الأهداف النفسية في تصاميم الملصق السياسي العالمي

خليف محمود خليف الجبوري

ملخص البحث :

تنوعت المصادر الإبداعية بتنوع الوسائل التعبيرية في السياسة والأدب والفنون الجميلة ، ومنها الملصقات السياسية التي كان لها دور واضح في التعبير عن الحالة الكفاحية والاحتجاج الرافض للاحتلال ، وتنطق في أسلوبيتها ومعالجتها التقنية لمختلف الموضوعات بالتجليات الابتكارية للفنانين ، والحدسية التفاعلية مع الرؤى والتوصيفات المشهدية البصرية ، وكذلك التأثيرات النفسية المعبرة عن الطاقة الإنسانية . وكان الملصق السياسي أحد أهم الوسائل الإعلامية والدعائية في ميدان الحرب النفسية ، لما يمتلكه من قوة في مخاطبة العقول والنفوس من مختلف المستويات ، فضلاً عن أنه يسهم في إثارة وتنمية الوعي السياسي والفكري لدى المتلقي .

يهدف البحث إلى التعرف على الأهداف النفسية في تصاميم الملصق السياسي من خلال تحديد :

- العناصر المكونة للأفكار ذات الأهداف النفسية في تصاميم الملصق السياسي العالمي .

وقد اقتصرت حدود البحث الزمكانية على بعض النماذج من الملصقات التي نشرت عبر الانترنيت عام (2003) قبيل احتلال العراق ... وأعقب الحدود على ما تضمنه البحث من مصطلحات وتعريف إجرائي ، أما الفصل الثاني فضم الإطار النظري الذي تكوّن من ثلاثة مباحث ، الأول تضمن مدخل في الجوانب النفسية ودور الملصق السياسي بوصفه رسالة إعلامية سياسية موجهة نفسياً للتأثير في سلوك المتلقين ، أما المبحث الثاني فتناول الدلالات النفسية للعمل الفني من خلال الخط والشكل واللون ، فضلا عن ، الأسس التنظيمية في الملصق السياسي ، وتناول المبحث الثالث الجانب التعبيري والجمالي والاجتماعي والفني والفكري ، فضلا عن الأبعاد السياسية في عام 2003 قبيل احتلال العراق. وفي الفصل الثالث عرض إجراءات البحث . أما الفصل الرابع فقد ضمّ ما تحقق من إجراءات بحثية وصولاً للأهداف في ظل تحليل العينات المعتمدة وجاءت النتائج التي كشفت عن تحقق الدلالة النفسية من خلال الشكل واللون ، وكذلك السيادة الشكلية للتعبير عن مضمون الملصق ، وأهمية الألوان الدافئة في تحقيق الإثارة النفسية والفاعلية المباشرة لمدركات المتلقي الحسية ، وتنشيط الوعي لديه في توصيل مضمون الرسالة الإعلانية.

الفصل الأول
مشكلة البحث :

في هذا العصر ، الذي تؤكد الدلالات انه عصر الغزوات والانهيارات والهزائم الكبرى والاحتلال باسم الديمقراطية الجديدة والتكنوقراط ، تتعلق الشعوب المغزوة بقشة ، محاولة منها للوصول إلى بر الأمان حيث تنوعت المصادر الحياتية التي أعاد الفنانون اشتغالها لتحويلها إلى معبرات عن الحالة الكفاحية الاستثنائية التي يعيشها الشعب العراقي ، وتطلعاته إلى التحرير ، من خلال الاحتجاج الرافض للاحتلال ، والتي تشكل بالتالي رؤية وموقف الفنان برفض الاحتلال . من هنا كان للتوصيفات المشهدية البصرية المبتكرة والمتفاعلة مع الأحداث اليومية

المتسارعة الإيقاع والتي تنم عن فوضى عارمة ، دور في تشكيل الملصق السياسي بوصفه واحد من أهم الوسائل الإعلامية والدعائية في ميدان الحرب النفسية خلال فترات الحروب ، لما يمتلكه من قوه في مخاطبة العقول والنفوس من مختلف المستويات ، كما أنه يسهم في إثارة وتنمية الوعي السياسي والفكري الجمعي لدى المواطن ، بوصفه دلالة معرفية ووجدانية معبرة عن هوية وجودية وكفاحية معتمدة على التكوين الشكلاني في صياغة واقعية للحالة المرصودة ، أي المواءمة ما بين الشكل والمضمون والمعالجة الأسلوبية والتقنية في تحميل اللحظة التوصيفية إشكالاً تعبيرية ، تحريضية وتثويرية للمتلقين ...

لذا وجد الباحث من خلال متابعة – عبر الانترنت – فن الملصقات السياسي العالمي الذي أبدع به وساهم بنشره عدد كبير من الفنانين العالميين الرافضين للحرب على العراق ، بأن هناك الكثير من المؤشرات التي تؤكد على التأثير النفسي وأهميته التعبيرية في إثارة وتحفيز المتلقي ... من هنا يرى الباحث أن من الضروري طرح مشكلة البحث بصيغة السؤال التالي :

(هل تحققت الأهداف النفسية في تصاميم الملصق السياسي العالمي ؟)

أهداف البحث :

يهدف البحث إلى التعرف على الأهداف النفسية في تصاميم الملصق السياسي العالمي من خلال :

– العناصر المكونة للأفكار ذات الأهداف النفسية في تصاميم الملصق السياسي العالمي .

حدود البحث :

يتناول البحث دراسة الأهداف النفسية في تصاميم بعض النماذج في الملصق السياسي العالمي ضمن الملصقات التي نشرت عبر الانترنت عام 2003 قبل احتلال العراق ، والتي تختص بالشأن العراقي .

تحديد المصطلحات :

الملصق السياسي :

هو وسيلة من وسائل الاتصال لنقل وتبادل الأفكار والمعاني عن طريق الأشكال البصرية ، مهما كان محتواه السياسي أو الاجتماعي أو الإعلامي أو التعليمي أو الثقافي[1] كما أنه "يستخدم في حالات الحروب ، وضد الاستعمار ، وشحذ الهمم وتجسد روح الفداء في قضايا الحرية والنضال ، فضلا عن انه يستخدم في توعية الجماهير وتوجيهها نحو البناء والنظام والعمل ، وقد كان لهذا الفن أثر بالغ في نقل العلوم والأفكار والاتصال الثقافي"[2] .

وفي ضوء ما تقدم ، فإن تحديد مصطلح – الملصق السياسي – في حدود البحث هو بأنه عمل فني ذو غاية اتصالية بصرية يتفاعل من خلالها المرسل والمتلقي من خلال مجموعة العناصر والأسس التصميمية المكونة له ، والتي تحمل مضامين سياسية أو ثقافية أو اجتماعية .

الفصل الثاني

المبحث الأول

الجوانب النفسية

مدخل :

تشهد المجتمعات محناً قاسية تتمثل بالأزمات السياسية ، وتجوال شبح الحرب وما يترتب عليها من كوارث اقتصادية واجتماعية ترمي بظلالها – بشكل وبآخر – على المجتمعات والأفراد على حد سواء فتفقدهم الأمان ، وتسهم بعدم توافر الاتزان الاجتماعي ، مما يسهم في أحداث حالة التوتر والارتباك ، وكذلك حركة الإعلام المضاد والإعلان

المتمثلة بالملصق السياسي بأشكاله وأساليبه المختلفة ، بوصفه واحدا من الوسائل الدعائية والإعلامية في الحرب النفسية بفعل قدرته على الإثارة وتنمية الوعي السياسي والفكري لدى المتلقين .

ولما كانت إرادة المواجهة تقوم في أساسها على جوانب معرفية ونفسية واجتماعية ، لذا فإن الخصم غالباً ما يحاول – وبوسائل متنوعة – أن يوهن من درجة التزام الأفراد بالمبادئ والقيم الاجتماعية والروحية التي يؤمنون بها ، وهذا ما سنجده واضحاً من خلال مؤشرات عدة تؤشر ظهور حالات من التصرفات اللامسؤولة وكذلك الاختلال بالتركيبة الإنتمائية للأفراد والجماعات على حدٍ سواء .

وفي اتجاه نقيض يأخذ الإعلام الوطني دوراً حاسماً في التحصين النفسي والفكري والعقائدي في مجالات الحياة كافة ، وعلى المستويات الاجتماعية المختلفة لبناء وتعزيز الإرادة النفسية للمواجهة[3].

الجوانب النفسية :

يعد الملصق السياسي أحد أهم أركان الفن من حيث هو ظاهرة اجتماعية لا تقل أهمية عن أساليب المواجهات الأخرى في إحداث التكامل النفسي والفكري والاجتماعي ، وعلم النفس يدرس السلوك أو النشاط الإنساني والفن هو أحد الأنشطة الإنسانية ، وعليه فإن هذا النشاط يكون موضوعاً لأحد فروع علم النفس ، ويستهدف دراسة الأسباب والعوامل الكامنة وراء العمل الفني أو النشاط الفني (الملصق السياسي) ، ودور العوامل العقلية والنفسية والاجتماعية وتفاعلها من أجل الوصول إلى إنتاج أو تكوين عمل ، وما يتركه هذا العمل من آثار نفسية في توجيه المتلقين[4] .

فالعلاقة بين النفس والفن لا تحتاج إلى إثبات فالنفس تصنع الفن ، وكذلك يصنع الفن النفس، النفس تجمع بكامل امتدادها التاريخي وحضورها الآني أطراف الحياة ، والفن يرتاد حقائق الحياة لكي يضيء جوانب النفس ، والنفس التي تتلقى الحياة لتصنع الفن هي النفس التي تتلقى لتصنع الحياة ، إنها دائرة لا يفترق طرفاها إلا لكي يلتقيا ، وحين يلتقيان يظهر المعنى ، ولا يعرف الإنسان نفسه إلا حين يعرف المعنى[5] .

وللفن قيمة لكونه من صنع الإنسان ، وهو أداة تأثير فاعلة لتغيير مسار الأحداث ، فضلا عن كونه رمزاً توثيقياً لحيثيات الأحداث ، وبذلك يكون العطاء الفني حدثاً وشاهداً في مسار التاريخ.

من هنا تبرز أهمية الملصق السياسي في التأثير النفسي في المتلقي بوصفه رسالة يسعى المصمم أو الرسام من خلاله إلى استمالة أهواء المتلقي والتعرف على رغباته الحسية وابتكار ما يمكن أن يثير رغباته ، إذ تمثل الابتكارات الفنية في الملصق السياسي التي يحققها المصمم ناتجة عن تصوراته للاستجابة نحو موضوع ما بما يملكه من خبرة عملية على ترجمة أفكاره ورغبته في تحقيق انسجامها مع الواقع وتوافقها مع أهدافه في أثاره مرئية فاعلة من شأنها الرسوخ في ذاكرة المتلقي وتحفيز أحاسيسه في إدراك مضمون الرسالة الإعلامية . [6]

من هنا يرى الباحث أن هناك عدد من المرتكزات المؤسسة لدعم الأهداف النفسية يمكن إيجازها بما يلي :

1. الإثارة والانتباه .
2. تحفيز الرغبة والإقناع .
3. الاستجابة .
4. دعم الأفكار[7] .

إن متابعة سياق العلاقات الدينامية بين الفن النفس والمجتمع ، تكشف أبعاد العلاقة بين الفن

والـتعلم والاتصـال ، لان الفـن يعدّ عنصراً أساسياً فـي معادلـة التفاعـل الاجتمـاعي مـن خـلال التـأثر والتـأثير المتبـادلين التـي تقـوم علـى عمليـة الاتصـال بعناصرها المختلفـة : المصـدر – الرسـالة – المسـتقبل ، أي الفنان – الملصق – المتلقي .

الاتصال في الملصق السياسي :

يعد الاتصال حقيقة أساسية للوجود الإنساني والعمليـة الاجتماعيـة ، بـل انـه حاصـل العمليـة الاجتماعيـة ، وهـو الـذي جعل التفاعـل بـين الجـنس البشري ممكناً ، ويمكن النـاس من أن يصبحوا كائنـات اجتماعيـة ، وتهـدف عمليـة الاتصـال إلـى أحـداث تجـاوب مـع المتلقـي ، أو المحاولـة فـي مشـاركته فـي استيعاب المعلومات أو نقل فكرة أو اتجاه[8] .

ويعد الاتصال عملاً تعليمياً ، بكل ما تعنيه هذه الكلمة من تغير دائم نسبياً في السلوك، انه يشير إلى إستراتيجية إبلاغية قائمة على الإقناع ، وتستعمل لذلك كل وسائل الاتصال الإنساني من كلمة وصورة ورمز في أفق التأثير على المتلقي .

والتعلم الإنساني على هذا النحو هو بالدرجة الأولى عملية نمائية تقدمية (progressive) تتمثل فـي اكتسـاب مسـتويات متقدمـة مـن سـلوك الفـرد واتجاهاته وقيمه ومهاراته ومعارفه وفلسفته في الحياة ، ويكون مردود عملية التعلم بذلك هو تغير الشخصية نحو مستويات أرقى ، فالتعلم لا ينشأ من فراغ ، وإنما ينشـأ مـن خـلال التفاعل المباشر بين فرد وآخـر فـي سياق خبرة ، مثل مواقـف الـتعلم المدرسـي، أو غيـر مباشرة مثل قراءة الفرد لكتاب أو مشاهدته لفلم فهو بذلك يكون عملية اتصالية ، ومن ناحية أخرى ينطوي الاتصـال علـى عمليـة تعلـم بدرجـة كبيـرة، فالرسـائل والمعلومـات المتبادلـة فـي سـياق العمليـة الاتصـالية تـتمخض عـن تغييـرات هائلـة فـي سـلوك ومعلومـات الشخص المستقبل لها[9] .

والسـؤال الـذي يطـرح نفسـه هنـا : مـا الـذي يمكن للفنان أن يوصله ويعلمه للمتلقي ؟

إن الفن بوصفه إيصالاً ، والملصق السياسي بوصفه جزءاً من الفن يملك الكثير مما يسري على أنظمـة الإيصـال الأخرى لكونـه صـوراً حيـة ، واقعيـة ، ورمـوز تخـرج فـي علاقـات تركيبيـة لإنتـاج نظـائر للتجربة الإنسانية ، فهناك أشياء تفرضها الاستجابات الذاتية لفنان ما في سياق انتمائه واغترابه عن واقع الأحداث بذلك يكون هناك فن مع – أو فن مضاد ، وفـي سـياق العمـل الفنـي فـي تلـك الظـروف يأخـذ الملصق السياسي دوره البارز . يعرف كولن شيري (Colin Cherry) (الاتصال) "بأنـه العمليـة التـي يتفاعل بمقتضاها المرسل والمستقبل في مضامين اجتماعيـة ، فيـتم نقـل أفكـار ومعلومـات عـن موضـوع معين قد يكون سياسياً أو ثقافياً أو قضية قومية تطـرح مـن خـلال إحـدى وسـائل الاتصـال (الملصـق السياسـي مـثلا) إذ يـتم الاتصـال مـن خـلال مشـاركة الآخرين في تبادل الآراء والأفكار والمعلومات والصور الذهنية"[10] .

لذا فإن الملصق السياسي يعد خطاباً سياسياً واديولوجياً فـي الكثيـر مـن الأحيـان ، ووسـيلة توصـل أفكار الفنان القسرية أحياناً دون إعطاء فرصة للتأويل العقلي أو الحسي للمتلقي، ضمن قراءته وفهمه للعمل الفني ، بمعنى آخر يشكل وسيطاً بين المصمم وبين المتلقي بوصفه خطاباً لبث أفكاره[11] .

الإدراك والشكل في الملصق السياسي :

يتأثر الإنسان بالعديد من المنبهات والمثيرات الحسـية خـلال البيئـة المحيطـة بـه بواسـطة أعضـائه الحسية التي تنقلها إلى الدماغ ، مكونـة خزين معرفي يعينـه فـي تمييـز الأشكال وعلاقتها بالمجال المرئـي ، ومـا تؤديـه مـن مؤشرات نفسية أو ذهنيـة سواء كانـت

مريحة أو مزعجة لتتفاعل معها وتفهم معناها ، أو ما توصي به .

إذ يعد الإدراك "نشاط نفسي يقوم به الفرد للتعرف على العالم المحيط به ، وبواسطة هذا النشاط يتحقق تكيف مع البيئة التي يعيش فيها"[12] .

لذا تضم المثيرات المدركة رسالة اتصالية تعكس دلالة ما خلال تنظيم بناءها الفاعل في التصميم ، وتؤدي انتقائيتها (الأشكال) دوراً في لغة الانتباه ، من ثم التشبع بالإدراك قبل أن يجري الانتقال والحركة نحو المواضع الأخرى ... وهذا ما أكدته (نظرية الكشطالت) من "أن كل إدراك هو كل شامل" فالمتلقي يدرك الشكل كمجموعة بنائية لا فاصل بين عناصرها ، أي يدركها كونها وحدة متكاملة مغلقة[13] .

المبحث الثاني
الدلالات النفسية للعمل الفني في الملصق السياسي :

يحتوي العمل الفني في الملصق السياسي على مجموعة من العناصر التصميمية المكونة والمعبرة عنه ، وهدفه إيصال المضمون إلى المتلقي، وإبراز القيمة الحسية والتعبيرية والمعاني التي تنقلها أو توحي بها الأشكال والألوان التي تحدد بدورها طبيعة الاستجابة للملصق السياسي[14] .

حيث يبدأ التأثير النفسي للعناصر التصميمية بـ :

1. الخط – Line :

يعد الخط من العناصر المؤثرة في عملية التنظيم الشكلي لأي من الوحدات في الملصق السياسي ، لما له من أهمية كبيرة ومؤثرة لترابطه وتداخله مع بقية العناصر الأخرى ، لكونه أساس تحديد الهيكل البنائي في المتكون التصميمي[15] .

فضلا عما يضفيه من دلالات تعبيرية وجمالية لتنوع شكله وسمكه ولونه في تحديد الهيئات الخارجية للأشكال .

فالخطوط المستقيمة توحي بالكبرياء والاستقامة وبالجبال والسماء ، في حين توحي الخطوط القصيرة بمعانٍ سلبية ، كما يساعد الخط على الإحساس بالعمق لما يتصف به من مرونة وتأثير .

2. الشكل – Shape :

يعد الشكل العنصر البنائي في الملصق السياسي حيث يمثل الهيئة المدركة خلال الفضاء التصميمي ، إذ تم تفسيره بوصفه منبهاً مرئياً يمتلك صفات تعبيرية تسهم في رفع الاستجابة الحسية لدى المتلقي ، وتستمر لتحويلها إلى علاقات دلالية مباشرة لتؤدي وظيفتها أو ترجمة لوظيفة تؤدي هدفاً ما لتتحول إلى لغة إدراك دلالي ، يتم التعبير من خلالها .

فالشكل عبارة عن رمز مرئي يؤدي دوراً متطابقاً مع ما يمثله من خصائص تضفي دلالات تعبيرية تعكس اتصالاً يحدث تفاعلاً مع المتلقي[16] بما تؤديه من تلبية لاحتياجاته ورغباته الإنسانية للشعور بالرضا والمتعة في تعرفه واستدلاله على الإشكال ، لما بما تحمله من دلالات واقعية مرتبطة بخزينه الإدراكي للمعرفة المسبقة لها ، أي أن المصمم يعتمد توظيف الصور في الملصق السياسي، لإظهار لغة رمزية دالة تتمثل في قدرتها الاتصالية لتحفيز المدركات لدى المتلقين ، بما تحمله مؤثراتها البنائية من الاستقطاب الابصاري ومن ثم الاستدلالي للكشف عن هوية وخصوصية الشكل المطروح في الملصق السياسي .

فلم يعد توظيف الأشكال عنصراً جمالياً محفزاً فقط ، وإنما يؤدي وظائف متعددة من خلال توافقها العلامي والإعلاني[17] .

3. اللون – Colour :

يعد اللـون أحـد أهـم العناصـر أو الصـفات الإدراكيـة المرتبطـة بـتلازم فاعـل مـع بقيـة العناصـر الأخرى في تكوين الهيئة المرئية في تصاميم الملصق السياسـي ، إذ لـيس بمقـدورنا إدراك الشـكل إلا علـى صورة لون فهو صفة ظاهرية للشكل الذي يثير فينا الإحساس ، ويستخدم اللـون لغرضـين أساسـيين هما الغرض الرمـزي والغرض الانفعـالي أو العـاطفي[18] ، ففـي الاسـتخدام الرمـزي يجـري توظيـف الـدلالات التعبيريـة للـون فـي سـياق الفنـون المرئيـة لغـرض الإسهام في إيصال الفكرة ، والثاني هو لدعم التأثير النفسي في المتلقي ، ولذلك أخذ عن اللون الأسود ارتباطـه بـالحزن والمـوت ، والأبـيض للتعبيـر عـن الطهارة والعفة ، والنقاء ، والأحمر عن الحرب والدم والخطـر والثـورة ، والأصـفر عـن المـرض والغيـرة ، والأخضر عن الخير والعطاء ، والأزرق عن الهدوء والراحـة والاسـتقرار ، والبنفسـجي عـن الأبهـة والكبريـاء[19]. وقـد قسـم (كوتـه) الألـوان إلـى ثلاثـة أقسام :

1. الألوان الدافئة : الأصفر – البرتقالي – الأحمر .
2. الألوان الباردة : الأزرق – الأخضر .
3. الألوان الفاترة أو الحيادية : الرصاصي وتدرجاته .

إن الألوان الدافئة تعمل على إثارة الانفعال ، وهي أكثر تأثيراً بإثارة المشاعر لدى المتلقين ، وهي بهذا أقرب إلـى الملصق من الألوان الأخرى ، ولهذا نجد أن المشاهد الطبيعية يكثر فيها استخدام الألوان الباردة التي تعطي شعوراً بالاسترخاء والهدوء الطبيعي والراحة والاستقرار .

ولابد لنا من أن نتطرق إلى أبرز الوظائف التي يؤديها اللون في تصاميم الملصق السياسي ، ومنها :

1. توظيف اللون بوصفه عنصراً جمالياً .
2. توظيف اللون في تحقيق الاستجابة العاطفية.
3. توظيف اللون لإضفاء الايهام بالبعد الثالث .
4. توظيف اللون بوصفه عنصراً للتعرف والوصف[20] .

الأسس التنظيمية :

إن الفنان في اشتغاله الملصق السياسي يعتمد مجموعة من الأسس التنظيمية الفاعلة في اتجاه تحقيق الأهداف النفسية ، وهي أهداف لا بد من اعتمادها ، ولذلك سيعرض البحث أهمها :

1. السيادة أو الهيمنة

Emphasis or Dominance:

إن مفهوم السيادة أو الهيمنة في الأهداف النفسية في تصاميم الملصق السياسي العالمي بوصفها سيطرة عنصر على حساب العناصر الأخرى لتضفي عليها التركيز والاهتمام بعنصر معين من عناصر التصميم البنائية كونه يحفز على الإثارة والانتباه نحو ذلك العنصر ليجعل من بقية العناصر الأخرى بمثابة التبعية له . إذ يسعى المصمم إلى إيجاد نقطة مركزية لسحب عين المتلقي وتوجيه مدركاته الحسية نحوها ، وبخلاف ذلك تتجزأ الوحدات نتيجة تعدد المثيرات المتصارعة القوى لثقل أوزانها المرئية واختلال مواضع كل منها ومستوى فاعليته في الأداء التصميمي[21] ، كما تتحقق السيادة أيضاً من خلال الاختلاف في خصائص العنصر السائد أو المهيمن عن خصائص العناصر الأخرى المشتركة معه في العمليات التصميمية[22] .

2. التوازن – Balance :

يعد التوازن أحد الأسس التنظيمية المهمة في الأهداف النفسية ، كونه حالة مؤثرة في تنظيم القوة للأوزان المرئية الذي يحقق تناظراً نوعياً من خلال الإيحاء بالاستقرار لعين المتلقي ، فضلاً عن المتعة البصرية في إحداث الراحة النفسية ، فالتوازن هو (المساواة أو التعادل لقوى الجاذبية المتعارضة في الحقل المرئي)[23] ويتحقق التوازن باللون أو القيمة أو الشكل أو الاتجاه ، فضلا عن بقية العناصر الأخرى ، وهو العمود الفقري لأساسيات العملية التصميمية في الملصق السياسي ، فبدونه يسقط بناء الوحدة التصميمية وتنهار أقيامها الفنية[24].

3. الوحدة – Unity :

تعد الوحدة من أهم الأسس التنظيمية في تصاميم الملصق السياسي ، إذ يجب أن ترتبط الأشكال والهيئات المختلفة بعضها مع بعض ، وبعضها مع الكل ضمن التصميم الكلي ، ولكي تنتج وحدة مترابطة لا بد أن تحتوي فيما بينها على نظام خاص من العلاقات المغلقة[25] .

والوحدة تشمل عناصر متعددة منها (وحدة الشكل ، وحدة الأسلوب ، وحدة الفكر ، وحدة الهدف) إذ تؤدي هذه العوامل مجتمعة لأن تثير في المشاهد الإحساس بوحدة العمل الفني[26] ، التي يمكن التوصل إليها من خلال تحقيق عاملين مهمين في العمل التصميمي وهما:

1. **علاقة الجزء بالجزء .**
2. **علاقة الجزء بالكل[27] .**

4. التباين أو التضاد Contrast :

يعمل التباين أو التضاد على تحقيق الوضوح في الملصق السياسي وإظهار الوحدات الفاعلة فيه ، فهو يعني التنوع ، كما انه يمنح الحياة للتصميم .

ويرى (نوبلر) أن التباين هو علاقة شيئين متطرفين، وهذا يؤكد وحدة التباين ، أي أن هناك علاقة بين الأجزاء المتضادة، فهي مرتبطة كمتطرفات للخواص المميزة أو المتماثلة ، فالأسود والأبيض مرتبطان ببعضهما كما هو الحال بين الأحمر والأخضر ، والأعلى والأسفل ، والقصير والطويل[28] .

يعد التباين احد أهم الأسس التنظيمية في العمليات التصميمية فهو يؤدي وظائف متعددة منها التأثير النفسي والشد البصري إذ ينتج التباين بفعل التأكيد والاغتناء للخصائص الشكلية للأجزاء فهو يؤدي إلى الإيهام البصري وحركة العين نحو المثيرات المرئية المتنوعة والقوة المتباينة في الناتج التصميمي ومن خلال متابعة المطبوعات نجد ان التباين يظهر في : الشكل ، الحجم ، الألوان ، الملمس ، الاتجاه ، الموضع[29] .

الفضاء – Space :

يعد الفضاء الوعاء الحاوي للأشكال المرئية وميدانا ديناميكيا لها إذ يحدث فاعلية مؤثرة من خلال بساطته أو تعقيده ، يحمل ذات التأثير للأشكال في تراكيبها معه حيث ندرك الفضاء الذي يقع خلف الأشكال أو بينها ويطلق عليه مجازا (Background) الذي يحدد الشكل عن طريق التباين معه [30] ، كما أنه يشكل حواراً بصرياً مباشراً بين (المتلقي والملصق) ما دام المتلقي قد أصبح مستعداً للانغمار في ملكوت اللغة البصرية للرؤيا الإبداعية ، وعلى أساس هذه اللغة يبنى التأويل بوصفه حواراً بصرياً من خلاله يمكن للمتفاعل أن يتمثل الأسرار الإبداعية للفضاء البصري في الملصق السياسي[31] ، فضلاً عن أنه ، يعطي تأثيره النفسي من خلال الإيحاء بالحركة والعمق الفضائي أو

المجالي الذي يترك شعوراً بالانغلاق أو الانفراج أو الاحتباس والحركة .

الإثارة المرئية في الملصق السياسي :

تعد الإثارة المرئية من أهم العوامل الرئيسة التي يسعى المصمم إليها في تصاميم الملصق السياسي ، بوصفها هدفاً أساسياً للتأثير في المتلقي، معتمدة على ما تحققه عملية التنظيم من إثارات مرئية للاستحواذ على مدركاته الحسية وقيادتها نحو الأهداف المرجوة ، كما أن هناك عوامل أخرى مؤثرة في تحقيق الإثارات هي : الابتكار ، التجديد ، الوضوح والواقعية .

وذلك لتوافقها مع مدركات المتلقي الذهنية ، وهذا ما يسعى إليه المصمم الطباعي لإحداث إثارات مرئية مبتكرة ترتبط بجزء منها برمز أو دلالة واقعية يألفها الناظر[32] .

المبحث الثالث
الجانب التعبيري والجمالي في الملصق السياسي :

يتميز هذا الجانب بتوظيف رموز حضارية ذات مضامين وأبعاد جمالية تهدف إلى إحداث تأثيرات في المدركات الحسية التي تنشأ في المتلقي وهي ناتجة عن تفسيره الشخصي للملصق السياسي.

إذ يركز الجانب التعبيري على إحداث الأثر النفسي من خلال قوة اللون والشكل اللذين يتمتعان بطاقة نفسية هائلة في تحريك العاطفة ، وفي الملصق السياسي ينتقل التأثير مباشرة وبلحظة واحدة إلى حواس المتلقي[33] ، لذلك نجد ان إحداث التوافق ما بين الأبعاد التعبيرية والجمالية في الملصق السياسي ، تعطي ردود أفعال ممتعة وملذة يمر بها المتلقي من خلال ترابط بناء العلاقات الأدائية للشكل المحفز لعدد من التفاعلات العصبية المولدة للإحساس بالمتعة والرضا[34] ، وبذلك يكون الجانب التعبيري أقرب إلى التأثير المباشر في المتلقي ، لأنه يخاطب العقل ويتطلب جهداً تأويلياً معقداً ، إلا إذا قدم بطريقة ايقونية أو برموز حضارية، لأن الملصق السياسي هو امتداد لمدركاتنا الحسية[35] ، وبما انه يعمل باتجاه إقناعي فلابد للفنان من استخدام كل وسائل الاتصال مثل (الكلمة ، الصورة ، الرمز) في إنتاج ملصقه ، ليدفع بمتلقيه إلى الاستجابة أولاً والإقناع ثانياً ، وهذه لا تتأتى إلا عبر ستراتيجية واضحة في ذهن الفنان ، ومنقولة إلى الملصق ، معتمدة على معايير مستقاة من علم النفس التجريبي وعلم النفس الاجتماعي ، ينضاف إلى ما سبق ضرورة اعتماد فكرة التكرار ، ولكن بصيغ وأشكال متخالفة ، لتحقق هدفها الذي هو ترسيخ الأفكار في ذهن المتلقي ، وهذا الترسيخ سيعمل في اتجاه حسم ذهن المتلقي لتصديق الافكار المعروضة في الملصق السياسي[36] .

الجانب الاجتماعي :

يعد الملصق السياسي واحداً من أشكال الاتصال البصري في تحقيق أهداف جماهيرية، فإنه والحالة هذه يمثل ناتجاً من نتاجات العلاقات الاجتماعية ويعبر عنها وهو بهذا يعكس علاقات القوة والطبقة في المجتمع[37] ، فقوة الانتاج متمثلة بالتكنولوجيا والبيئة والسكان، تتفاعل مع علاقات الإنتاج (الطبقات) ، وتعزز بدورها التشكيلات العليا في المجتمع ، وهذه التشكيلات تتمثل بالدولة والنظام القانوني والايديولوجيا السائدة والحضارة وأشكال التعبير الفني والأدبي المختلفة .

ويعبر الملصق السياسي عن علاقات الإنتاج (الطبقات الاجتماعية) في واقعها المعاش أو في ماضي حياتها (تاريخها) ، وبعبارة أخرى فانه يعكس

حالة من حالات الوعي الحضاري والتاريخي والاجتماعي ، الذي يعبر عن البيئة الحضارية ويكون أحد إفرازاتها ، ووظيفته الاجتماعية هنا تصويرية في الأغلب .

الملصق ومضامينه الفنية والفكرية :

إن الملصقات السياسية هي من أكثر الموضوعات حاجةً للفكرة الذكية ، والتي لا يمكن فك ارتباطها أو فصلها عن مجمل الظروف الحياتية الأخرى ، لما تضطلع به من مهمة تنظيم وتنمية الوعي لأكثر من جانب في هذه الحياة الواسعة ، أي أن الملصق السياسي لا يتم إلا بمقدار ما يحتفظ به من طاقة على أحداث التواصل مع الجماهير عبر فكرته المطروحة ، بما يؤديه من لغة سهلة لتؤدي وظيفة مباشرة تحفز المشاهد بطاقة فكرية تساعده على ولوج عوالم وتصورات جديدة تغني حياته ومواقفه ، وبهذه الميزة يكون الملصق السياسي أداة تحريضية باتجاه التغيير[38] .

الأبعاد السياسية في الملصق السياسي سنة (2003) :

تمثلت هذه المرحلة (عام 2003) بدخول المشكلة العراقية المسرح الدولي ، حيث أصبح الملصق السياسي لا ينبثق من داخل العراق فقط ، بل انبثق من مختلف أنحاء العالم والولايات المتحدة نفسها وكندا ، إذ بدأت الجماعات المعنية بحقوق الإنسان في العالم بتحسس المشكلات التي عاشها ويعيشها الإنسان العراقي تحت وطأة الحرب والحصار وسياسة التجويع والتقسيم ، وما تمخضت عنه من مشكلات صحية أصابت بالدرجة الأولى الأطفال والشيوخ والنساء ، وقد أدت هذه بدورها إلى تنضيج ما يطلق عليه حالياً بالمشكلة العراقية في المحافل الدولية ، فتضافرت صيحات رفض الحرب عن طريق المظاهرات في عواصم العالم، والتي تخللتها الملصقات السياسية التي سوف نتطرق لها لاحقاً لفنانين عالميين كان لهم الموقف الواضح والرافض للحرب ، وما سوف تخلفه هذه الحروب من دمار وتخريب للإنسانية والحضارة ، وانتهاك لحرمة الآخرين وحقوق الإنسان بدافع الهيمنة والاستيلاء على الثروات باسم الديمقراطية .

الفصل الثالث
إجراءات البحث

منهجية البحث :

اعتمد البحث (المنهج الوصفي) في تحليل العينات ذات العلاقة بموضوع البحث .

مجتمع البحث :

بعد الاطلاع على العديد من الملصقات السياسية عبر الانترنيت لفناني العالم من الذين وقفوا ضد الحرب واحتلال العراق عام 2003 .

عينة البحث :

اختار الباحث ثلاثة ملصقات سياسية بطريقة قصدية ، وهي ملصقات مختلفة المضامين والألوان ، وقد عرض الباحث العينات إلى عدد من الأساتذة ذوي الخبرة في مجال التصميم الطباعي للأخذ بآرائهم لتعزيز طبيعة العينات المختارة .

أداة البحث :

لغرض تحقيق أهداف البحث ، أفاد الباحث من الإطار النظري لبناء استمارة التحليل ، التي تضمنت :

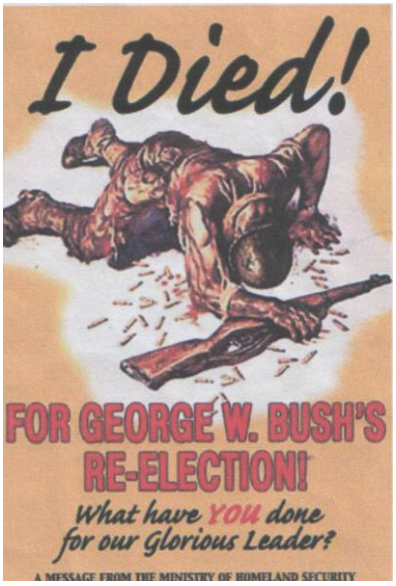
1. الجوانب النفسية .
2. الجوانب التعبيرية والجمالية .
3. الجانب الاجتماعي .

4. **المضـامين الفنيـة والفكريـة مـن خـلال الأسـس والعلاقات .**
5. **الأبعاد السياسية .**

صدق الأداة :

قـام الباحـث بعـرض اسـتمارة التحليـل علـى مجموعة من الخبراء(*) والمختصين ، أبدوا ملاحظاتهم في الاستمارة لتكون مهيئة لتحليل العينات .

التحليل :



العينة: (1)

الموضوع: ! I Died (انأ قتلت) .

فكرة الملصق:

جاءت الفكرة سياسية احتجاجية، فهي رسالة مصورة موجهة إلى وزارة الأمن القومي في الولايات المتحدة الأمريكية ، وتتضمن (أنا قُتلت ولكن ماذا فعلت ... أنا قتلت لأجل إعادة انتخاب الرئيس بوش... ؟)

تطابقت الفكرة مع مضمون العمل الفني حيث قُتل الألوف من أجل أن يحصل شخص على مبتغاه ، أو أن يحافظ على كرسيّه ، متجاهلاً حقوق الإنسان وأرواح زهقت بغير حق ...

المكونات التصميمية :

استخدم المصمم أو الفنان الصورة كعنصر تيبوغرافي لتكون الفكرة أكثر وضوحاً ومباشرة ، وتأثير بالنفوس لحالة مأساوية ، كما استخدم الأسطر الكتابية بأحجام وألوان مختلفة لتعزيز الفكرة وإظهار الوضوحية والمقروئية ، كما أن التنظيم الخطي لها من اليسار إلى اليمين لإضفاء نوع من الاتجاهية ، وإحداث تدرج من الأسفل إلى الأعلى لتحقيق الإيقاع والحركة في التصميم ، الأمر الذي يثير نوعاً من التتابع البصري في إدراك مضمون الوحدة المرئية .

الدلالة النفسية للأشكال :

تحققت الدلالة النفسية من خلال استخدام الرسم الصوري السائد الذي تموضع في مركز العمل الفني بشكل مباشر وواضح ، لإثارة الانفعالات النفسية لدى المتلقي ، وعبر عن حالة مأساوية لجندي مقتول ... لماذا قتل ؟؟ وهو محور الفكرة العامة في الملصق بوصفه نموذجاً لآلاف من الجنود الذين يقتلون في الحرب لأجل تحقيق مطامع خاصة ، لقادتهم كإعادة ترشيح للفوز في انتخابات ، إن هذه الحالة المأساوية قد تضيف شحنة انفعالية مضافة ترفع من مستوى دافعية المتلقي للوقوف بوجه الحرب ، كما أنها تذكير مستمر بالسياسية الأمريكية وغطرستها وتجاوزاتها واحتلالها لبلدان أخرى كذريعة لكسب انتخاب أو إعادة ترشيح لرئاسة ثانية تأكيداً لفكرة : أنا قتلت لتفوز أنت ... !

كما أن الشكل السيادي في المركز قد انحرف قليلاً نحو أسفل اليمين لإحداث نوع من الاتجاهية والحركة للتخلص من الرتابة وإضفاء نوع من الجمالية ، لتكون أكثر تقبلاً في ذهن المتلقي بوصف الشكل مثيراً مرئيا ويمتلك صفات تعبيرية فيسهم في رفع الاستجابة الحسية لديه.

الدلالة النفسية للألوان :

أثارت الألوان الدافئة في الملصق تطابقاً مع مضمون الفكرة في التحفيز والإثارة ولفت الانتباه لدى المتلقي ، كما تحققت الدلالة النفسية للألوان من خلال استخدام القيمة الضوئية للون الأسود في العنوان الرئيس بوصفه دلالة عن المأساة والحزن ، واللون الأحمر للأسطر الكتابية في الأسفل بوصفه رمزاً للخطر والحرب والدم ، في حين استخدم الفنان اللون الأصفر للفضاء الذي يرمز للمرض والخوف ، فضلا عن إحاطة الشكل السائد في مركز العمل الفني بالقيمة الضوئية للون الأبيض لغرض إبراز الشكل لتحقيق الجذب البصري وتفعيل الفضاء ، كما أدى الانسجام اللوني إلى توطيد العلاقات اللونية والضوئية للوحدات في تحفيز المتلقي .

الأسس والعلاقات التصميمية :

جاءت التكوينات الخطية مترابطة مع الشكل الصوري السائد من خلال علاقتها مع الوحدة الرئيسة ، الأمر الذي أدى إلى التركيز البصري والشد الفضائي في إدراك الوحدة المرئية ، كما عمد الفنان إلى إحداث إيقاع متنوع من خلال حركة الشكل واللون والاتجاه والحجم مما أحدث تماسكاً في الشكل الكلي ، فضلا عن الاتجاه المحوري للشكل السائد نحو أسفل اليمين في تقسيم الفضاء لإضفاء الموازنة والحركة في مجمل التصميم .

العينة (2)

الموضوع : The Bush Cabinet مجلس وزراء بوش

فكرة الملصق :

جاءت الفكرة متطابقة مع مضمون العمل الفني ، وهي فضح حقيقة ونوايا مجلس وزراء بوش بقتل السلام على أثر اجتماع عقد على طاولة مجلس الوزراء ، وجاءت الفكرة بأسلوب رمزي تعبيري .

المكونات التصميمية :

استخدم المصمم صوراً مرسومة لتشكل عنصراً تيبوغرافياً بهيئة شكل دائري لمجلس الأمن القومي الأمريكي ليحيط بالمركز السيادي في الملصق الذي يتضمن صورة طير مذبوح في نقطة المركز تمثل الرمز المعبر عن الفكرة وليحقق نقطة الجذب البصري غرست فيها شوكة بشكل عمودي ، لتكون الفكرة مباشرة ومؤثرة بالنفس ، وليحتل الشكل الكلي عنصر إثارة واضح في تحقيق دلالة تعبيرية ورمزية .

في حين جاء التكوين الخطي أسفل الملصق لإظهار نوع من الاستقرار وإضفاء جمالية في التصميم .

الدلالة النفسية للأشكال :

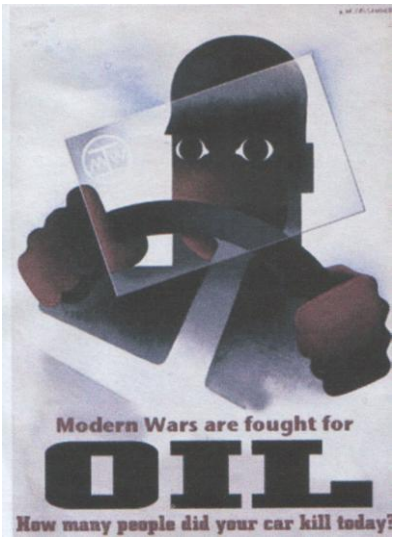
لقـد تحققـت الدلالــة النفسـية مـن خـلال اسـتخدام الأشـكال بشـكل واضـح ومباشـر ، لإثـارة الانفعالات النفسية لدى المتلقي ، فالطاولـة المستديرة تمثل اجتمـاع مجلس وزراء بـوش وإصدار قراراتهم ، فـي حـين ظهـرت الحمامـة (الرمـز العـالمي للسـلام) مقتولة في مركز الطاولـة المستديرة لتكون رمزاً معبراً عن العمل الفنـي ومحـوراً لفكرتـه العامـة ، وهـي دليل فاضح وسافر للسياسية الأمريكيـة وعلى رأسها بوش في إيهام العالم والسيطرة عليه بشعارات سلمية مظللة . وقد احتل الشكل مركز سيادي فاعل وواضح وسط الفضاء ، كما ظهرت الشوكة من الأعلى مغروسة في صدر الحمامـة (الرمـز) للتأكيـد علـى الجريمـة وإثـارة انفعـال المتلقـي وتحفيـز عواطفـه وأحاسيسـه ، فضـلا عن أنها ترفـع من مستوى دافعيـة المتلقي فـي شحذ مشـاعره ووجدانـه وتـذكيره المسـتمر بالسياسـية الأمريكيـة تجـاه السلم العـالمي فـي تصريحاتها ، فـي حـين احتـل التنظـيم الخطـي الأفقـي للعنـوان الـرئيس أسفل الملصق للإيضاح وتأكيد الفكرة .

الدلالة النفسية للألوان :

ظهـرت القـيم اللونيـة متطابقـة مـع مضـمون الفكرة في الملصق حيث أظهرت دلالـة نفسية تعبيريـة ... إذ عبرت القيمة الضوئية للون الأبيض عن العفة والنقاء ، والأحمر عن الحرب والدم ، والقيمـة الضوئية للون الأسود عن الحزن والموت ، فضلا عن استخدام اللون الأخضر لإظهار التباين اللوني ، وإبراز الشكل الموضوع أو الصور الرئيسة في الملصق ، فالصورة مثير مرئي بصري يدعو العين إلى الانتقاء والتنظيم واستحضار كل ما تحمله من معانٍ أو تعبير عنه ، فضلا عن أنها تثير انفعالاته وتستفزه .

الأسس والعلاقات التصميمية :

جـاءت التكوينـات مترابطـة مـع بعضـها مـن خـلال علاقة الجزء بالكل ، فـي حين تحققت السيادة للشكل الصوري فـي توجيـه الانتبـاه والجـذب البصري لتوصـيل فكـرة الملصـق ، إذ أعطـى المصـمم الشـكل العام نوعاً من التراكب من خلال اختراق شكل الشوكة من الأعلى إلى مركز العمل ، لإضفاء نوع من الحركة في التصميم ، وتحقيق الجانب الجمالي وللتأكيد على فكـرة العمـل الفنـي ، فـي حـين جـاء التنظـيم الخطـي الأفقي للوحدات الكتابيـة ليحقق اتجاهيـة من اليسار إلــى اليمــين اســفل الملصــق ، وليحــدث نــوع مــن الاستقرار والثبات لوحدة العمل الفني .



العينة (3)

الموضوع : OIL النفط

فكرة الملصق :

يعلـن الملصـق احتجاجـاً لانتهـاك حقـوق الإنسان ، لان الواقع يؤشر أن الحروب الحديثة تقوم لأجل النفط ... وكم من البشر يقتل يومياً من اجل بلوغ هدف واحد هو (البترول) ، كما يؤشر الانتقال عبـر المسـافات الشاسـعة للوصـول إلـى منـابع الـنفط المستهدفة ، إذ جاء الملصق متطابقاً مع المضمون .

المكونات التصميمية :

استخدم المصمم رسوماً تشكيلية عالية الكثافة بأشكال مختلفة التكوين والرموز فرسم صورة بهيئة رجل كعنصراً تيبوغرافياً ، ومقود يمثل عجلة أو عربة يتخللها مستطيل منحرف جاء بشكل متراكب مع الأشكال الأخرى ، والشكل العام يمثل خارطة العراق التي تشكل محور العمل الفني ، في حين جاءت التنظيمات الخطية للوحدات الكتابية بأحجام مختلفة في أسفل الملصق ، لتحقيق التوازن ولتأكيد فكرة الملصق .

الدلالة النفسية للأشكال :

ظهر الشكل بتشكيل صوري رسم بهيئة جندي يقود عجلة ، في حين ظهر شكل أمامي منحرف قليلاً نحو الجهة العليا اليمنى من التصميم متراكباً مع الأشكال الأخرى ، للتأكيد ولتحقيق دلالة نفسية تعبيرية واضحة في إثارة انفعالات المتلقي ، فضلا عن إحداث التناغم مع الأشكال الأخرى كما أن الشكل العام أوحى بخارطة العراق – البلد النفطي المستهدف في هذه القضية – كما جاء (الرمز – البترول) على هيئة تنظيم خطي بحجم كبير في أسفل الملصق لتحقيق الإثارة ، وتأكيد الحالة ، وإيصال مضمون الرسالة للمتلقي في إدراك الوحدة الموضوعية .

الدلالة النفسية للألوان :

تحققت الدلالة النفسية للألوان من خلال استخدام القيمة الضوئية للون الأسود الذي يرمز للنفط الذي كان سبباً من أسباب قيام الحرب الحديثة، وتدمير الإنسان العراقي واحتراقه واحتلاله وفرض الهيمنة على ثرواته النفطية ، فضلا عن استخدم الألوان الفاترة في فضاء الملصق ليعبر عن تشاؤمية الحالة ، في حين استخدم الألوان الدافئة للجندي لإثارة الانفعال ولفت انتباه المتلقي في توصيل مضمون الرسالة ، كما أضفت الألوان في العمل الفني ككل توافق البناء الدلالي لكل من معنى العنوان والرسمة ، فضلا عن تماسك العلاقات اللونية والضوئية الرابطة بين الوحدات ، كما أظهرت نسبة من التباين بالقيمة للفضاء .

الأسس والعلاقات التصميمية :

إن الشكل المتمثل بسائق العربة في الملصق قد أعطى حالة من السيادة المتمركزة في وسط الفضاء مما أدى إلى فاعلية الفضاء المحيط به ، وظهور حالة تراكب للأشكال مع بعضها لإضفاء نوع من الوحدة بين الأشكال ، وإحداث حالة توازن واستقرار في الفضاء ، كما أن وجود انحراف بالخطوط للقيم الضوئية للون الأبيض من أقصى اليسار نحو الأسفل واليمين هو لإضفاء نوع من الإيقاع والحركة لإحداث جمالية في التكوين ، في حين أثارت التنظيمات الخطية المتاخمة للحدود الفضائية في الأسفل نوع من الموازنة المرئية ، فضلا عن التعريف والإيضاح في إدراك الرسالة الإعلانية .

الفصل الرابع

النتائج

من خلال تحليل ملصقات عينات البحث خرج بجملة من النتائج وهي كما يلي :

1. تحققت الدلالة النفسية للأشكال والألوان حيث ظهرت معبرة ومتطابقة مع المضمون ، مما يدل على القدرة العالية للمصمم في تحقيق فاعلية الملصق ، والسرعة في إحداث استجابة المتلقي والتأثير به .
2. تحققت السيادة الشكلية في الملصقات كافة ، وتوافق مدلولها النفسي والجمالي المؤثر في

المتلقي أدى إلى إعطائها دوراً مهماً في الجذب البصري .

3. **استخدام الدلالة الرمزية التعبيرية في الملصقات لإظهار عنصر الإثارة والفاعلية ، فضلا عن الجذب البصري مما أدى إلى تحقيق الهدف الملصقي الذي أسس من أجله .**
4. **ظهر التوازن والتناسب في الشكل والحجم ، فضلا عن التتابع الخطي المنتظم بهدف الاستمرار في الحركة وبعث الإحساس بالصلة .**
5. **نتج عن ظهور حالة تراكب بين الأشكال لإضفاء نوع من الوحدة في الملصق .**
6. **نتج عن التنظيم الخطي للوحدات الكتابية من اليسار إلى اليمين إضفاء نوع من الاتجاهية والتتابع البصري لإدراك مضمون الرسالة الإعلانية .**
7. **أضفت حالة التدرج للوحدات الكتابية من الأسفل نحو الأعلى إعطاء نوع من الإيقاع والحركة لتحقيق شيء من الإثارة المرئية والجمالية في التصميم .**
8. **إن اعتماد نظم التباين اللوني للكتابات الخطية أنتج إيضاحا وإثراء ،وجذباً بصرياً للمتلقي.**
9. **أفضت التنظيمات الخطية الكبيرة للعناوين الرئيسة في الملصق إلى التأكيد والوضوح وسهولة استلام الرسالة الإعلانية .**

الاستنتاجات :

في ضوء ما تمخض عنه الإطار النظري والنتائج المستخلصة ، ظهرت الاستنتاجات الآتية :

1. **تتحقق الدلالة النفسية من خلال الشكل واللون في التأثير النفسي ، إذ تظهر فاعليتها في التأثير المباشر لذهنية المتلقي وتنشيط الوعي لديه .**
2. **إن نجاح الملصق مرهون باستخدام الألوان المناسبة والمعبرة والمتطابقة مع مضمونه.**
3. **يفضي استخدام مبدأ السيادة في تصميم الملصق إلى تحقيق الجذب الجمالي والتحفيزي لمدركات المتلقي الحسية والنفسية وهي بالتالي تضفي حالة من التحبب لمشاعره وأحاسيسه ، إذ بدونها يفقد الملصق النقطة المركزية التي يرتكز عليها الحدث .**
4. **يتيح استخدام التباين الشكلي واللوني التقليل من الرتابة ، ويزيد من فاعلية الملصق .**
5. **يعطي التناسب في الشكل والحجم قيمة جمالية ، وكذلك الإيقاع الحركي والتتابع المنظم بهدف الاستمرار وبعث الإحساس بالترابط بين الوحدات والمفردات التصميمية، مما يعطي للملصق السياسي فاعلية في التأثير النفسي لدى المتلقي.**

الهوامش والمصادر

(1) شموط ، عز الدين ، لغة الفن التشكيلي (علم الاشارات البصرية) ، ط1 ، جامعة البنات الاردنية ، الاردن ، 1993 ، ص 52 .

(2) فتحي أحمد ، فن الكرافيك المصري ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1985 ، ص 22 .

(3) مخيمر ، صلاح وعبده ميخائيل رزق ، المدخل الى علم النفس الاجتماعي ، ط2 ، الانجلو مصرية ، 1968 .

(4) أبو طالب محمد سعيد ، علم النفس الفني ، مطابع التعليم العالي ، الموصل ، 1990 ، ص 33 .

(5) اسماعيل ، عز الدين ، التفسير النفسي للأدب ، دار العودة، بيروت ، 1962 .

(6) سمير محمد حسين ، مداخل الاعلان ، مصر ، القاهرة ، ط1، 1973 ، ص133 الى 35 .

(7) الغانمي ، عبد الجبار منديل ، الاعلان بين النظرية والتطبيق ، دار اليازوري العلمية ، الاردن ، عمان ، 1998 ، ص187 .

(8) شرف عبد العزيز ، التحرير الاعلامي ، عالم الفكر ، مجلد 11 ، عدد 2 ، وزارة الاعلام ، الكويت ، 1980 ، ص 161 – 198 .

(9) منصور طلعت ، سايكولوجية الاتصال ، عالم الفكر ، مجلد 11 ، عـدد 2 ، وزارة الاعـلام الكويتيـة ، 1980 ، ص 118-119 .

(10) ريد، هربرت ، معنى الفن ، ت سامي خشبة ، ط2 ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد،1986، ص32.

(11) فاضل سوداني ، فن التشكيل البصري وعزلة الانسان ، 2005 ، الموقع www.alimbart.com .

(12) عبد الحافظ سلامة ، التصميم ، الوسائل التعليمية وانتاجها لذوي الاحتياجات الخاصة ، دار اليازوري ، العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2001 ، ص 182 .

(13) المـاكري ، محمـد ، الشـكل والخطـاب ، مـدخل تحليلـي ظـاهرتي ، المركز الثقافي العربي ، لبنان ، بيروت، ط1 ، 1992 ، ص 19 .

(14) الربيعي ، عباس جاسم محمد ، الشكل والحركة والعلاقات الناتجة ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الفنون الجميلة ، بغداد ، 1999 ، ص 19-20.

(15) فرج عبو ، علم عناصر الفن ، دار دلفين ، ايطاليا ، 1982 ، ص 148 .

(16) Arnheim, Rudulf, The Dynamics of Architectural Form, University of California Press, California, 1977, p. 209.

(17) سعيد بنكراد ، الصورة الاشهارية ، المرجعية والجمالية والمدلول الايديولوجي (مقالة) ، مجلة الفكر العربي ، العدد 112 ، المغرب ، 2000 ، ص 101-102 .

(18) طاهر عبد مسلم ، عبقرية الصورة والمكان ، عمان ، دار الشروق ، 2002 ، ص 48 .

(19) فرج عبو ، المصدر السابق ، ص 135-136 .

(20) Laclau, Robert, F. & others, Color in Interior Design, New York, 1989, p. 81.

(21) السعيدي ، لمى أسعد عبد الرزاق ، التنظيمات الشكلية في تصاميم البطاقات الاعلانية لمنتجات وزارة الصناعة والمعادن وامكانية تطويرها ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون الجميلة ، بغداد ، 2003 ، ص48 .

(22) ستولنتز ، جيروم ، النقد الفني ، دراسة جمالية وفلسفية ، ت فؤاد زكريا ، مطبعة جامعة عين شمس ، القاهرة ، 1974 ، ص 351 .

(23) جيلام ، روبرت سكوت ، أسس التصميم ، ت عبد الباقي محمد ابراهيم ، مؤسسة فرانكلين للطباعة ، دار النهضة ، مصر ، القاهرة ، 1980 ، ص 114 .

(24) الربيعي ، عباس جاسم محمد ، مصدر سابق ، ص 69 .

(25) جيلام، روبرت سكوت ، مصدر سابق ، ص 38 .

(26) عبد الفتاح رياض ، التكوين في الفنون التشكيلية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1973 ، ص170.

(27) محمود أبو هنطش ، مبادئ التصميم ، دار البركة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط3 ، 2000 ، ص 75 .

(28) نوبلر ، ناثان ، حوار الرؤية ، ت فخري خليل ، دار المأمون ، بغداد ، 1987 ، ص 105 .

(29) أحمد السلطان ، الأسس الفنية في تصاميم المجلات العراقية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الفنون الجميلة ، بغداد ، 1996 ، ص 53-54 .

(30) السعيدي، لمى اسعد عبد الرزاق ، المصدر السابق ، ص 16 .

(31) فاضل سوداني ، مصدر سابق ، من الموقع www.alimbarat.com .

(32) Moraison, Cantoonist in Image Making is The Role of Political, New York, Basic Books, 1969, pp. 67-80.

(33) Moraison, Ibid., p. 80.

(34) Smith, Peter, the Synta of Cities, 1977, p. 47.

(35) محسن اعمار ، الاشهار التلفزي (قراءة في المعنى والدلالة) مقالة مجلة علامات ، المغرب ، العدد/18، 2004 ، ص2 .

(36) محمد الصاقي ، الخطاب الاشهاري والدعاية السياسية ، مقالة مجلة علامات ، العدد /7،1997،ص2 .

(37) Jameson, Frederick, The Political Unconscious Ithaca, 1981, p. 71.

(38) العزاوي ، ضياء ، الملصق الجداري ، مجلة آفاق عربية، العدد 3 ، بغداد ، 1975 ، ص 68 .

(*)

1. أ.د. عبد الرضا بهية ، اختصاص تصميم طباعي ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد .

2. أ.م.د. اياد الحسيني ، اختصاص تصميم طباعي ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد .

3. م. عبد الكريم سليم ، اختصاص علم النفس ، محاضر في كلية الفنون الجميلة ، جامعة الموصل .

المصادر والمراجع

أولاً. المصادر العربية

الكتب :

1. ابـو طالـب محمـد سـعيد ، علـم الـنفس الفنـي ، مطابع التعليم العالي ، الموصل ، 1990 .
2. اسماعيل ، عز الدين ، التفسير النفسي للأدب ، دار العودة ، بيروت ، 1962 .
3. جيلام ، روبرت سكوت ، أسس التصميم ، ت : عبـد البـاقي محمـد ابـراهيم ، مؤسسـة فـرانكلين للطباعة ، دار النهضة ، مصر ، القاهرة ، 1980 .
4. ريد ، هربرت ، معنى الفن ، ت : سامي خشبة ، ط2 ، دار الشـؤون الثقافيـة العامـة ، بغـداد ، 1986 .
5. ستولنتز ، جيروم ، النقد الفني ، دراسة جمالية وفلسفية ، ت فـؤاد زكريـا ، مطبعـة جامعـة عين شمس ، القاهرة ، 1974 .
6. سمير محمد حسين ، مداخل الاعلان ، مصر ، القاهرة ، ط1 ، 1973 .
7. شـرف عبـد العزيـز ، التحريـر الاعلامـي ، عـالم الفكـر ، مجلـد 11 ، عـدد 2 ، وزارة الاعـلام، الكويت ، 1980 .
8. شموط ، عز الـدين ، لغـة الفن التشكيلي (علـم الاشارات البصرية) ، ط1 ، جامعة البنات الاردنية ، لاردن ، 1993 .
9. طـاهر عبـد مسـلم ، عبقريـة الصـورة والمكـان ، عمان ، دار الشروق ، 2002 .
10. عبـد الحـافظ سـلامة ، التصـميم ، الوسـائل التعليميـة وانتاجهـا لـذوي الاحتياجـات الخاصـة ، دار اليازوري ، العلمية للنشر والتوزيع ، عمان، ط1 ، 2001 .
11. عبـد الفتـاح ريـاض ، التكـوين فـي الفنـون التشـكيلية ، دار النهضـة العربيـة ، القـاهرة، 1973.
12. الغـانمي ، عبـد الجبـار منـديل ، الاعـلان بـين النظريـة والتطبيـق ، دار اليـازوري العلميـة ، الاردن ، عمان ، 1998 .
13. فتحـي أحمـد ، فـن الكرافيـك المصـري ، الهيئـة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1985 .
14. فـرج عبـو ، علـم عناصـر الفـن ، دار دلفـين ، ايطاليا ، 1982 .
15. المـاكري ، محمـد ، الشـكل والخطـاب ، مـدخل تحليلي ظاهرتي ، المركز الثقافي العربي ، لبنان، بيروت ، ط1 ، 1992 .
16. محمود أبو هنطش، مبادئ التصميم ، دار البركة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط3، 2000.
17. مخيمـر ، صـلاح وعبده ميخائيـل رزق ، المـدخل الـى علـم الـنفس الاجتمـاعي ، ط2 ، الانجلـو مصرية ، 1968 .
18. منصـور طلعـت ، سـايكولوجية الاتصـال ، عـالم الفكـر ، مجلـد 11 ، عـدد 2 ، وزارة الاعـلام الكويتية ، 1980 .
19. نوبلر ، ناثان ، حوار الرؤية ، ت : فخري خليل، دار المأمون ، بغداد ، 1987 .

الاطاريح والرسائل :

20. أحمـد السـلطان ، الأسـس الفنيـة فـي تصـاميم المجلات العراقية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الفنون الجميلة ، بغداد ، 1996.
21. الربيعي ، عباس جاسم محمد ، الشكل والحركة والعلاقات الناتجة ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، كليـة الفنـون الجميلـة ، بغـداد ، 199 ، ص 19-20 .

22. السعيدي ، لمى أسعد عبد الرزاق ، التنظيمات الشكلية في تصاميم البطاقات الاعلانية لمنتجات وزارة الصناعة والمعادن وامكانية تطويرها ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الفنون الجميلة ، بغداد ، 2003 .

المجلات والدوريات

23. سعيد بنكراد ، الصورة الاشهارية ، المرجعية والجمالية والمدلول الايديولوجي (مقالة) ، مجلة الفكر العربي ، العدد 112 ، المغرب ، 2000 .
24. العزاوي ، ضياء ، الملصق الجداري ، مجلة آفاق عربية ، العدد 3 ، بغداد ، 1975.
25. فاضل سوداني ، فن التشكيل البصري وعزلة الانسان ، 2005 ، الموقع www.alimbart.com .
26. محسن اعمار ، الاشهار التلفزي (قراءة في المعنى والدلالة) ، مقالة مجلة علامات ، المغرب، العدد / 18 ، 2004 .
27. محمد الصاقي ، الخطاب الاشهاري والدعاية السياسية ، مقالة مجلة علامات ، العدد/7 ، 1997 .

ثانياً. المصادر الأجنبية

28. Arnheim, Rudulf, The Dynamics of Architectural Form, University of California Press, California, 1977.
29. Jameson, Frederick, The Political Unconscious Ithaca, 1981.
30. Laclau, Robert, F. & others, Color in Interior Design, New York, 1989.
31. Moraison, Cantoonist in Image Making is The Role of Political, New York, Basic Books, 1969.
32. Smith, Peter, the Synta of Cities, 1977.