحياز نحو جهة معينة ضد الأخرى . و كذلك نستطيع ان نشاهد نظرة الامل لصورة باراك أوباما و هو ينظر للأعلى مع كلمة أمل. و في الملصق الثاني التحذيري و الرفض نرى توجه نظر دونالد ترامب مباشر نحو المتلقي مع حركة الشعر الغريبة للإيحاء الفوضى.

وقد تحققت السيادة بالرؤية التشكيلية للصورة الفوتوغرافية التي احتلت اغلب المركز الهندسي الاعلان (الملصق) كما أشرنا فضلا عما تحمله من طاقة تعبيرية جاذبة ومؤكدة لمضمون الفكرة .



عينة «٣»

اسم الفنان : ألكسندر غوباروغوف

عنوان العمل : نحن موجودون

سنة العمل : ٢٠١٧

مكان العمل: روسيا الاتحادية

اعتمد النظام البنائي للملصق على الشكل الرئيسي المتضمن للفكرة الاساس ويسعى دائما" لاعتماد الرؤية التشكيلية كأسلوب ملائم في عمله الفني من خلال شغل المركز الفضائي البصري للملصق وتوزعت باقي الأشكال على بقية أجزاء (الملصق). تكون الملصق اعلاه من عدة مستويات احتل الجزء الوسطي منها على المركزية من حيث الحجم الأكبر للشكل المتمثلة بشكل ( الدب) للدلالة على الدولة الروسية و باللون البني الغامق. أما الموقع الفضائي الآخر الذي احتوى اشكال الأشجار ( الصنوبر ) للدلالة الأخرى على الغابات الروسية على أبعاد متقاربة و مكثفة. أما الجزء السفلي من الدعاية و الذي عزل عن الجزء المركزي بخطوط و نقاط للدلالة على الرسم الحدودي، تكون من رسم لجنديين أمريكيين يتحاوران و بجانبهما مجموعة من الصواريخ و التي تتجه نحو مركز العمل، غير انهم رسموا بأحجام اصغر و تتجه الصواريخ المتراكمة نحو المركز أيضا و ذلك لدلالات سياسية باعتماد الدول المجاورة لروسيا كقواعد عسكرية أمريكية، و يظهر في الحوار الجملة ( و في الطريق للعالم تضجع روسيا ) . و يظهر الدب بعين واحدة مفتوحه مع ابتسامة سيطرة و استهزاء للدلالة على القدرة و السيطرة في موقعها.

اعتمد الفنان أسلوب الاستريشن و هو احد الأساليب المعاصرة في رسم الملصقات و الدعايات و يحمل قدرة تعبيرية كبيرة في الوقت الحاضر .

ان أولى مناطق الجذب التي عملت على سحب البصر نحوها والتي جسدت فكرة (الملصق) تكوّنت أساسا من شكل رمزي مثل شكل الدب، كما اسهم التباين اللوني للأرضية في تحقيق الإيهام الحركي والاتجاهي حيث عزز ذلك اتجاه نظر الأشكال في الاسفل والتي اتجهت اغلبها إلى الشكل الرئيسي في الأعلى وقد أكد المصمم من خلال اعتماد الرؤية التشكيلية فكرة (الملصق) وبذلك نجح في خلق ترابط بين الكلمات التي تصنع الصورة في الأذهان والصورة التي تصنع الكلمات في الأذهان، من خلال خلق انطباعات بصرية تؤدي إلى زيادة قدرة المتلقي على استرجاع النص الكتابي للملصق. وقد جاءت



الفكرة ذات مضامين تحمل معاني الوطنية والانتماء للوطن وعلى الرغم من التعددية الشكلية واختلاف مفردات الملصق. وقد جاءت الفكرة ذات مضامين تحمل معاني الوطنية والانتماء للوطن وعلى الرغم من التعددية الشكلية واختلاف مفردات الملصق.

#### الفصل الرابع : النتائج و الاستنتاجات

##### أولاً : نتائج البحث

١- البنى الفنية لنماذج العينة اظهرت توجهات واساليب تشكيلية لمدارس فنية معاصرة في الصياغة والتنفيذ .

٢- اتخذ اللون منحى فعالا رغم محدوديته بدلالاته الرمزية .

٣- بعد متابعة سلسلة اعمال الفنانين و اختيار العينات ظهر تبنيهم لاتجاهات فنية يمكن تصنيفها تشكيليا رغم اعتماد بعضها تقنيات التصميم الكرافيكى.

٤- اظهرت العينة رقم (٣) تبايناً واضحاً في حجوم المشخصات المنفذة ، حيث اخذت الشخصيات الرئيسية على مسرح الحدث الحجم الاكبر مقارنة بباقي الشخصيات الثانوية التي جاءت بحجوم اصغر .

٥- الاختزال و التبسيط سمة من سمات المعاصرة و هذا ما لاحظته الباحث في عينات البحث.

##### الاستنتاجات

١- تمثلت خصوصيات البنى الاسلوبية للبروباغندا المعاصرة ، في كونها صياغة تحمل مختلف المظاهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية .

٢- مثلت بعض الدعايات المعاصرة اراء مبدعيها الشخصية من دافع وطني او اعتقاد شخصي او مجرد ترويج تجاري بعيدا عن الدوافع السلبية .

##### المصادر

١- اليوت، الكسندر: افاق الفن، تر: جبرا إبراهيم جبرا ، دار الكاتب العربي ، ط١، ١٩٦٤.

٢- برتليمي ، جان: بحث في علم الجمال، تر: أنور عبد العزيز، دار نهضة مصر، ط١ ، ١٩٧٠.

٣- جعفر، نوري: جذور الابداع لدى كل الناس، بغداد، دار الشؤون الثقافية، ١٩٨٦.

٤- رايسر، دولف: بين الفن و العلم، تر: سلمان داود الواسطي، بغداد، دار المامون، ١٩٨٦.



- ٥- الربيعي، عباس جاسم : الشكل والحركة والعلاقات الناتجة في العمليات التصميمية ثنائية الأبعاد ، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، ١٩٩٩
- ٦- صليبا، جميل، المعجم الفلسفي بالالفاظ العربية و الفرنسية و الإنكليزية و اللاتينية، الجزء الأول، دار الكتال اللبناني، بيروت، لبنان، ١٩٨٢ .
- ٧- عبد المنعم، راوية : القيم الجمالية ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٨٧ .
- ٨- العزاوي، حكمت رشيد: الجذب في بنية تصاميم أغلفة المجلات ، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد، ٢٠٠٤ .
- ٩ - عمر، أحمد مختار، معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد الثاني، ط١، عالم الكتب القاهرة، ٢٠٠٨ .
- ١٠- فرح، محمد علي: صناعة الواقع- الاعلام و ضبط المجتمع، مركز نماء للبحوث و الدراسات ، دار تفكر، ٢٠١٤ .
- ١١ - الكبيسي ، عمران : الحداثة وأزمة المصطلح النقدي ، آفاق عربية ، السنة / ١٤ ، العدد / ٧ ، بغداد ، ١٩٨٩ م .
- ١٢- كولنجوود، روبين جورج: مبادئ الفن، تر: احمد حمدي محمود، الهيئة الصرية العامة للكتاب، ١٩٩٨ .
- ١٣ - مالينز ، فريدريك: الرسم وكيف ننذوقه «عناصر التكوين» . ت: هادي الطائي ، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد ، ١٩٩٣ .
- ١٤- المعجم العربي الأساس: جماعة من كبار اللغويين العرب ، لاروس للطباعة ، ١٩٨٩ .
- ١٥- المعجم الفلسفي/ مجمع اللغة العربية، القاهرة، الهيئة العامة لشؤون المطابع الاميرية، ١٩٨٣ .
- ١٦- الواسطي، خليل إبراهيم : المضامين الفكرية وعناصر التصميم الفني للملصقات في العراق ، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد .

١٧- Doeden, Matt) : what is propaganda , lerner publications company, Minneapolis, MN55401, USA, 2020, p6)

١٨ - Garth S. Jowett and Victoria Odonnell, propaganda and persuasion, 4th edition, SAGE publications, thousand Oak. London. Delhi. 2006.

١٩ - Jonathan Auerbach and Russ Castronovo :The Oxford Handbook of propaganda studies, Oxford University Press, New York, 2013, p15)

[20https://www.researchgate.net/publication/272036498\\_Political\\_Marketing\\_and\\_Propaganda\\_Uses\\_Abuses\\_Misuses](https://www.researchgate.net/publication/272036498_Political_Marketing_and_Propaganda_Uses_Abuses_Misuses)