المرجعيات الفكرية وانعكاساتها في تصميم الملصق السياسي

أ.د.نعيم عباس حسن
كلية الفنون الجميلة
dr.naeim12@gmail.com

داليا مجيد حميد
كلية الفنون الجميلة
Dalyadaloo2@gmail.com

كلمات مفتاحية: تصميم–جرافيك–مرجعيات–فكرية–ملصقات–سياسية

ملخص البحث:

تنطوي الملصقات السياسية على مجموعة محددات تستند إلى عوامل فكرية تنبع من البيئة الاجتماعية والثقافة السائدة ، ويترتب عليها أنظمة وقوانين تحكمها وتسيرها، وتعكس موارد لمرجعيات فكرية تتحكم بها وتنظم مفرداتها ومناهجها كطرائق للوصول إلى أنجع الحلول، وهذا الأمر يستمد مقوماته من العملية الابداعية وروابطها الفنية الوظيفية لرصد الاحداث والجوانب الاساسية لتلك العملية التصميمية بما تمثله من خطاب بصري مرئي يضم في طياته معاني ودلالات ورموز مرجعية يستلهمها المصمم ويصوغ لها الافكار ضمن ستراتيجيات الوحدة والتنوع كمنظومة اتساق موضوعي، بما يحقق الفعل التصميمي من إشتراطات وقيود تحكم الملصق السياسي بشكل خاص.

Intellectual references and their implications in the design of the political poster

Research Summary:

Political posters contain a specific group based on intellectual factors that stem from the prevailing social environment and culture, and which result in systems and laws that govern and guide them, and reflect resources for intellectual references that control them and organize their vocabulary and curricula as ways to reach the most effective solutions, and this matter derives its ingredients from the creative process and its functional functional links to monitor The main events and aspects of that design process, as it represents a visual visual discourse that includes meanings, indications and reference symbols that the designer inspires and develops ideas for within unity and diversity strategies as a system of objective consistency, in order to achieve the verb Samimi of the requirements and limitations of the political poster in particular control.

Keyword :design ,irtellual, poster, political , Graphic

الفصل الاول (الاطار المعرفي)

اولاً:مشكلة البحث: الخطاب البصري الكرافيكي يأخذ مفرداته وعناصره الشكلية من الاحداث والتطورات، ويعطي نتاجه كأحد المساهمات في تطوير الفرد والمجتمع والسبب يعود إلى الحاجة لمعرفة المرجع ومقومات نشوءه على اختلاف منابعه وتعدد مصادره سواء أكانت الاجتماعية

والثقافية والسياسية والمعرفية من حيث اختلاف الزمان وتغير المكان فيما يخص قراءة الواقع السياسي من وجهة نظر تصميمية وذلك لانتاج ملصق جيد ومناسب وناجح، هذا الامر منح المصمم الكرافيكي استثمار أمثل لكل الامكانات والتقنيات المتوافرة ضمن إطار الابتكار والتجدد ، مستثمرا بذلك دور التصميمي كوسيلة فاعلة من وسائل الاتصال تستخدم وتوظف لصالح فكرة الملصق السياسي بشكل خاص. ان القدرة على تسخير التصميم سيما لغرض السياسة يكون على وفق جوانب تتماشى مع مرجعيات المجتمع والمواضيع السائدة فيه ترتكز الى عادات وتقاليد المجتمع كقوة تجذب المتلقي وتؤثر فيه وتوضح افكار المشتغل في هذا الميدان وغاياته لنيل مكاسب معينة نتيجة اعتماد السياسة للفن فضلاً عن توضيح البرامج والمقاصد التي تُعتمد لطرح افكار واراء لها انعكاس مؤثر على واقع المجتمع من خلال التصميم كونه احد عوامل التاثير التي تمارس في تغيير وجهات نظر الفرد والمجتمع. يشهد الواقع السياسي تغيرات مستمرة تجعل من المحتم على المصمم فهم مرجعية فكرة الملصق السياسي من حيث بنائها ما يتعلق بالفكر عوامل نشوئه والمحددات التي يستند عليها ، كذلك الاسهام في جعل المشاهد على دراية ومعرفة عن غايات الفكرة وادراك مرجعياتها المتحققة بشكل التصميم وما يحققه من ابراز لتلك المرجعيات في الملصق السياسي وعلى وفق ما سبق فقد عدت مشكلة البحث على وفق التساؤل الاتي : **ما المرجعيات الفكرية التي تقف وراء المصمم في تصميم الملصق السياسي؟**

ثانياً:أهمية البحث والحاجة إليه:تكمن أهميه البحث في:

١-الاهمية النظرية: إمكانية الإسهام في تطوير الملصقات السياسية من خلال التركيز على الفكرة بشكل علمي ودعم لجانب الثقافي لدى المصممين والعاملين في هذا المجال.

٢-الاهمية التطبيقية: معرفة ما يمكن ان تحققه مرجعيات الفكرة لاظهار مضمون الملصق السياسي من ناحية تنفيذها والتعبير في كيفية تنفيذ تلك المرجعيات.

ثالثاً:هدف البحث : يهدف البحث الحالي إلى: تعرف المرجعيات الفكرية في تصميم الملصق السياسي.

رابعاً:حدود البحث: الحد الموضوعي: المرجعيات الفكرية وانعكاساتها في تصميم الملصق السياسي . **الحد المكاني:** الملصقات السياسية التي رافقت ثورات ما يعرف بالربيع العربي لكل من دولة مصر وسوريا وتونس ، وذلك كونها تستند الى مرجعيات فكرية ذات بعد مجتمعي يعبر عن هوية البيئة التي ينتج عنها التصميم فضلا عن مراعاتها للمعايير السياسية في التصميم . **الحد الزماني:** الملصقات المنفذة في عام ٢٠١١-٢٠١٢.

خامساً: تحديد المصطلح: **المرجع** في مفهومها المتداول ((**كإصطلاح أدبي إلى الإحالة والمحال إليه ، وتفيد بذلك إلى القدرة على الإحالة الذهنية إلى خارج النص لغرض فهم وبيان المعنى،**

فالمحال إليه يتكفل عادة بتوضيح الصورة الذهنية لغرض تحقيق المعنى الحقيقي أو المبطن))(تانيا، ٢٠٠٥،ص ١٩)

تعريف إجرائي: المرجعيات الفكرية: هي ثقافة الاصول والعقائد والعادات والتقاليد والاعراف والانظمة الوضعية ، والمكتسبات المعرفية والممارسات اليومية للافراد والمجتمع.

الفصل الثاني (الاطار النظري)

المبحث الاول :المرجعيات الفكرية:

أولاً: مدخل: اتسعت الدائرة المعرفية لتعامل المصمم مع مفردات حياته اليومية ، وهذا الاتساع كان لبيئة التصميم الكرافيكي النصيب الكبير منه ، فما ان دخل التصميم في عملية الاستخدام والتعامل المباشر مع حاجة الفرد اليومية حتى صار لزاما على المصمم تقديم قراءة بصرية تصمم لغرض طرح الافكار ومتغيرات الحياة ولاسيما في الجانب الفكري والتقني فضلا عن الجانب الاجتماعي وهو "ما ينعكس مباشرة على تغير الرؤى الانسانية في مختلف التصاميم"(الحسيني، ٢٠٠٨ ، ص ٣٤) حقيقة أساسية تشكل جوهر وجود المنطلقات المرجعية سواء المكانية او الزمانية إذ يختلف أسلوب التعبير بين فناني الأماكن المختلفة في زمن واحد، ومرد هذا الاختلاف يرجع إلى "طبيعة الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في كل بيئة عن الأخرى"(الجباخنجي،١٩٨٠، ص ٩٥).

بات التنوع المرجعي يمثل مرحلة ايجابية تدعم الفكرة سواء كانت الفلسفية ، الاجتماعية ، التاريخية ، العلمية والسياسية في بناء ملصقه السياسي كونه يمثل "الموجه الفعال لهذا المجتمع من حيث المحتوى والهدف والمضمون"(معتز،٢٠١١،ص١١) ، وعليه فانه ينهل من تلك المرجعيات ولا يخرج عن الاطر الاخلاقية والفكرية التي اسست عليها منظومة بيئته من خلال اقتباس مفردات فكرته من ذلك الموروث العقائدي والتاريخي والغاية تكمن في اكساء فكرته كهوية محلية يجعلها تحظى بالقبول والاثارة من ناحية مضمونها، وأن دراسة المضمون الفكري تأتي على وفق عاملين(الطائي، ٢٠٠٦،ص٢٣):

الاول–العامل المادي يتكون من : (العوامل الطبيعية، العوامل التكنولوجية).

الثاني–العامل الروحي والفكري يشمل : (العوامل الانسانية (الدين، السياسة، المجتمع، البيئة). العوامل الاقتصادية، القيم الجمالية، الاتجاهات التصميمية) .

وبتعدد وتنوع هذه المرجعيات التي يتشكل منها خزين المصمم ، يتباين نوع النتاج وشكله مما يتيح إيجاد حقول متعددة تؤسس صيغ "التنظيم الشكلي الافتراضي لحدود التجربة الجمالية في الفن بصورة عامة وفي التصميم بشكل خاص"(شيماء، ٢٠١٤، ص٤٩)لان المرجع غالبا ما

يدخل في تشكيل بنى الأشكال يكشف انعكاس المرجعيات الفكرية وتاثيراتها من ناحية البعد السياسي على تصميم الملصق عن طرائق التوظيف الدلالي لنوع المرجعيات في صياغة الفكرة وخصائصها الجمالية والوظيفية والشكل النهائي للملصق فالمرحلة او الحضارة او البيئة المحيطة بالفنان "هي التي تمنح الشكل وتفرض عليه مضمون العمل الفني"(ريد، ١٩٩٨، ص٧٧).

ان المرجعيات ضمن مجال التصميم الكرافيكي مختلفة واشتغالها في بنية العمل الشكلية وتكوينها تستند الى جملة من المغذيات التي تحكم اخراج الفكرة متمثلة بالعادات ونوع الثقافة ومدى الوعي والمستوى التعليمي. وهناك " فرق شاسع بين التاثير الذي يكونه المصمم والوسائل المستخدمة لانتاج هذا التاثير"(نوبلر، ١٩٩٢، ص٢٥).

ماهية المرجع الفكري: حالة من التكامل النفسي على كل ما يصدر عن الانسان من سلوك، تكون هذه الحالة النفسية "لدى الانسان على مدى حياته الطويلة ، وتكون مسؤلة عن تشكيل كل تصرفاته"(ايمن،٢٠٠٧،ص١٩٤) ان الاستراتيجية المنفذة تعتمد على نماذج او اصناف او توجهات متنوعة وذلك لان التنوع والتداخل في الاستعارات "يعطي صوراً متعارضة مما يستدعي قراءات مختلفة"(Jencks, 1997, 179) ولهذه المفردة ابعاداً فرعية تتضمن ما يأتي(الدباغ، ٢٠٠٥، ٩٤):

١-**طبيعة المرجع:** صنف المراجع بالنسبة الى طبيعتها التي تؤثر في انطلاقتها الاستعارية واستخداماتها في تصميم الفكرة الى ثلاثة اصناف هي:

أ-الطبيعة الملموسة: وفيها تتبع الانطلاقة من الطابع المادي او البصري.

ب-الطبيعة غير الملموسة:وفيها تتبع الانطلاقة من فكرة او ملحوظة او حالة انسانية او خاصية معينة.

ج-الطبيعة الخليطة :وفيها تتداخل الطبيعة الملموسة وغير الملموسة كنقطة انطلاق لها .

٢-**انتساب المرجع:** اشارت الدراسات الى اهمية هذا الجانب ودوره في اثراء معنى الفكرة التصميمية ،ان القوالب القديمة تحقق ضمن السياقات الجديدة " معان ثرية تُعد بطريقة او باخرى قديمة وجديدة معاً ، تافهة وحيوية معاً"(فنتوري، ١٩٨٧، ص١٠٥) كما ان هناك مراجع منتسبة الى الطبيعة "بمختلف مقاييسها من الحسي المدرك الى الكوني المدرك بالعقول وهناك مراجع تنتسب الى الفن او الاساطير او الدين او علم التحليل النفسي او التاريخ"(الدباغ، ٢٠٠٥، ص ٩٥).

٣-**مغذيات الفكرة المرجعية:** الفكرة عملية شعورية تحتاج دوما الى مغذيات تتمثل هذه المغذيات بالاتي:

أ-مغذيات معرفية: وتشمل الدراسات والبحوث والنظريات والتقارير والنشريات حول ميدان الاختصاص في موضوع التصميم فضلا عن التجارب الميدانية والحالية للتصميم . وتشكل هذه المعرفة الارضية النظرية الخصبة التي تنطلق منها الحلول التصميمية إذ يبدأ الحل في المكان الذي انتهى عنده الاخرون ، اي ان الدراسات المعتمدة هي اخر ما توصلت اليه المعرفة في ميدان الاختصاص ويحتاج ذلك الى تواصل حقيقي مع كل المستجدات الحديثة"(الحسيني، ٢٠٠٨ ، ص ٢٢).

٢- مغذيات تقنية: وتشمل المعرفة التفصيلية بالمواد الخام والتقنيات والاساليب والطرق والوسائل التي تحول الفكرة والمعرفة النظرية الى واقع مادي ملموس ، وينكشف ذلك عند اختيار المناسب منها لترجمة تلك من خلال التوصل الى افضل النتائج المعملية في المختبر وميدانية من خلال اختيار ادائها في الميدان واستفادة المستهلك لها بافضل الطرق الملائمة واحسن ادائها (Jencks, 1997, 179).

٣- المغذيات المهارية : كانت ولا زالت الحرفة المتقنة هي التي تبرز قيمة المنتج وجودته ، وقد ميز الناس بين الجديد الجيد من الرديء من خلال مهارة صانعيها وبسبب من ارتباط فن التصميم بسلسلة تداولية ذات مغزى نفعي ووظيفي فان قيمة الصنعة والمهارة ذات اهمية تعكس قيمة المنتوج(الحسيني، ٢٠٠٨ ، ص ٢٣).

٤-مغذيات تقويمية : وتتمثل بمقدرة المصمم ومرونة تفكيره من خلال البحث عن بدائل تعيد ترتيب الفكرة بطريقة افضل لخيارات اكثر جودة واتقان وهذه القابلية تمنح المصمم قدرة على تقويم فكرته وانتاجه التصميمي وتقوية افكاره بما يجعلها اكثر دقة وملائمة لتطبيقها ,Jencks 1997,180).

ثانياً: مراحل انتاج فكرة التصميم مرجعياً: تعتمد العملية التحاورية بين الفكرة والحاجة وتطورها على القدرة الذاتية للمصمم وتحتاج إلى الثقة بالذات والإصرار في تجسيد الفكرة ، فضلا عن اعتماد المهارة الإخراجية التي يكون لها الأثر الكبير في ايضاح افق بناء الفكرة وبشكل واضح، وهناك طرائق عديدة لانتاج الفكرة منها(net, mawdoo3):

١-التفكير : وهو مصنع لها ومن خلاله تتولد الافكار .

٢-الملاحظة والتامل : وهما فرع من التفكير .

٣-الانصات، إذ ان احاديث الناس قد تكون منجم للافكار .

٤-احداث الساعة .

٥-التخيل والافتراض .

٦-الحوار والمناقشة .

٧-استعمال الافكار المتداولة اختصارا او زيادة او استفسارا او تعقيبا .

٨-الافادة من الموروث الشعبي المحلي او العالمي لتوليد الافكار .

٩-القراءة .

أن مرجعية الفكرة التصميمية تشترك مع جميع عناصر التصميم وعلى جميع مستوياتها بما يدعم بلورتها ، وليتم العمل عليها يجب ان تتوافر مجموعة من الاساسيات تمثل القاعدة الرئيسة في انجاح مضمون المرجعية الفكرية وشكلها في تكوين عمل الملصق ومن هذه الاساسيات الاتي(ايمن، ٢٠٠٧، ص٣٣-٣٤):

١-أن تكون نابعة من المشكلة التصميمية أو على الأقل على علاقة قوية بها.

٢-أن تكون عامة وأولية وبداية لظهور شخصية الملصق السياسي.

٣-أن تكون قابلة للتطوير وسيلة المصمم في التعامل والتواصل مع المشكلة التصميمية التي يتعرض لها من خلال البرنامج الوظيفي للعمل الكرافيكي.

ثالثاً: العوامل التي تؤثر في تصميم الفكرة : أن الفكرة التصميمية والتصميم العام للمنتج من المؤكد تتأثر بالمصمم القائم بالتصميم، وهناك الكثير من العوامل التي تؤثر على اتجاه الفكرة التصميمية وكفاءتها وطريقة تطبيقها كصورة ، فكفاءة التفكير بالتصميم واخراجه كصورة نهائية تعود الى عدد من الخصائص منها(شاكر، ٢٠٠٩، ص٢٨٧)

١-الطبيعة الخاصة لعملية التفكير بالصورة .

٢-الطبيعة العيانية والتشاكلية الثرية للصور.

٣-الحدس المكاني: ان الطبيعة المكانية للصور، طبيعتها المتعلقة بالامتداد في المكان.

٤-التاثير الانفعالي: فالصور العقلية ونواتج التفكير البصري هي صور مفعمة بالحيوية.

المبحث الثاني: العناصر التيبوغرافيكية في تصميم الملصق السياسي.

يتكون تصميم الملصق من مجموعة عناصر تعمل مع بعضها تشكل الناتج النهائي للفكرة التصميمية ، وبما ان الفكرة تعد المُعبِر عن مضمون ومعنى التصميم لذا فان الشكل الناتج عن ترابط المكونات التيبوغرافيكية يعمل على ايضاح المضمون للمتلقي فالصور والرسوم والاشكال التوضيحية والالوان والخطوط تعمل جميعا على اخراج الناتج المنسجم ، اذ يعتمد بالدرجة الاولى على توليف كل من هذه العناصر في وحدة فنية متكاملة وغير مجزأة وتتمثل العناصر من:

اولاً: العنوانات : يعد احد العناصر التي تدخل في بناء وتكوين المنجز التصميمي ويمثل الجزء الوحيد المقروء مع باقي النصوص الكتابية للملصق الذي " قد يتخذ بعض الاشكال والاساليب المختلفة من تصميم لاخر، كما قد يتضمن ايضا بعض

شكل (١)

العنوانات الفرعية المساعدة للعنوان الرئيس "[١]، ويسهم العنوان في كثير من الاحيان في شد الانتباه كونه يشارك في مهمة ايصال فكرة ومضمون الملصق السياسي بالكامل فهو ذلك الجزء من الرسالة الذي ينشر ويصمم بشكل متميز عن باقي العناصر ويرتبط بها وهو اكثر العناصر فاعلية في تحقيق اهداف الذي يجعل المتلقي ينجذب الى الملصق ويدعوه الى قراءته او ينصرف عنه شكل(١) ، ويقوم العنوان وظائف عدة من اهمها(العالم ، ١٩٩٨، ص١٦٨):

١-جذب الانتباه للتصميم .

٢-احداث تاثير سريع ومباشر في المتلقي.

٣-اثارة الاهتمام.

٤-استمالة المتلقي لقراءة نص الملصق .

٥-وهناك نوعان رئيسان من العنوانات هما :

ثانياً:العنوان الرئيس: يعد من أهم الوحدات الشكلية المنظمة و"المستقلة بخصائصها الشكلية والمكانية الفضائية"(ايمان، ٢٠٠٧، ص٧٦) ، وعليه يكون مختلف من حيث الاهمية في الحجم والموقع واللون .

ثالثاً: العنوان الفرعي: يتباين تبايناً واضحاً مع العنوان الرئيس فالعنوان الفرعي يعد مكمل للعنوان الرئيسي " وغالبا ما يؤدي دورا تفسيريا، اذ يتخذ حجما اصغر من العنوان الرئيس" (نصيف، ٢٠١٨، ص٦٧) ، والهدف هو من اجل التوسع في توضيح فكرة ومضمون العنوان وانه يكون حلقة الوصل بينه وبين باقي عناصر الرسالة التصميمية . وكما يمكن تقسيم العنوان من حيث المحتوى على(صادق، ٢٠١٣، ص٦٠):

١--عنوان محدد للهوية .

٢--عنوان يوضح المنفعة من التصميم .

٣-عنوان اخباري .

٤-عنوان انتقائي .

ثانيا: رسالة الملصق - النص الكتابي: يعد النص الكتابي في الملصق رسالة الملصق من ضمن العنصر الاساسي التي يتم عن طريقها نقل فكرة الملصق السياسي الى المتلقي والذي يحقق بالنتيجة الهدف الرئيس للفكرة ، شكل(٢) وتتكون الرسالة من فقرة او عدة فقرات تتضمن الفكرة الرئيسية للملصق المطلوب توصيلها الى القراء وقد تتكون " رسالة الملصق احياناً من كلمة او كلمتين او جملة مصاغة بطريقة محددة"(سمير، ١٩٨٢، ص١٥) وتحقق رسالة

شكل (٢)

[١]- سمير محمد حسين: فن الاعلان، القاهرة، ١٩٧٧، ص ١٣.

الملصق عدة وظائف اهمها(العادلي، ٢٠٠٤، ص١٧٩):

١-اثارة اهتمام المتلقي بموضوع الملصق.

٢-اقناع المتلقي بمضمون الملصق

٣-الاستجابة المطلوبة من قبل المتلقي.

ان الهدف الرئيس من الرسالة يتمثل في توصيل فكرة الملصق باكبر قدر ممكن من البساطة والوضوح الى المتلقي، وان تكون الرسالة " بصورة مبسطة وان تعني الكلمات نفس الشيء بالنسبة للمرسل والمستقبل والمواضيع المعقدة يجب ان تكثف الى شعارات وصور مقبولة" (محمد، ١٩٨٢، ص٢١٤) التي من الضروري ان تتصف بالبساطة والوضوح ايضا من خلال تكوين وبناء النص الحروفي للرسالة النصية في التصميم الرقمي والذي تكون له وظيفتين احدهما جمالية والاخرى تواصلية تتمثل كل من(محمد الأمين، ٢٠١١، ص٢١٤):

أ-**تسهيل عملية القراءة:** ان عملية تنسيق الخطوط وتوظيفاتها ومحاذاتها على وفق طريقة المصمم التي يقوم بها في التصميم، واختيار المسافة الملائمة بين السطور، واختيار الحرف المناسب الواضح ، تسهل مهمة القارئ بتلقي مضمون الرسالة التواصلية .

ب-**توظيف التأثيرات على النصوص لإظهار جمالية التصميم:**عملية توظيف النصوص مع الصور تعطي إيحاءات جمالية من خلال توظيف مؤثرات الألوان والتدرج اللوني Gradient والظلال Shadows ، والتجسيم Emboss فيكون النص جزءاً من عناصر تجميل العمل التصميمي الرقمي(نشاوي،٢٠١١،ص٢٤٨) أنظر شكل (٣) .

شكل (٣)

ج-**تزيين الصفحات:** توظف النصوص الكتابية لتزيين خلفيات الصفحات عبر التكرار النمطي ، أو تخفيف لون الكتابة ، كي لا تختلط نصوص الخلفية مع نصوص الواجهة.

د-**إيصال رسائل تواصلية إضافية تغني التصميم:** ويتم ذلك من طريق قيام المصمم باختيار أشكال الكتابة ذات الدلالات الثقافية والنفسية والحضارية والتقنية(محمد الأمين، ٢٠١١، ص٢١٤) ويراعى عند القيام بتصميم معين وتوظيف اللغة المكتوبة اعتبارات عدة منها(Carter, 2002, p8)(ماجد، ٢٠٠٨، ص٢٥٩):

١-البساطة في تصميم اللغة المكتوبة .

٢-اختيار نوع الحرف المناسب مع الصورة .

٣-تجنب اختيار أكثر من ثلاثة أحجام من اللغة المكتوبة.

٤-تعد الحروف الملونة او التي تتم معالجتها بتأثيرات معينة اكثر جاذبية وجمالاً في التصميم.

٥-تشكل الحروف السود على الفضاءات البيض او ذات القيم اللونية الفاتحة افضل الحلول التصميمية للعلاقة الصحيحة بين الحروف و (الفضاء).

ثالثا: الصور والرسوم والتخطيطات: تعد الصور والرسوم من العناصر الكرافيكية التي تشترك في عملية تكوين الملصق السياسي وتشترك مع الرسم والألوان في تكوين الهيكل المادي للتصميم ، اذ انها في التصميم لا تستلزم جهداً خاصاً من القاريء في فهمها واستيعابها ، " لأنها تحتوي على مرائي ، أي أشياء مرئية"(اللبان، ٢٠٠١، ص٦٠)، وعليه فانها " تعمل داخل التصميم كداعم لفكرة التصميم "(العربي، ٢٠٠٦، ص١٢٤) ، وتمثل الصور والرسوم والتخطيطات المكونات الاساسية التي يتم اعتمادها وتوظيفها في الملصق السياسي وجميع انواع الملصقات الاخرى كونها تؤدي دوراً اتصاليا وتسهم في نقل فكرة الملصق الى المتلقي بصورة سريعة وفعالة في نفس الوقت لان توظيف التعبيرات المرئية في الصور والرسوم لا يقل اهمية عن التعبيرات المقروءة في الكلمات في تصميم الرسالة التصميمية، لذا فان لعملية تنظيم وترتيب جميع الوحدات فيما بينها يحدث نوعا من التوازن والانسجام في تقديم فكرة رسالة الملصق ، اذ ان الصورة تخاطب فئات كبيرة في المجتمع الواحد، كما انها تعد لغة عالمية يتم فهمها وادراك معناها من قبل الفرد في اي مكان من العالم شكل (٤) ، فضلا عن ذلك لها أثر فعال في الايصال كونها ذات قدرة على التذكر بالاشياء لسهولة حفظها بالذاكرة كونها تلتقط دفعة واحدة وهذا بعكس الكتابات التي تصل الى اشكال متوالية فضلاً عن "سرعة استيعاب مضمونها بما تحمله من قيم تعبيرية واستثارات بصرية"(حسن، ١٩٧٤، ص٣١٥) وتعد من الوسائل التي تمتلك قدرة علىتشويق المتلقي وجذب انتباهه وتحقيق هدفها في عرض وتفسير الرسالة التي تحملها فيمكن ان تنقل "فكرة كاملة دون اي حاجة لاستخدام الكتابة اذا ما توافرت فيها عناصر الفكرة"(طلعت، ب،ت، ص٧٢) لذا تقع على المصمم آلية اختيار الصورة المناسبة ذات البناء التصويري الجيد والمؤثر كي تساعد في فهم وايصال الفكرة التصميمية بشكل سريع ومفهوم لا لبس ولا غموض فيه كما تكون ذات اثر فعال لتحقيق جذب الانتباه واثارة الاهتمام والاستجابة لفكرة الموضوع فضلا عما تضفيه من اثر جمالي على الملصق ،وعليه نجد ان للصور اهمية كبيرة في اي تصميم وهذه الاهمية نابعة من كون انها(صادق، ٢٠١٣، ص٧٥):

شكل (٤)

١- ترتبط بالفكرة.

٢-ان تتناسب مساحتها مع المساحة التصميم المفروضة .

٣-تماشيها مع المجتمع من حيث الاعراف والتقاليد والمفاهيم .

٤-امتلاكها قيماً فنية وجمالية لتحقيق عامل الجذب.

وتستعمل الصور غالباً في جذب نظر المتلقي وشد انتباهه الى الملصق السياسي لما لها من تاثير مباشر وفعال في عملية الاتصال البصري. فالصورة تعطي الموضوع تجسيداً وتقرب للمتلقي الفكرة وتشترك الصورة مع العنوان لتحقيق الوضوح والجمالية وكسر جمود المادة المكتوبة ، لذا فان ما تضيفه الصور الى الملصق يتمثل بالاضافه الجمالية الى شكل الملصق الى جانب ما تقدمه من مصداقية وواقعية لحقائق وافكار لتحقيق الجانب الوظيفي من اجل اغناء المشاهد عن الكثير من المواد النصية المكتوبة ، ويكمن السبب في " امتلاكها الوضوح وسهولة الفهم فضلاً عن تحريك المشاعر والاحاسيس عن طريق اللون والضوء والتعبير" (سمير، ١٩٨٢، ص٧٥) شكل (٥) ، كما توظف الصور في الملصق السياسي عن طريق متغيرات تقنية عديدة لتحقيق قوة الجذب المطلوبة وذلك من خلال التصغير والتكبير والتلاعب في حجم الصورة فضلا عن عمليات التعديل والحذف والاضافة في بنية تكوين الصورة نفسها وعملية المزاوجة ما بين عناصر التصوير الملون وبين التصوير بالاسود والابيض، وعليه نجد ان الصورة من حيث الشكل الفني يمكن تحديدها بثلاثة انواع رئيسة هي(النادي، ٢٠٠٦، ص٧٩):

شكل (٥)

أ–**صورة مفردة:** قد تكون صورة شخص او صورة لمكان.

ب–**صورة متسلسلة:** هي سلسلة من الصور عن موضوع واحد يتم التقاطها في مدة زمنية طويلة.

ج–**صورة المشهد المتعاقب:** وتمثل مشهد او مجموعة من اللقطات لموضوع واحد من جهة نظر واحدة وفي مدة زمنية قصيرة.

ويكمن تأثير الصورة في التصميم من خلال عَدِها رسالة بصرية يستطيع بواسطتها المصمم توصيل رسالته بشكل يشتمل على حالة جمالية ذات قيمة عالية تعمل على ترسيخ الصورة البصرية الذهنية عن فكرة التصميم لدى المتلقي ، فينتج نوع من التفاعل بين الصورة والمتلقي يكون في إطار الفهم والمعرفة البصرية ، ما يؤدي الى الفهم المعمق لدلالة الصورة التي تشغل التكوين الأساس للفكرة التصميمية وتجسيدها لتكون عاملاً مساعداً في عملية الربط الذهني بين الفكرة والمضمون للصورة الجيدة والتي تكون لها مواصفات منها(حسنين، ٢٠٠٩، ص٢٦٦):

١–التكوين وهو وضع كل تفاصيل وعناصر الصورة في علاقة متألفة بعضها مع بعض بحيث تشكل توازناً يشعر المشاهد من خلاله بالراحة والاستحسان والقبول .

٢–تناسق الضوء مع الظلال والأجسام والألوان في الصورة .

٣–بساطة الصورة من أهم معايير جمال الصورة .

٤–الصورة الجيدة هي أكثر صورة تخدم الهدف الرئيس في عملية التصميم .

٥-دقة الصورة وحجمها.

٦-جودة الصورة التي تعتمد إلى حد كبير على دقة الصورة وألوانها .

الفصل الثالث

اولاً:منهج البحث:اعتمد البحث المنهج الوصفي تحليل المحتوى، وذلك لملاءمته موضوع الدراسة الحالية، بما يتيح إمكانية في إجراءات النقد والتحليل لتحقيق هدف البحث.

ثانياً:مجتمع البحث:يتكون مجتمع البحث الحالي من تصاميم كرافيكية من تطبيقات الملصق السياسي صادرة ما بين عام (٢٠١١ – ٢٠١٢) لتصاميم منشورة على شبكة المعلومات الدولية وعددها (١٦) انموذج.

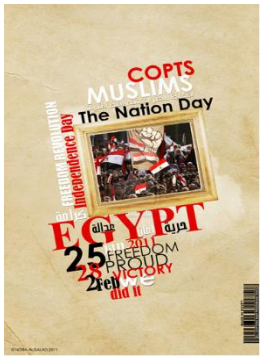
ثالثاً:أختيار العينة: اعتمدت البحث اختيار (عينة قصدية) على وفقً المتطلبات البحث ، واعتمدت نسبة (٢٥%) من مجتمع البحث وقد بلغت (٤) نماذج من أصل مجتمع البحث البالغ (١٦) على وفق المبررات الآتية:

١-انها معنية بالتركيز على مرجعيات فكرة تصميم الملصق السياسي .

٢-تتناول وتركز على الاستخدام الفكري في بنية التصميم الكرافيكي للملصق السياسي.

رابعاً: الوصف والتحليل

١-نموذج (١) تظاهرات مصر



نوع التصميم: ملصق سياسي (مصر)

تاريخ إصدار التصميم : ٢٠١١

أ-الوصف:

صمم الملصق بالاتجاه العمودي اذ يحتوي على شكل هندسي يتوسط مساحة التصميم ومجموعة من العناصر التايبوغرافيكية التي تحيط المربع من اتجاهات ثلاث للتعبير عن حالة التقدم نحو اليمين، ويغلب على الملصق القيم اللونية المستوحاة من الوان العلم المصري فضلا عن اكساء اطار المربع بلون النسر الموجود في العلم ، واشتمل الملصق على مجموعة من الكلمات التي تدلل على هدف الملصق وغايته السياسية .

المرجعية الفكرية في تصميم الملصق : وظفت في التصميم مفردات تصميمية واقعية وتجريدية مرسومة استندت الى مرجعيات فكرية اجتماعية ذات قيمة سياسية امتدت عن طريق مجموعة مكررة من الاشخاص ، بنيت هذه المرجعية لسببين رئيسين أولهما: هو التأكيد على مركزية الفرد المصري في التعبير عن ثورة مصر والتي ينهض بها المواطن المصري وليس الحكومة

والأمر الذي يدلل على ذلك هو القيم الانفعالية الظاهره على حركات ايدي المتظاهرين بضيغة الايقاع المتواصل والتي بدورها تدلل عن عزيمة المواطن في الاستمرار حتى تحقيق اهداف الثورة وللتعبير عن اصل شعبي متكاتف بوحدة عضوية ذات تنوع بالاتجاه تمثلت في الملصق (قبضة اليد المرسومة والمرفوعة من قبل الجماهير). والسبب الثاني: يعود إلى التوظيف الشكلي الذي قيد المصمم في استخدام الشكل الرئيس الصورة المؤطرة للجماهير المصرية "المربع" يفقد الكثير من تعبيره لاسيما وان إشغالاته المساحية شغلت المقطع الاعلى للتصميم، مما سيغير الفكرة الرئيسة لتنفيذ الملصق ويحيلها إلى فكرة جديدة قد لا تتناغم والموضوع المراد التعبير عنه. ان توظيف التنظيم الشكلي يحمل في طياته قراءة مدروسة لجذب انتباه المتلقي نحو فكرة الملصق الرئيسة من خلال سيادة الشكل الرئيس في الملصق.

ابعاد انعكاس مرجعية الفكرة التصميمية: تجلت ابعاد بناء الفكرة في التصميم على انها ذات بعد سياسي يمتلك ويشحن منظومة التصميم بطاقة تحفيزية تجلت عبر ملئ مساحة المربع الظاهر في الملصق بجموع المتظاهرين وهذا ما يجعل التصميم معبأ بطاقة لها بعد تشجيعي ذي ابعاد تثقيفية واضحه من خلال النصوص الكتابية التي استخدمت كعبارات واضحة المعنى منها كلمة " حرية ، امان ، عدالة" وهو معنى لانعكاس ثقافة المواطن المصري من حب واحترام للوطن وللمواطن الاخر وعلى اختلاف تنوعهم وانتمائهم العقائدي .

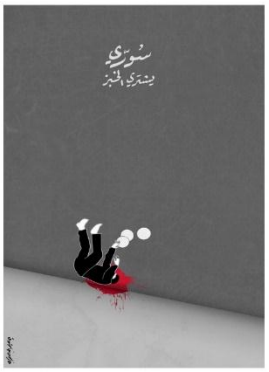
العناصر التيبوغرافيكية ودورها في إبراز المضمون: اشتمل الملصق على وحدات تيبوغرافيكية منها صورة فوتوغرافية واقعية لمشهد ذي طابع حركي لعدد من المواطنين في تظاهرة في خضم حركة انفعالية ، أن توظف هذه الحركة لصالح فكرة الملصق التي تشدد على انفتاح آفاق المواطنين المصريين باتجاه تحقيق المنجزات على العديد من الأصعدة وبضمنها السياسية فكانت إحالة الانتصار من التظاهرة الاجتماعية إلى السياسة تدليلاً على أن هذا المنجز لم يكن ليتحقق لولا وجود تغيير سياسي بالاتجاه الصحيح وهذا ما شددت عليه العناصر التيبوغرافية الأخرى (الكلمات)، إذ أدت الكلمات المستخدمة في جمل مترابطة عن أهمية (العهد الجديد) الذي يشتمل على ((الحرية والديمقراطية)) فكلمة الاقباط والمسلمين "COPTS MUSLIMS" تشكل توظيف يستطع الفرد المصري من خلاله اثبات وعيه على اختلاف انتماءاتهم العقائدية والدينية بمعنى ان توظيف كلمة " ادخلو مصر ان شاء الله امنين" باللغة العربية وبقيمة ضوئية عالية تتوسط كلمات مكتوبة بالانكليزية رسالة الى ان مصر للجميع لذا نجدها كتبت "باللون الابيض" وهي عبارة مستوحاة من نص قرآني عمل المصمم على توظيفها في اشارة الى حلول السلام والامن لكل من يرغب بزيارة مصر فضلا عن ان الثورة ما هي الا حركة وتظاهرة غاياتها سلمية من اجل تغيير الواقع المصري الذي بات يفتك بالمواطن فظهرت النصوص الكتابية بعناوين رئيسة وفرعية مكملة لمعنى العبارة الرئيسة وباحجام مختلفة والوان مستوحاة من الوان العلم المصري مع ظهور تسلسل

تاريخي دلل من خلال بناء حجم الكلمات بشكل يبدأ بالتصغير وهو امتداد بصري وعقلي لتواريخ المظاهرات ومدى الفترة الزمنية التي تعيشه المظاهرات والمتظاهر وهي رسالة على الاصرار.

احتلت الدلالات اللونية قسماً كبيرا من التعبير في الملصق وكانت الأداة الرئيسة بعد الشكل الرئيس في إظهار مضمون الرسالة التي حملها الملصق، واعتمد المصمم قيم اللون الذهبي كأداة في التعبير عن مرجعية الفكرة ، اذ وظف اللون الواقعي للعلم المصري واستعار لون طائر النسر (الذهبي) رمز العلم المصري مع قيمه المتعدد في بناء خلفية (فضاء) الملصق، فكانت النتيجة بيئة ساعدت على استقراء المعنى الدلالي للملصق هذا من جانب، ومن الجانب الأخر أثرت قيم لون الخلفية سلباً في أداء مهمتها في الجانب الأعلى من الملصق اذ ضيعت ملامح الشكل الهندسي الى حد ما حيث وظفه المصمم بقيم داكنة تجلت فيها تجسيمات في اطار المربع فظهر على شكل اطار صورة معلقة على جدار مما أدى بالنتيجة إلى ضياع التركيز وصعوبة الفصل بين تلك المناطق الداكنة والشكل الرئيس وهذا يعد إخفاقا على مستوى التوظيف اللوني، لكن المصمم حقق جذبا لونيا في حركة سحب لون العلم المصري الشكل الرئيس المتمثل بالصورة إلى الكلمات التي نفذها ، وهذا يمنح شعورا بعدم الراحة والقلق عند تأويله، وكانه يعيد علينا تسمية مصر القديمة ذات اللون الصخري لكثرة الاهرامات فيها وهو لون الأرض ، فضلا عن ارتباط (الذهبي) لجذب الانتباه ولدلالة المنطق والإدراك الى جانب انه يمثل العقل والفكر.

تعبيرية المضمون: للتركيب الذي ظهر به الملصق تعبير مباشر وواضح للمتلقي تجسد في وضوح اجزاء الصورة وما موجود فيها وما ظهر اذ كان لشكل اليد المقبوضة دلالة على قوة وسيطرة وعزيمة المواطن المصري نحو التغيير وهو امر اكتملت دلالته مع والنص فاوجد حالة من التناغم والترابط من حيث الشكل واللون والنص وما بين شكل التصميم وارضيته .

نموذج (٢) سوري يشتري الخبز



نوع المطبوع: – ملصق اقتصادي (ذي طابع سياسي)

تاريخ تصميم الملصق :- ٢٠١٢

مصمم العمل : فارس خاشوق.

الوصف: صمم الملصق بالاتجاه الطولي يحتوي على شكل في الجزء الاسفل وفي الجزء الاعلى عنصر كتابي مكون من سطرين لثلاث كلمات ، ويغلب على الملصق القيم اللونية الرمادية الداكنة ، واشتمل الملصق على كلمات تدلل على هدف الملصق ومرجعياته التي يسعى الى ايضاحها المصمم .

المرجعية الفكرية في تصميم الملصق: اعتمد الملصق على مرجعية مجتمعية لعبارة نصية مباشرة بكلمة "سوري" للتأكيد على الهوية لتؤدي بالمشاهد الى استحضار قيمة مدركة تعود

مرجعيتها الى جذور المواطن السوري بمعنى ان المرجعية مستوحاة من حالة اجتماعية تجسدت في العبارة والشخص المقتول وتمثل الواقع السوري في تلك الفترة وتجسدت بنائية التصميم بخلفية العمل وارضيته بلونين رمادي داكن ودرجة اقل دكانه وعلى ما يبدو إن المصمم اعتمد هذا النوع للتعبير عن واقع سوري يجسد معاناة المواطن عبر سعيه لكسب لقمة العيش البسيط ، والأمر الذي يدلل على ذلك وجود العنصر المكمل للتشخيص الرسومي للمواطن وهو الجانب الروحي المتجسد في الدوائر الرسومية التي اخذت معنى من سياق الجملة التي ظهرت اعلى الملصق " يشتري الخبز " وهنا يظهر التوظيف الشكلي قد قيد المصمم في استخدام الشكل الرئيس للمواطن المقتول إذ عمل على ايجاد نقطة ارتكاز بناء الملصق ليمتد بشكل افقي على طول عرض مساحة الملصق وبخط فاصل مائل نحو الاسفل من الجانب الايمن وتم تنفيذها بطريقة البعدين الطول والارتفاع ليتولد لدى المشاهد طابع حركي من خلال تناثر ارغفة الخبز وتطايرها في الهواء وهي مرجعية لحدث مستمر وبشكل يومي .

ابعاد انعكاس مرجعية الفكرة التصميمية: ابعاد بناء الفكرة في التصميم جسدت على انها بعد تحفيزي يعمل على استثارة عواطف المتلقي واستمالة مشاعره لخلق تعاطف دولي واقليمي مع المواطن السوري ومعاناته اليومية فهو بذلك يظهر معبأ بطاقة تثقيفية حول ما يمر به المواطن تجلت عبر ملئ مساحة العمل بلون تقارب مع حالة يوم المواطن ومعيشته من حيث البناء اللوني بقيمة سوداء داكنه في هيأة شخص مقتول مع تناثر دماء حمراء من منطقة الراس وهي تمثل مرجعية ذات واقع حقيقي في الملصق وهذا ما يجعل التصميم محمول بمعنى لانعكاس معاناة من جوع وحرمان وكبت للحرية .

العناصر التيبوغرافيكية ودورها في إبراز المضمون: اشتمل الملصق على وحدات تيبوغرافيكية اهمها صورة رسومية مفردة لشخص ضمن مكان افتراضي وهو في حالة من الموت بمعنى ان طريقة رسم الشخص تشير الى حالة قتل وتم ادراك معانيه من خلال اللون وقراءة مظهر الصورة كما استطاع المصمم أن يوظف هذا الايحاءالحركي لصالح فكرة الملصق التي تشدد على ان الفكر المعاكس هو فكر لا يحمل القيم الانسانية التي تشتمل على مفاهيم ربانية متمثلة بما تطرحة بنائية الشكل وهو انسان اعزل يسعى لكسب قوت عياله لذا فان قيمة الشكل تمثل مصدر تاكيد وواقعية لكل من يتلقى التصميم بان ما يمر المواطن البسيط الذي يكون بعيد عن كل التحالفات والمنافع التي صار ضحيتها فهو ينشد العيش بسلام في خضم المعاناة وما ينتج عن الحروب في بلده الام . وهذا ما شددت عليه العناصر التيبوغرافية الأخرى (الكلمات)، حيث ظهرت في الجزء الاعلى كلمتي (سوري يشتري الخبز) مترابطتان في الفهم لموضوع الملصق بأعتبار العودة الى القيم الانسانية المتمثلة بمعاناة يومية ستكون معبرة عن كل صعاب البلد.

وأخذت الدلالات اللونية قسماً كبيرا من التعبير في الملصق ساعدت على ابراز المضمون كاداة رئيسة بعد الشكل من اجل إظهار مضمون الملصق ، اذ اعتمد المصمم قيم اللون الرمادي كأداة في التعبير عن مرجعية الفكرة السياسية ، إذ اعتمد على اللون الرمادي لأرتباط هذا اللون في المفاهيم النفسية والمرجعيات الفكرية لمعاناة المواطن السوري لما له من معايير تسهم بالارتباط بين اللون الرمادي وبين قيمة اللون من ناحية سايكلوجية كما هو معروف عن اللون. واستعار اللون نفسه مع قيمه المتعدده في بناء خلفية (فضاء) الملصق التي تحمل ملمس غير واضح وهي اشارة الى الجداربمعنى ان المواطن يسير بجانب الجدار تحاشيا للخطر ، فكانت النتيجة بيئة رمادية تتميز بلون لايبعث على الراحة عند النظر اليه الا انه ساعد على تسهيل استقراء المعنى الفكري للملصق ، ومن جانب اخر أثرت قيم اللون الرمادي ايجابا في أداء مهمتها في الجانب الأعلى من الملصق اذ برزت النص الكتابي واوجدت حوارية ما بين الشخص المقتول ومعنى المرجع الفكري أما رمزية اللون فهي واضحة جداً لارتباط اللون الرمادي بطبيعة المرحلة اذ يرمز اللون الرمادي المائل للاسود الى الغموض والمأساة فحاول المصمم من خلال ذلك استعارة هذه المعاني مجتمعة لتصدير فكرة عملية .

تعبيرية المضمون:تعبيرية الشكل والمضمون في الملصق مثلت تعبير مباشر وغير مباشر من حيث مرجع الفكرة وبناء التكوين للمتلقي اذ تجسدت كتعبير مباشر من خلال النص وغير مباشر في اجزاء الشكل المرسوم الا ان قيمة الدرجة اللونية وتعبيريتها على مساحة العمل اسهمت في انتاج ترابط وتواصل ما بين المقطع العلوي والسفلي مما عزز من تناغم حلقات ارتباطها من حيث الشكل واللون والنص وما بين شكل التصميم وارضيته .

نموذج (٣) مصر تنتفض

نوع التصميم: – ملصق سياسي

تاريخ تصميم الملصق: ٢٠١١

عنوان الملصق : مبارك ارحل.

الوصف: صمم الملصق بالاتجاه الطولي ليحتوي على شكل تشخيصي ظهر بهياة عمودية مع اشخاص وحركات متنوعه تظهر خلف فتاة ذات وجه تعلوه الصرخة في وضع حركة لمقطع من الامام للتعبير عن حالة من الغضب ، ويغلب على الملصق القيم اللونية الحمراء والسوداء وفي اعلى الجانب الايسر امتدت يد بحركة الانتصار للفتاة ، واشتمل الملصق على مجموعة من الكلمات التي تدلل على هدف الملصق وغايته التي يسعى المصمم الى ايصالها للمتلقي.

المرجعية الفكرية في تصميم الملصق: اعتمد الملصق على مرجعية اجتماعية في تنظيم الشكل الرئيس (الاشخاص) لتنظيم المنجز النهائي له، وعلى ما يبدو إن المصمم اعتمد هذا النوع من المرجع لعدة أسباب أولهما : التأكيد على قيمة المرجع الاجتماعي عبر توظيف صورة فتاة ذات ملامح مصرية كذلك ظهور مجموعة من الاشخاص في منتصف الملصق كانما ظهروا محمولين على كتف الفتاة الايسر يرفع احدهم العلم رغم ثبات الصورة الا انه يوحي بالحركة المستمرة ، والفعل الذي يوحي الى ذلك التعبير القيم الانفعالية الظاهرة على حركات وجوه وأجساد الاشخاص والتي تدلل على تعبير يوحي بالعزيمة والتفاؤل والثبات بحدث دعاهم الى اظهار هذا الفعل الذي حاول المصمم ان يوظف ويقتبس منه ويجسده في مرجعية فكرية لتصميمه للملصق واضفاء صفة السياده الشكلية والايحاءات لتكون مكملة لبعضها البعض وقد تم تحقيقه بالفعل. والسبب الثاني : يعود إلى التوظيف الشكلي الذي سعى المصمم الى استخدامه بوضع الاشخاص المكونين للعمل في اشكال عمودية متفاوته في الحجم ولكنها تحمل نفس النسق الاتجاهي (الطولي) ، وثإلثاَ: قام المصمم بأستخدام علاقات تعتمد على تراكب الاشكال محاولاَ ان يخرج بنتيجة تحمل عنصراَ يحقق شد بصري وايحاء بحركة الاشكال عبر تقاربها من بعضها البعض لاستخدامه نفس القيم اللونية واختلاف الحجم الذي كان سبباَ في خلق عنصر حركي من خلال محاولة المشاهد بالانتقال من سطح شكلي الى اخر وركز المصمم هنا على ابراز وجهين لشخصين مختلفين احدهما رجل امن تظهر اجزاء من خوذته وزيه الامني مما ولد الحركة كتعبير من المصمم عن شمولية حالة الاصرار لدى المكونات التي يتألف منها المجتمع.

ان توظيف مرجعية الفكرة يحمل في طياته مهارة مدروسة لجذب انتباه المتلقي نحو فكرة الملصق الرئيسة من خلال سيادة الأشكال الرئيسه في الملصق وتميز الملصق بمساحات تبعث على حرية حركة العين بين اجزاء الملصق.

ابعاد انعكاس مرجعية الفكرة التصميمية: تجلت ابعاد بناء مرجعية الفكرة في التصميم على انها ذات بعد سياسي يمتلك ويشحن منظومة التصميم بطاقة تحفيزية تجلت عبر ملء مساحة الملصق في بمجموعة من المتظاهرين ورجل امن يظهر من جانب اي الكتف ونزولا على ذراعه نسر جمهورية مصر العربية في حالة مواجهة متالفة بين الشخصيتين وهذا ما يجعل التصميم معبأ بطاقة لها بعد تشجيعي ذي ابعاد تثقيفية واضحه من خلال النصوص الكتابية التي استخدمت كعبارات واضحة المعنى منها كلمة " Egypt will rise" التي ظهرت في منتصف المقطع العلوي للملصق وبشكل مائل نحو الاعلى من الجانب الايمن وهو اشارة الى حالة الانطلاق والتقدم وهو معنى لانعكاس نوع الهدف المنشود وهو مصر والمواطن المصري هو من يقوم بهذا الدور فضلا عن كلمة Mubarak must go وهي اشارة لغاية التظاهر بما معناه ان الحكم يرحل مع رحيل هذا الشخص ويكتمل هدف التغيير المنشود.

العناصر التيبوغرافيكية ودورها في إبراز المضمون: اشتمل الملصق على كثير من الوحدات التيبوغرافية تنوعت بين صورة ونص كتابي وفي مقدمتها صورة فوتوغرافية بشكل مساحة لونية لفتاة ورجل امن في مواجهة مرجعياتها هي متلاحمه دون شحنها بطاقة عدائية مع مجموعه من المتظاهرين بقيمة لونية واحدة وهم في خضم حركة انفعالية للتدليل على فعل ما تم انجازه ، إذ تعودت عين المتلقي على مشاهدة هكذا حركات تنتج من فعل لمتظاهرين عند الحركة والتظاهر ، وقد استطاع المصمم أن يوظف هذه الحركات لصالح فكرتة التي جسدها في الملصق التي تشدد على حركة يكون مدلولها الانعكاسي على واقع المصريين نحو تحقيق انجازات يشترك فيها مختلف فئات المجتمع الواحد على العديد من الأصعدة وبضمنها السياسية وذات دلالة على الاستقرار الذي ينتج عنه فعل لا ارادي تتمثل بحركات حرة تكاد تنبعث من الشعور بالقوة الذي نتج عن حضور شخص رجل الامن بصورة متفاعلة ومسالمة مع الفتاة وهذا لم يكن ليتحقق لولا وجود تغيير سياسي بالاتجاه الصحيح وهذا ما شددت عليه المكونات التيبوغرافية الأخرى (العبارات) كعبارة " Egypt will rise" ، إذ أدت الكلمات المنضدة في جمل مترابطة عن أهمية (المرحلة الجديده) التي تشتمل على ((الحرية المنشودة)) التي يستطع الفرد المصري من خلالها تحقيق تغيير النظام أما وضع الصورة بحركة النصر التي تسيدت في الجانب الايسر وباللون الاسود والاحمر والاصفر وبشكل مستطيل طولي تكاد تكون هي الاطول بين الاشكال التي استخدمها المصمم فقد حاول من خلالها خلق حالة من الجذب في شكل ولون العنصر الداخل في بناء الملصق ككل ومحاولته إيجاد حالة من التواصل بين الشكل وبين العبارات الكلامية بصنع وحدة اتصال اللون التي ولدة حالة من الاستمرارية عند الانتقال بين اجزاء العمل الفني أسفل الملصق واعلاه ، أما الصورة التي يظهر فيها شاب في مواجهة للفتاة فان عملية توظيف صورة لم يظهر فيها وجه الشخص هي التي منحت سمة القوة التي من الممكن ان تنتج نتيجة توظيف شكل رجل الامن ومدلوله الذي يبعث على قوة البلد المتمثل بوقوف رجل الامن بشكل ثابت ومستقر وحركته التي تدل على الالفه وظهر بشكل حقق ثقلاً على المنجز النهائي للملصق، لاسيما وان المصمم قد دلل على هوية الملصق المصري من خلال التركيز على علم مصر ونسر الجمهورية الذي يحمله الشاب على يده اليسرى ، اما الدلالات اللونية التي استخدمت في تصميم الملصق ساعدت على ابراز المضمون بل كانت هي الأداة الرئيسة بعد الشكل الرئيس في إظهار مضمون الرسالة التي حملها الملصق، اذ اعتمد المصمم قيم اللون السوداء والحمراء والصفراء كأداة في التعبير عن الفكرة التصميمية، إذ اعتمد على اللون الاحمر في مساحة الملصق والشخوص والذي يدل على لون حركي ثوري واستعار اللون نفسه مع قيمه المتعدد في بناء أكثر من شكل واستخدامه في الكلمة الرئيسية للملصق مع استخدام اللون الوردي على شكل مساحات متقطعة في خلفية العمل ، فكانت النتيجة بيئة داكنه ساعدت على تسهيل استقراء

المعنى الدلالي للملصق، هذا من جانب، ومن الجانب الأخر أثرت قيم اللون الاصفر مع الاحمر ايجابا في أداء مهمتها في مساحة العمل .

تعبيرية المضمون : تعبيرية الشكل والمضمون في الملصق مثلت تعبير مباشر وغير مباشر من حيث مرجع الفكرة وبناء التكوين للمتلقي اذ تجسدت كتعبير مباشر من خلال الصورة المرسومة او الواقعية والتي تم تحويلها بواسطة برامج التصميم الى بنية ذات قيم لونية معزولة وغير مباشر في اجزاء الشخوص الموظفة بقيمة لونية واحدة الا ان قيمة الدرجة اللونية وتعبيريتها على مساحة العمل اسهمت في انتاج ترابط وتواصل ما بين المقطع العلوي والسفلي مما عزز من تناغم حلقات ارتباطها من حيث الشكل واللون والنص وما بين شكل التصميم وباقي عناصرة البنائية.

نموذج رقم (٤) الربيع العربي

نوع التصميم: – ملصق سياسي

تاريخ تصميم الملصق : ٢٠١١

عنوان الملصق : الثورة التونسية .

الوصف:ملصق بالاتجاه العرضي يحتوي على حركات ايدي مختلفة القياس تظهر بهياة عمودية مع خلفية لعلم تونس ، ويغلب على الملصق القيم اللونية الحمراء والسوداء وفي اعلى الجانب الايسر يظهر تاريخ ٢٠١١ وهو تاريخ انطلاق الثورة التونسية ، واشتمل الملصق على مجموعة من الكلمات التي تدلل على هدف الملصق وغايته التي يسعى المصمم الى ايصالها للمتلقي .

المرجعية الفكرية في تصميم الملصق: اعتمد الملصق على مرجعية سياسية في تنظيم الشكل الرئيس (الايدي) لتقديم المنجز النهائي له، وعلى ما يبدو إن المصمم اعتمد هذا النوع من المرجع لعدة أسباب أولهما : التأكيد على قيمة المرجع السياسية واثرها الاجتماعي والتاريخي عبر توظيف صورة العلم لدولة تونس كارضية مع استخدام مجموعه من الايدي في منتصف الملصق بحالة توحي بحركة من طريق اختلاف حجم قبضة اليد واتجاهها لتظهر كاداة للتغيير، وظهر فعل الحركة بواسطة الحالة الانفعالية الظاهرة على حركات قبضات اليد مع غياب حضور الاشخاص كتعبير يوحي بالقوة والعزيمة والثبات بحدث دعاهم الى اظهار هذا الفعل الذي حاول المصمم ان يوظف ويقتبس منه ويجسده في مرجعية فكرية لتصميمه للملصق واضفاء صفة السياده الشكلية والايحاءات لتكون مكملة لبعضها البعض وهو ما تم تحقيقه بالفعل. والسبب الثاني : يعود إلى التوظيف الشكلي الذي سعى المصمم الى استخدامه بوضع قبضات اليد في اشكال عمودية متفاوته في الحجم وتحمل نفس النسق الاتجاهي (الطولي) ، وثإلثاَ : قام المصمم بأستخدام علاقات تعتمد على تراكب الاشكال محاولاَ ان يخرج بنتيجة تحمل عنصراَ

يحقق شد بصري عبر تقاربها من بعضها البعض لاستخدامه نفس القيم اللونية مع اختلاف الحجم وهو ما يجعل المشاهد يحاول الانتقال من شكل الى اخر وركز المصمم هنا على ابراز يد بلون ابيض ياتي بنائها اللوني من فضاء ممتد من كلمة Revolution Tunisienne كتعبير من المصمم عن حالة الشرعية التي اعتمد عليها ابناء تونس لانطلاق ثورتهم نحو التغيير مع حالة الاصرار من قبل ابناء تونس .

ابعاد انعكاس مرجعية الفكرة التصميمية: تمثل في بناء مرجعية الفكرة على بعد سياسي تشجيعي تحفيزي تجلى في توظيف يد كاملة من الزند حتى القبضة ومكررة ل (٩) مرات على نحو مختلف من حيث الحجم فكان لهذا التكرار الاثر في بنائية وقيمة الملصق وانتج تواصل في مساحة الملصق في اشارة لمجموعة متظاهرين وهذا الامر وضع طاقة لها بعد تشجيعي اشترك مع النصوص الكتابية التي استخدمت كعبارات واضحة المعنى تمثل بكلمة " Revolution Tunisienne " التي ظهرت في المقطع الاسفل للملصق وهو اشارة الى حالة التاكيد على هوية الثورة وهو معنى لانعكاس نوع الهدف المنشود وهو تونس والمواطن التونسي هو من يقوم بهذا الدور .

العناصر التيبوغرافيكية ودورها في إبراز المضمون: اشتمل الملصق على عنصر تيبوغرافي حروفي ورقمي الاول ظهر اسفل التكوين الا انه مثل امتداد لفضاء تداخل في جسد التكوينات الاساسية (الايدي) والرقمي مثل في عام ٢٠١١ الذي ظهر مفرغا من قيمة اللون الاحمر بلون ابيض على مساحة حمراء موزعة بطريقة الفرشات يتحقق منها علم تونس المعروف بدائرة بيضاء داخلها هلال وتقابله نجمه خماسية اذ ان اللون الأحمر فيه يدل على دماء الشهداء دفاعاً عن الوطن بينما اللون الأبيض يدل على السلام والأمان اما فيما يخص الوحدات الشكلية مثل الهلال فهو يدل على الانتماء العربي.

اما النجمة فهي تدل على قواعد الإسلام الخمس كذلك ان الهلال والنجمه يمثلان رمزان موجودان بالفعل في المجوهرات والفن والهندسة المعمارية التونسية ، وقد استطاع المصمم أن يوظف هذه الوحدات لصالح فكرتة مستوحات من العلم التونسي التي جسدها في الملصق التي تشدد على مدلولها الانعكاسي على واقع الثورة التونسية ومرجعياتها من اجل تحقيق انجازات يشترك فيها مختلف فئات المجتمع الواحد على الكثير من الأصعدة وبضمنها السياسية ، أما وضع اللفية المستوحات من العلم التي تسيدت ارضية العمل باللون الاحمر تكاد تكون هي الاطول بين الاشكال التي استخدمها المصمم فقد حاول من خلالها خلق حالة من الجذب في شكل ولون العنصر الداخل في بناء الملصق ككل ومحاولته إيجاد حالة من التواصل بين الشكل وبين العبارات الكلامية بصنع وحدة اتصال اللون التي ولدة حالة من الاستمرارية عند الانتقال بين اجزاء العمل الفني أسفل الملصق واعلاه.

تعبيرية المضمون : أن قيمة التعبير في بنية العمل تجلت من خلال متحقق تعبيري مشترك ما بين الشكل والمضمون في الملصق فمن حيث مرجع الفكرة جاء مستندا على مرجعية ثابتة من حيث حضورها كمدرك بصري ثقافي يتجلى في هياة العلم ومتوافق وبناء التكوين للمتلقي اذ تجسدت من خلال الصورة المرسومة التي تم استعمالها ما بين اشكال واقعية واشكال هندسية دعمت تعبيرية الملصق وعززت من وحدة النص والمفردات الكرافيكية ، ان قيمة الدرجة اللونية وتعبيريتها على مساحة العمل اسهمت في انتاج ترابط وتواصل ما بين جميع اجزاء العمل الواحد مما عزز من تواصلية حلقات التكوين ما بين شكل التصميم وباقي عناصرة الموظفة فيه .

(الفصل الرابع)

اولاً:نتائج البحث ومناقشتها: ظهرت من عمليات التحليل في البحث جملة من النتائج هي:

١- تحققت المرجعيات الفكرية في توظيف الصور التي نتج عنها المضامين بشكل يتفق مع فكرة الموضوع من خلال الطرح المباشر والمعبر للفكرة وبيان المضامين باضافة اكثر من عنصر شكلي رئيس كما في النماذج رقم(١، ٣).

٢- تم تأكيد العلاقة المترابطة بشكل قصدي بين مرجعية الفكرة والمضمون من طريق التعبير عن مدلولات سياسية، واجتماعية، وثقافية، وتوظيف أشكال ذات دلالات شكلية معروفة لدى المشاهد من خلال توظيف الاشكال كما في النماذج(١ ، ٣ ، ٤).

٣-جاء أستخدام المفردات التيبوغرافيكية ذات المضامين المباشرة غير المكثفة كتعبير عن واقعية التصميم ومرجعية الأفكار التي تجسدها في جميع النماذج .

٤-عملية الفهم لمضمون الصورة تحققت من طريق العناصر التيبوغرافية الكتابية التي تعمل على تبريز المضمون بشكل اكثر وضوحا وهذا ما بدى واضحا في اغلب التصاميم التي تم تناولها او الاطلاع عليها وفي جميع النماذج .

٥-ظهر تحديد العلاقة بين مرجعية الفكرة والشكل ومضمونه من خلال التأكيد على فاعلية الاستخدام اللوني كأسلوب للتعبير، مع رمزية توظيف مرجعية الفكرة وتجسيدها وفقاً لرؤية لونية كالذهبي في النموذج (١) والرمادي في النموذج (٢) والاحمر في نموذج (٤) الذي يرتبط بعلاقة حياة المواطن ومرجعياته الفكرية والبيئية والعقائدية.

٦- إتصفت المرجعيات الفكرية بصفات ذا دلالة رمزية معبراً عن قيم شكلية ذات أبعاد وظيفية غاياتها الاتصال والتوصيل محققة البعد الجمالي بأستخدام الصور أو المساحات ودرجة تباين القيم اللونية المختلفة كما في النماذج (١ ، ٢ ، ٤).

٧-أستخدمت الصورة على أختلاف تنوعاتها الشكلية وفق مرجعيات غائية كتعبير يعزز قيم دلالية شكلت أساساً في التنظيم المرجعي للبناء التصميمي، ولاشك لما للصورة من فوائد على مستوى الأتصال المباشر لأغلب الصور المستخدمة التي كانت ذات أبعاد واضحة لاتحتمل

تأويلات متعددة إذ أن أغلبها جاء معبراً عن ثقافة وبيئة مجتمع معروفة. كما في النماذج (١،٢،٣،٤).

٨- الاشتغال المرجعي للفكرة التصميمية ضمن توظيف العناصر التيبوغرافيكية تسهم في تفعيل مضمون الشكل مثال ذلك التبسيط الذي يعزز القدرة البصرية للرائي ويفعل قيمة المرجع الفكري للفكرة ودونما تعقيد في البنية التصميمية الكلية إذ يتم الأكتفاء بصورة كما في النماذج (١ ، ٢، ٤) في حين لم يظهر ذلك في النموذج (٣).

ثانياً:الأستنتاجات: بعد أن ظهرت النتائج سجلت من خلالها الأستنتاجات الآتية:

١- أن العلاقة بين مرجعية فكرة الشكل والمضمون تأسست لنجد لها رابطاً موضوعياً من خلال أستخدام أساسي للصورة وتحديداً المرتبطة بالنشاط الاجتماعي والثقافي.

٢- المباشرة في طرح الفكرة من خلال اختيار مرجعية صورة ذات معنى وتوظيفها لمضمون سياسي تم أختياره من أجل توصيل الرسالة الأعلامية دونما معوقات لغوية أو بصرية.

٣- استخدام التبسيط في نوع المرجع الفكري أنما جاء ليعبر عن صيغة تسهم في تسهيل تأويل المضمون للمتلقي دون تعقيد او تكليف.

٤-أن بعض التصاميم لم تبين في واقعها هموم الشعب والمجتمع والمأسي التي يمر بها بسبب الوضع السياسي مما أنعكس سلباً على التصاميم المقدمة.

ثالثاً:التوصيات: بعد أن أستكملت النتائج والأستنتاجات فأن الباحثان يوصيان بالآتي:

١-أبتكار مرجعيات لتعميق العلاقة بين الشكل والمضون في تصاميم الملصق السياسي من حيث الأستفادة من مساوئ انظمة المجتمعات واستعراضها بفكرة واضحة الشكل معمقة المضمون.

٢-الأفادة من الأمكانيات التصميمة الرقمية التي تضيف على التصميم قيماً وظيفية وجمالية وتعبيرية يستطيع من خلالها المصمم أيصال الرسالة الأعلامية الى فئات المجتمع ودون معوقات فكرية أو ثقافية.

٣-تعزيز الأفادة من الصور ذات المعاني والدلالات التي تعبر عن معاني وقيم أنسانية مجتمعية.

٤-توظيف الأسس التصميمية ودراسة العلاقات الشكلية الفضائية التي تعزز تنظيم المفردات التيبوغرافية لما لها من أثر في جذب أنتباه المتلقي وتعزيز عملية الفهم لدية بالدلالات التعبيرية التي تحتويها الرسالة الأعلامية.

٥-تفعيل دراسة الرموز التي تتميز بها الشعوب على مختلف أنماطها ومحاولة فهم معانيها وترجمتها من خلال تقديم تصاميم تساهم في تطوير الصلات الأنسانية بين كل مجتمع والمجتمعات ألاخرى.

٦-محاولة تقديم أفكار تصميمية ذات معاني ودلالات تعبر عن واقع وهموم كل مجتمع وبأساليب بعيدة عن المبالغة الشكلية.

المصادر:

١-ايمان طه ياسين، الانظمة اللونية ودورها في تحقيق التنوع اللوني في اخراج الاعلانات التجارية، رسالة ماجستير منشورة ، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ٢٠٠٧.
٢-ايمن محمد عاصم ، ادراك الفكر التصميمي للاتجاهات المعاصرة في عمارة المتاحف . جامعة عين شمس، القاهرة ، ٢٠٠٧.
٣-تانيا عبد البصير ،رسوم الكهوف انظمتها الشكلية ومرجعياتها الفكرية،اطروحة دكتوراه،كلية الفنون الجميلة،بغداد، ٢٠٠٥.
٤-الجباخنجي، محمد صدقي ، الحس الجمالي، دار المعارف، القاهرة، ط ١، ١٩٨٠.
٥-حسن محمد خير الله، مباديء التسويق، جامعة عين شمس، القاهرة ، ١٩٧٤.
٦-حسنين شفيق ، التصميم الجرافيكي في وسائل الاعلام والانترنت، ٢٠٠٩.
٧-الحسيني، اياد حسين عبدالله ، فن التصميم الفلسفة ، النظرية ، التطبيق ، ج٢ ، الشارقة ، ٢٠٠٨.
٨-الدباغ ،اسماء حسن ، إثراء المعنى في العمارة، اطروحة دكتوراه إطروحة غير منشورة، الجامعة التكنلوجية -كلية الهندسة معماري، بغداد ،٢٠٠٥.
٩-ريد ،هربرت ، معنى الفن، ت: سامي خشبة، مراجعة مصطفى حسين، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٩٨.
١٠-سمير محمد حسين: فن الاعلان، القاهرة، ١٩٨٢.
١١-شاكر عبد الحميد، الخيال من الكهف الى الواقع الافتراضي، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، ٢٠٠٩ .
١٢-شيماء كامل داخل ، الاستعارة في الصورة الافتراضية للإعلان التجاري ، اطروحة دكتوراه ، جامعة بغداد ،كلية الفنون الجميلة ، قسم التصميم ، ٢٠١٤، ص ٢٩ .
١٣-صادق هاشم حسن ، الاطر الفكرية وانعكاساتها في تصميم المطبوعات الدينية، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ٢٠١٣.
١٤-الطائي، لينا عماد ، العلاقة بين الشكل والمعنى في بعض التصاميم الصادرة عن منظمة اليونسيف، رسالة ماجستير ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، ٢٠٠٦.
١٥-طلعت همام، مائة سؤال عن الاعلام، دار الفرقان للنشر ، عمان، ب ت.

١٦-العادلي، مرزوق عبد الحكم: الاعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباعات ، ط١، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٤.

١٧-العالم ، صفوت محمد: عملية الاتصال الاعلاني، ط٣، مكتبة النهضة العربية المصرية، القاهرة، ١٩٩٨.

العربي، رمزي ، التصميم الجرافيكي Graphic Design ، لبنان ، دار اليوسف ، ط ١ ، ٢٠٠٦.

١٨-فنتوري ،روبرت ، التعقيد والتناقض في العمارة ، تر:سعاد عبد علي ، دار الشؤون الثقافية العامة ، آفاق عربية ، ١٩٨٧.

١٩-فيليب غايار، تقنية الصحافة، ط٢، بيروت، ١٩٨٣.

٢٠-اللبان، شريف درويش ، تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة ، القاهرة،الدارالمصرية اللبنانية،٢٠٠١.

٢١-ماجد سالم تربان ، الانترنت والصحافة الالكترونية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية ، ط ١ ، ٢٠٠٨.

٢٢-محمد الأمين موسى ، مدخل الى تصميم الجرافيك ، جامعة الشارقة ، ط ١ ،٢٠١١.

٢٣-محمد عبد القادر احمد: دور الاعلام في التنمية، منشورات وزارة الثقافة والاعلام، دار الرشيد للنشر ، دار الحرية للطباعة، بغداد، ١٩٨٢.

٢٤-معتز عناد غزوان ، التصميم والمجتمع ، اكد للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢.

٢٥-النادي، نور الدين ، فن الاخراج الصحفي ، مكتبة المجتمع العربي ، ط٢ ، عمان ، الاردن ، ٢٠٠٦.

٢٦-نصيف جاسم محمد، العولمة وخطابها الاتصالي في تصميم الملصق السينمائي، مجلة الاكاديمي العدد ٤٦، اصدارات كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد،٢٠١٨.

٢٧-نوبلر، ناثان: حوار الرؤيا، مدخل إلى تذوق الفن والتجربة الجمالية، ترجمة فخري خليل، ط١، بيروت، ١٩٩٢.

28-Carter, Rob, Digital Color and Type, UK, Published by Rotor Vision Book, 2002.

29-Jencks, Charles “The Architecture of the Jumping Universe” AD Academy Editions, 1997.

30-https://mawdoo3.com