

## التطرف والارهاب في الخطاب الترويجي

أ.د. معتز عناد غزوان

كلية الفنون الجميلة

rawanfadhel96@gmail.com

روان فاضل مراد

كلية الفنون الجميلة

rawanfadhel96@gmail.com

### ملخص البحث:

تناول البحث الحالي واحدة من المفاهيم التي تظهر في ساحة التعامل الانساني كمتحقق يؤثر سلبا على واقع الحياة، لذا فان القراءة في معنى مفهوم التطرف تتم عن طريق المتابعة والبحث في معناه كمفهوم ومدى قدرة المشتغل على اخراج تصورات الشكلية عن طريق تخصص التصميم على وفق البعد الوظيفي في مجال التصميم الكرافيكي الذي بالامكان ان نتبين من خلاله مناطق وجود هذا المفهوم وانواعه، كذلك ايضاح مساوئه على الفرد وتقديمه كخطاب كرافيكي له تاثيرات على كيفية التعامل مع صورة شكلية لها فاعليتها على انتاج تصورات جديدة تستند على مفاهيم متداولة في الحياة ومدى قدرة التصورات الكرافيكية على التأثير في المتلقي كحاضر توعوي يحمل رسالة تواصلية تسهم بالتعريف بنوع شكل تصور التطرف واصوله وانواعه بالاخص في المشهد التصميمي الذي يشهد تطور مستمر في انماء وايضاح معاني المفاهيم ومقاصدها وابعادها النفعية في تبيان غاية فكرة الملصق وعلى ما سبق فقد عدت الباحثة مشكلة البحث على وفق التساؤل التالي: ما هي تمثلات التطرف والارهاب في الخطاب الترويجي؟. واعتمد الباحثان المنهج الوصفي في تحليل عينة البحث للوصول الى هدف البحث المتمثل ب (تمثلات التطرف والارهاب في الخطاب الكرافيكي المعاصر)، وبما يتفق ويتلائم موضوع البحث لكونه يتيح إمكانية إجراء التحليل والاستدلال وبما يخدم مجريات البحث، وتوصل الباحثان الى عدد من النتائج والاستنتاجات وكان من اهمها:

تمثل مفهوم التطرف والارهاب في الخطاب الترويجي على وفق قراءات تثقيفية تحذيرية في تقديم تكوينات فلسفية توفر للمتلقي معرفة مباشرة لمعنى التطرف وانوعه، (جميع النماذج).

يعتمد الخطاب الكرافيكي على قدرة المصمم على تقديم خطاب متميزا للتأثير في الافكار والعواطف والانفعالات وذلك عبر تحقيق العلاقات التصميمية المناسبة بين العناصر والتركيز لتحقيق الجذب.

الكلمات المفتاحية: التطرف، الارهاب، الخطاب الترويجي.

## Abstract

The current research addresses one of the concepts that appears in the arena of human interaction as a reality that negatively impacts the human. Therefore, reading into the meaning of the concept of extremism is done through observation and research into its meaning as a concept and the extent of the practitioner's ability to produce their formal perceptions through design specialization according to the functional dimension in the field of graphic design, through which we can discern the areas of existence of this concept and its types. It also clarifies its negative effects on the individual and presents it as a graphic discourse that has implications for how to deal with a formal image that has the power to produce new perceptions based on concepts commonly circulated in life. It also examines the extent to which graphic perceptions can influence the recipient as an awareness-raising presence that carries a communicative message that contributes to defining the type of form of extremism, its origins, and its types, especially in the design scene, which is witnessing continuous development in developing and clarifying the meanings, purposes, and utilitarian dimensions of concepts in clarifying the purpose of the poster idea. Based on the above, the researcher formulated the research problem according to the following question: What are the representations of extremism and terrorism in promotional discourse? The researcher adopted a descriptive approach to analyzing the research sample to achieve the research objective of "Representations of Extremism and Terrorism in Contemporary Graphic Discourse," in a manner consistent with the

research topic, as it allows for analysis and inference, serving the research process. The researcher reached a number of results and conclusions, the most important of which were:

The concept of extremism and terrorism is represented in promotional discourse based on educational and cautionary readings, presenting philosophical formations that provide the recipient with direct knowledge of the meaning of extremism and its types (all models).

Graphic discourse relies on the designer's ability to present a distinctive discourse to influence ideas, emotions, and reactions by achieving appropriate design relationships between elements and focusing on achieving attraction.

**Keywords: extremism, terrorism, promotional discourse.**

## الفصل الاول (الاطار المنهجي)

### مشكلة البحث:

ان امكانية التصميم الكرافيكي في التعامل مع مفهوم التطرف تمثلت في اعادة توظيفه على هيئة خطاب فيه انتاج شكل يستند على فكرة المفهوم وتعدد أساليب التعبير عنه سواء فكري، اقتصادي، سياسي، اجتماعي او ديني، امكانية المصمم الكرافيكي في اعادة تشكيل هذا النوع من المفاهيم في التصميم تكون بقيم اظهرية متنوعة تتمثل في خطاب يمتاز بشمولية يشترك مع المفاهيم المجتمعية على اختلافها سواء كان فردا او مجموعة، ومن هذه المفاهيم التي يعمل عليها مفهوم التطرف تقدم بهياة ملصق يوضح من خلالها اثر التفكير المتعصب عن طريق اعادة قراءة معنى المفهوم وفق معطيات يشار اليها في التصميم كاحد المفاهيم التي تؤثر سلباً على واقع الحياة وبصورة كبيرة، وعلى وفق ما سبق فقد عدت الباحثة مشكلة البحث بالتساؤل التالي: ما هي تمثيلات التطرف والارهاب في الخطاب الترويجي؟

اهمية البحث: تتضح أهمية البحث من خلال:

التأكيد على فكر التصميم الكرافيكي في بث الوعي للتصدي لظاهرة التطرف والارهاب.  
التطرف ظاهرة سلبية تهدد المجتمع العالمي ومن الضروري تسليط الضوء عليها من قبل المصمم الكرافيكي.

**هدف البحث:** يهدف البحث الحالي الى: التعرف على تمثلات خطاب التطرف في التصميم الكرافيكي المعاصر.

**حدود البحث:** الحد الموضوعي: التطرف والارهاب في الخطاب الترويجي (بينالي بغداد الدولي الاول للملصق انموذجاً). الحد المكاني: العراق - جامعة بغداد - كلية الفنون الجميلة. الحد الزمني: ٢٠٢٣.

#### **تحديد مصطلحات:**

**التطرف: لغوياً:** هو الانحياز لاحد طرفي الامر، يقال: تطرف الشمس، : أي دنت من غروبها. والمتطرف: فاعل من تطرّف، وهو المتجاوز لحد الاعتدال والحدود المعقولة ولم يتوسط في الامر ويكون ذو نزعة دينية أو سياسية تدعو إلى العنف. (ابن منظور، ١٩٨٨، ص ٢١٣).  
**اصطلاحاً:** اللغة الانجليزية نجد انها أوردت للتطرف مصطلحات عدة مثل: Extremism ، Integrisme Fanatism Extremism، ويعني: الخروج عن القواعد الشفهية العرف أو المكتوبة والقيم والاطر الفكرية والدستورية التي حددها وارتضاها الفرد، كتحديد لهويته وسمح من خلالها بالتجديد والحوار والمناقشة وهو نهاية مقياس الاعتدال وليس بأحدهما فقط، وموضوع التطرف قد يكون فكريا او سلوكيا.

**التطرف اجرائياً:** التطرف هو حالة التبنى لافكار او سلوكيات تتركز في رفض الاراء الاخرى، وغالبا تكون تلك السلوكيات غير مقبولة من المجتمع، مما يؤدي إلى العنف أو الكراهية.  
**الخطاب: لغوياً:** توجيه الكلام نحو الغير للافهام وقد يعبر به عما يقع به التخاطب (يسري، ١٩٩١، ص ٢٤٠)

**اصطلاحاً:** نوع من التحدث او الكلام او المحادثة ولكن الكلمة اصبحت تستخدم بصورة متزايدة لوصف الحديث او السرد او التناول المطول والمفصل لاي موضوع متسم بطابع رسمي اكبر. (بيل، ٢٠١٠، ص ١٣٩).

**الخطاب اجرائيا:** الخطاب هو أسلوب يتسم بالتنظيم للتعبير عن مختلف المفاهيم والظواهر والافكار او المشاعر بطريقة تضمن الاقناع والتأثير في المتلقي.

**تمثلات التطرف:** هي التصورات التي يتبناها المصمم في تجسيد الخطاب الكرافيكي لتوضيح مفهوم التطرف ونوعه من خلال فعل العناصر التيبوغرافية واسهامها في تحديد تلك التمثلات والكشف عن أهدافها وسماتها البصرية.

## الفصل الثاني (الاطار النظري)

### المبحث الاول: مفهوم التطرف (أنواعه، أسبابه، التحديات)

شهد العالم في السنوات الأخيرة موجة كبيرة من التطرف العنيف أودت بحياة الكثيرين من الأبرياء من مختلف الأديان والأجناس والقوميات منذ بداية القرن الحادي والعشرين، وهناك زيادة بأكثر من تسعة أضعاف في عدد الوفيات الناجمة عن التطرف والارهاب والعنف، وكان أيضًا العام الأكثر دموية، والتطرف العنيف آخذ في الانتشار في عدد من البلدان، ويعد مفهوم التطرف من المفاهيم التي يصعب تحديدها او اطلاق تعميمات بشأنها وترتبط هذا الصعوبة بالمعنى اللفظي الذي يشير الى تجاوز حد الاعتدال وهو معنى نسبي يختلف من زمن لآخر او من مجتمع لآخر، ان الاختلاف في المفاهيم يشكل غالبا حالة ايجابية في المجتمع كونه يعمل على خلق التوازن في بنية المجتمع ويتم اعتماده على وفق تشريعات ودراسات تدعم دور التعايش بحرية وسلام وتشجع قوانين تكفل للجميع حرية التعبير عن الراي و الحد من بعض الظواهر التي يكون في انتشارها مشاكل لربما تمتد لعقود من الزمن دون جدوى منها سوى تفتيت بنية المجتمع وتأخره عن التطور، ومن هذه الاجراءات الايجابية التي تمارسها المجتمعات المتحضرة هو اعداد برامج ترويجية تبين اثر ومخاطر ممارسة العادات المعادية والمتعصبة والتي يشار اليها بمفهوم التطرف الذي يؤدي للارهاب وانتشار العنف الذي يمثل "عدو للمجتمع لأن المجتمع يعني تجمع المختلفين وليس تجمع نوع واحد من الناس، ان الوسطية كما أسماها أرسطو هي متعة لأنها تعطي للانسان امكانية ان يتمتع بكل ما هو في الحياة وليس بنوع واحد فقط " (وجدي، ٢٠١٥).

## التطرف وانواعه واسبابه:

الموقف من التطرف عالميا ليس واحداً، حيث "يمكن أن يراه البعض أخلاقياً، بينما يراه البعض الآخر على العكس من ذلك، وهذا يتوقف على طبيعة المعتقدات والقيم والأفكار التي يؤمن بها الشخص وتحدد نظرتة إلى التطرف، إضافة إلى السياق التاريخي أو الفترة الزمنية ويمكن أن يتخذ التطرف أشكالاً مختلفة أهمها التطرف الديني والتطرف السياسي، والتطرف الاجتماعي، والتطرف العرقي، والتطرف في القول، والتطرف في الفعل، وغيرها" (محمد حسين، ٢٠١٦، ص ٥٤)، وإن التخصص الكرافيكي وتداوله لمفهوم التطرف من أجل انشاء محتوى فكري توعوي يتطلب الوقوف على أنواعه ومعرفتها بصورة دقيقة، و يتمثل بالآتي:

**أولاً: الفكري:** ويتمثل بالخروج عن القواعد والأطر الفكرية والدستورية والقانونية التي يرتضيها المجتمع، والتي يسمح في ظلها بالخلاف والحوار " (إبراهيم، ١٩٨٣، ص ١٥)، كما يظهر من خلال تبني أفكار متطرفة سواء كانت دينية أو غير دينية، لهذا نشأت فكرة التحصين الفكري والثقافي.

**ثانياً: السياسي (الدولة أو الدول):** غالباً ما يكون هذا النوع من التطرف عند من لا يحبذ العملية الديمقراطية والانتقال السلمي للسلطة، وإنما يعول هذا النوع من التطرف على الانقلابات وترهيب الناس بل والاعتقالات أيضاً، وهو المعروف بالديكتاتورية. (محمد، ٢٠١٨، ص ١٩).

**ثالثاً: الديني:** وهو الذي يتمثل بتبني آراء شاذة في الأديان تؤدي إلى التطرف، وهذا قد ظهر حول العالم على شكل حركات عدّة سواء إسلامية أو نصرانية أو يهودية، وهذا النوع هو أخطر نوع دون مبالغة لأنه يتعلّق بشيء مقدّس عند الإنسان ألا وهو الدين، فهناك من يرى أن الإرهاب "هو نتاج للتطرف الفكري الذي يُترجم إلى أفعال سلوكية عنيفة لأن المتطرف الديني يعتقد أن المجتمع الذي يعيش فيه هو مجتمع كافر، ومن ثم يسعى إلى هدمه من خلال استخدام القوة؛ استناداً إلى اليوسف إلى مبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر كما يفهمه" (عبدالله، ٢٠٠٨، ص ١٦).

**رابعاً: السلوكي:** وهو المظهر العملي لجميع أنواع التطرف، فأى فكرة متطرفة إذا تحوّلت إلى فعل أصبحت خطراً حقيقياً، فالأفكار وحدها وإن كان لها خطورة، فهو "نوع من أنواع

الأيديولوجية التي تؤمن بعدم احترام الرأي الآخر وحرية العقيدة، ويدعو الى الكراهية والتعصب وتحجير العقول وتقييد الحريات ويحرم عليها التعبير عن ذاتها بحجة أن هذا مخالف لثقافة أو لمذهب أو عقيدة أو رأي ما " (القريشي، ٢٠١٨، ص ٢٦)

**مفهوم الارهاب:**

أن الإرهاب هو أحد المصطلحات الأكثر استخدامًا على نطاق واسع في العالم في الوقت الحاضر، وهو مستمر منذ قرون بوجوه او بمفاهيم مختلفة وأدى إلى عدد كبير من اعمال العنف والقتل للابرياء والانتهاكات لحقوق الانسان لذلك يضل تعريف الإرهاب محل خلاف وذلك لاختلاف مفهومه وادواته ودوافعه حول العالم، لكن بصورة عامة تم الاتفاق على انه "كل فعل من أفعال العنف أو التهديد به، أياً كانت دوافعه أو أغراضه، يقع تنفيذه بشكل إجرامي فردي أو جماعي يهدف إلى إلقاء الرعب في الناس أو ترويعهم، أو تعريض حياتهم أو حرياتهم وأمنهم للخطر، أو إلحاق الضرر بالبيئة، أو بأحد المرافق من الاملاك العامة والخاصة أو اختلاسها أو الاستيلاء عليها أو تعريض أحد الموارد الوطنية للخطر " (الاتفاقية العربية لمكافحة الرهاب، ١٩٩٨، ص ٣) وقد تناولت وسائل الاتصال على اختلافها وبمراحل تطورها المستمرة عبر التاريخ مواضيع العنف والتطرف والحروب كمادة أساسية واولية تطرحها بشكل خطابات موجهة للمجتمع وقد تناولت مواضيع التهديد "واستعمال العنف من قبل أفراد أو جماعات تهدف تلك الأعمال لإحداث صدمة، أو فزع، يكون القصد منها تحقيق الذهول، أو الرعب لدى المجموعة المستهدفة" (الشوبكي، ٢٠٠٠، ص ٩٨).

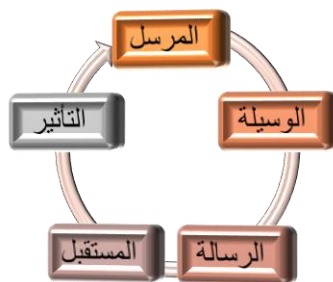
#### **المبحث الثاني: ثنائية التطرف والارهاب في الخطاب الكرافيكي:**

ان الخطاب هو عنصر أساسي في التاريخ الأحداث المختلفة عبر الزمن، ويعد الخطاب الكرافيكي من اهم المفاهيم التي تحل الصور المرئية فيه محل التمثيلات اللغوية للتجربة الإنسانية الملموسة مع الافتراض بأن "الواقع يمكن تمثيله بشكل مباشر، مبني على أسس ثقافية عن وجهات النظر البنائية لصنع المعنى، والتي تعترف بضرورة الأنشطة التفسيرية" (Patricia Holland, 2000, p5).

والخطاب هو تعبير عن الظواهر المعرفية والمنهج الرئيسي لاستقصاء الخطاب هو التحليل المعرفي للظواهر المختلفة ضمن دورة معقدة ومتقدمة تتم فيها معالجة المعلومات عن طريق عوامل لغوية وغير لغوية مختلفة وهو في الواقع يتبع الإدراك للأفراد وتعزيزها بمساعدة أفعال التواصل (Wenxing, 2010, p5). والتي تتمثل بطرح المعلومات بشكل رمزي أو تعبير.

### التطرف والارهاب كقيمة اتصالية في الخطاب الجرافيكي:

ان التوسع الكبير في استخدام الإنترنت وانتشار عصر المعلوماتية والانتشار الكبير لأدوات التواصل المختلفة التي جعلت من السهل الحصول على الكثير من المعلومات في العالم مما جعل البيئة الاتصالية للفرد غير محدودة وتتيح له فرص الاختيار بلا حدود، وتضاعف من المنافسة بين الوسائل بعضها بعضاً، بل وبين الوسيلة الواحدة من خلال مخرجاتها، ويتسم الخطاب الكرافيكي بمجموعة من السمات الخاصة التي تجعل منه قيمة اتصالية يحمل خصائص التأثير الكبير على الأفراد لإمكانية استخدام عدة أساليب لأرسال الرسالة المراد إيصالها إلى المتلقي بطريقة واضحة، عبر التركيز في عمليات البناء التصميمي للخطاب الكرافيكي كوسيلة تواصل "على مجموعة من المرتكزات تكون بمثابة القاعدة التي تتأسس عليها انساق ذلك البناء بشكل يجعل من الوحدة المرئية هدفاً يعتمد المصمم ويطمح لتحقيقه وفق عمليات تخضع لنظام يتشكل بفعل تنظيم ديناميكي لعناصر التكون في مجملها كبنية واحدة، تعتبر ترجمة لمجموعة من العلاقات والتنظيم بين عناصرها المختلفة" (خليل، ٢٠٠١، ص٧)، تعتبر العناصر التي تتأسس عليها عملية التواصل وهي: (أمين، ٢٠٢٣، ص١٩٩)، وكما مبين في المخطط (١)





## مخطط (١) يوضح عملية الاتصال بين المرسل والمستقبل ووسيلة إيصال الرسالة التفاعلية تصميم الباحثة

المرسل: وهو المصمم المسؤول عن تصميم وتكوين الخطاب الكرافيكي والتأثير في معلومات المتلقين واتجاهاتهم النفسية وأحاسيسهم، ومشاعرهم، وسلوكهم ومعتقداتهم من خلاله.

الرسالة: وهي مجموعة الأفكار والأحاسيس والقضايا والخبرات والمعلومات التي يتم تكوينها في شكل خطاب كرافيكي متكون من عناصر عدة من شأنها إيصال الفكرة، التي يريد المصمم نقلها إلى المتلقي والتأثير عليه طبقاً لها.

المستقبل: وهو جمهور المتلقين للخطاب الكرافيكي أو المستهدفين لتلقي رسائل التأثير الصادرة عن المصمم والتي تعبر عنها الرسالة الإقناعية في الخطاب الكرافيكي.

الوسيلة: وهي الوسيط الناقل للرسالة، بمختلف أنواعها ومنها الخطاب الكرافيكي الذي تم تحليله بأنه من الوسائل الاتصالية التي تشتمل على "لغة بصرية تنقل القيم الثقافية والمعاني النوعية من خلال موضوعها وبالاعتماد على الخصائص الأسلوبية التي يعتمدها البناء التصميمي للخطاب بالاعتماد على تكوين " نظاماً لغوياً للعلامات والرموز قابلة للتحليل والتقييم " (الريب، ٢٠١٢، ص ٢)، كما في شكل (١) الذي يمثل ملصق بعبارة واضحة وهي (FREE PALESTINE) تعني (حرروا فلسطين)



### شكل (١) ملصق دعم للقضية الفلسطينية ورفض الإرهاب الاسرائيلي

وقد وصف الخطاب الكرافيكي (Graphic Discourse) بأنه يمكن تقسيمه إلى مستويات عدة، حيث يمثل كل مستوى بُعدًا مختلفًا لتحليل وتفسير الخطاب البصري والمكتوب. وفيما يلي بعض المستويات التي يمكن استخدامها لوصف وتحليل الخطاب الكرافيكي (Byard, 2020, p181):

المستوى الدلالي (Semantic Level): يهتم هذا المستوى بدراسة المعاني المباشرة وغير المباشرة للعناصر البصرية والنصوص المستخدمة، يتم التركيز هنا على كيفية نقل المعنى من خلال الرموز، الألوان، الأشكال، وأنماط النص.

المستوى التركيبي (Syntactic Level): يركز هذا المستوى على التركيب البنوي للخطاب الكرافيكي، أي كيفية تنظيم وترتيب العناصر المختلفة في الفضاء البصري. يتم تحليل كيفية تفاعل النص والصورة، وكيفية توجيه النظر وخلق تتابع بصري.

المستوى البراغماتي (Pragmatic Level): يهتم هذا المستوى بكيفية استخدام الخطاب الكرافيكي في سياق معين لتحقيق هدف معين. يشمل هذا تحليل كيفية تفاعل المتلقي مع الرسالة وكيفية تأثير العناصر البصرية على الاستجابة والسلوك.

المستوى الثقافي والاجتماعي (Cultural and Social Level): هذا المستوى ينظر في السياقات الثقافية والاجتماعية التي تؤثر على تصميم وتفسير الخطاب الكرافيكي. يتضمن هذا دراسة الرموز الثقافية، الممارسات الاجتماعية، والاتجاهات السائدة التي تشكل فهم الجمهور للخطاب.

المستوى النفسي (Psychological Level): يهتم هذا المستوى بتأثير الخطاب الكرافيكي على الإدراك والعواطف، يتم تحليله مثلاً كيف تؤثر الألوان، الأشكال، والأشكال على الاستجابة النفسية لدى الأفراد، هذه المستويات تتداخل مع بعضها البعض وغالباً ما يتم تحليل الخطاب الكرافيكي من خلال مقارنة شاملة تأخذ في الاعتبار جميع هذه الأبعاد لفهم أعمق وأكثر شمولية.

ترى الباحثة ان هذه المستويات تعمل معاً على تقوية الخطاب الكرافيكي من خلال التأثير على استيعاب الرسالة، تحفيز الاستجابة العاطفية، وضمان ملاءمتها ثقافياً، مما يجعل الخطاب أكثر فعالية وتأثيراً في توجيه سلوك المتلقي وتعزيز التفاعل مع محتوى الخطاب الكرافيكي.

### **المبحث الثالث: التطرف والارهاب في الخطاب الترويجي:**

شهدت السنوات العشرين الماضية طفرة في الاهتمام بما تحمله المعاني التي تأتي من وراء النص والتي تعتمد على الرؤية والتفسير للأعمال الكرافيكية التي تدعم عبرها العالم ومبادئه الإنسانية والاجتماعية" واعتمدت الأنثروبولوجيا لفترة طويلة النهج البصري كوسيلة لتحقيق الأهداف الإنسانية والاجتماعية ونشر الوعي والمعالجة، من خلال الأعمال المختلفة ومنها الأعمال الكرافيكية، التي أصبح لها اليوم صدى كبير في المعالجات الاجتماعية التي تعتبر معالجات لأفكار أو مفاهيم من خلال الصور والرسوم والألوان التي تعتبر التحول والفني المعاصر، والذي لها الأثر الكبير في التغيير بالواقع الاجتماعي الذي يعتمد التغيير والسمو فيه ليس فقط نصي أو قانوني، ولكن بالأعمال البصرية الملموسة (Classen, 1994, p18)

### **الترويج وانواعه في الخطاب الجرافيكي:**

وقد أصبح الخطاب الجرافيكي في السنوات الأخيرة ظاهرة لتكوين الأشكال المختلفة عبر تنظيم "أساليب لعرض المعلومات التي لها أثرها في تكوين المعرفة للمجتمعات، ومن ثم تمكين الممارسات الجمالية لزيادة الرؤية المعرفية والوصول إلى الأهداف عن طريق الأعمال البصرية (Traue & Schünzel, 2014, p10).

### **دلالات الترويج في الخطاب الكرافيكي:**

الخطاب الكرافيكي يعتبر لغة مرئية تحمل دلالات مختلفة للتعبير عن فكرة او مناقشة حالة الى جانب قدرته الاتصالية وقوته في جذب انتباه الافراد لتبني هدف معين والترويج لمفاهيم تسعى الى تنمية المجتمع، فالخطاب الترويجي يملك القدرة على المطاوعة والتشكيل والتمثيل بأوجه متعددة للوصول الى هدف معين حيث شكلت دلالات الترويج المنطلق الاساس التي يبنى على وفقها الخطاب الكرافيكي، إذ تعد من الاساسيات في تكون اي خطاب ترويجي لما لها من اثر تعبيري في عملية التلقي، وتعد تلك الدلالات معياراً متغيراً تقاس به قوة تعبير الخطاب ومدى تحقق اهداف الترويج من خلاله، ويمكن إيراد دلالات الترويج في لغة الخطاب وكما يلي: (عبد الستار، ١٩٩٤، ص ٥).

الدلالات الجمالية: وهي قدرة لغة الخطاب على الجذب وإثارة الجانب النفسي لدى المتلقي وبتمتية الأذواق والتشويق والدعوة إلى التأمل المفتوح واستثارة الرغبات وتفعيل الروح الابتكارية لديه، فالخطاب الكرافيكي يقوم على إنتاج موضوعات تخاطب الاحاسيس وتناقش الخبرات وتكوين قطع جمالية مبتكرة تحمل موضوعات مهمة تطرح باشكال جمالية محفزة من خلال خلق حساسية جمالية، أو بمعنى آخر، توليد الشعور بالجمال، أي إنتاج أعمال تتسم بالجمالية فالخطاب الجمالي يجذب الانتباه لتنظيمه الخاص ويقوم " على الابداع والابتكار والخلق الجمالي، إذ يخلق في نفوسنا سرورا واحساسا بالجمال قبل أي شيء اخر .

الدلالات التوجيهية: تسعى لغة الخطاب الترويجي من خلال التجانس بين عناصرها المرئية المبنية على أساس الوحدة والتتابع المتمثلة في "ربط الاجزاء والعناصر المتعددة والنظم حتى تبدو متناسقة كما انه يعمل على إعطاء هذه النظم أساسا عقليا يستقر في ذهن افراد المجتمع. الدلالات التجسيدية: وتعني القدرة على التشكيل والمطاوعة والتجسيد والتمثيل للأشياء بإبعادها ومضامينها حتى في غياب الصور والمؤثرات المختلفة وتعني إيصال المعنى كاملاً إلى المستقبل إذ تستطيع لغة الخطاب إيصال الحقائق والمعارف إلى الجمهور بصورة مباشرة أو غير مباشرة " فالطبيعة الادراكية للأفراد تميل إلى إدراك التنبيهات الحسية التي تشكل نمطاً مستمراً مكونة مجموعة تنتمي الى كتلة واحدة، ويتم ذلك من خلال إعطاء بعض التتابع المنتظم للأشكال" (الراوي، ٢٠٠٧، ص ١٤٧).

### وسائل الترويج في الخطاب الكرافيكي:

تم الاعتماد في الوقت الحاضر على عدة وسائل للترويج في الخطاب الكرافيكي باعتباره من وسائل التواصل وإيصال الأفكار فهو وسيلة لفهم المشاكل التي نفكر فيها وتبادل العواطف والأفكار والسلوكيات والمعلومات بين مجموعات من الأشخاص ولذلك فهو عملية اجتماعية لأغراض التواصل المعاصر والإبداعي بصفات جمالية يتم توفير التفاعل من خلال قنواته المختلفة مثل الملصقات، والانفوجرافيك، وتصميم الفيديو، والإعلانات،، والتطبيقات، الأفلام، الخ، تحاول كلها خلق صورة إيجابية القيمة من حيث الاتصال المرئي" (Günay, 2021, p5)

**الملصقات:** تؤدي الملصقات دورًا مهمًا في محاربة التطرف والإرهاب من خلال عدة جوانب رئيسية بوصفها "وسيلة فعالة لرفع الوعي ونقل الرسائل المضادة للتطرف بشكل بصري سريع وجذاب، يستخدم المصمم أساليب التصميم الكرافيكي المختلفة اليدوية والتقنية ليتمكن من إيصال الرسالة التي يمكنها تحفيز النقاشات وتحدي الأفكار المتطرفة بين الجمهور، خاصة إذا كانت مصممة بشكل ذكي وجذاب" (Dana Hadra, 2016, P5)، كما في الاشكال (٢-٣) الذي يمثل تصميم لملصق ضد العنف بمختلف أنواعه من منشورات الأمم المتحدة التي تعنى بالتنوعية والإرشاد، وفي شكل (٢) اختار المصمم توظيف اللون الأسود في فضاء الملصق كامل مع توظيف الرسوم التعبيرية باللون الأبيض كون حالة من الوضوح الكامل لفكرة الخطاب فضلاً عن توظيف اللون الأحمر للتعبير عن شكل علامة الصح المكونة لجزء من شكل الطائر الذي يدل على السلام، بالإضافة الى علامة الخطأ بالمقابل الموضفة على شكل القنبلة وهو الرسم الدال على العنف والحروب، اما في شكل (٣) تم اختيار اللون الابيض لتصميم فضاء الملصق بالكامل كما تم توظيف رقم الصفر باللغة الإنكليزية باللون الأسود وبداخله رسم يمثل شكل القنبلة كدلالة على العنف والحروب، ولايضاح الفكرة والرسالة اكثر تم توظيف الكلمات التي تشرح فكرة الملصق للمتلقي بالكامل وهو ان العنف والإرهاب وجميع اشكاله ناتج حصاده هو صفر ولاننتيجة إيجابية منه غير الدمار والقتل.



شكل (٤) ملصق ضد العنف

شكل (٣) ملصق ضد العنف

### Disarmament Poster for Peace Contest 2016

(unposterforpeace.org)

الوسائط المتعددة: تعد الرسوم المتحركة والفديوهات وسيلة فعالة لنقل الرسائل المعقدة بطرق مبسطة، ومحبة للمتلقي وهي احد وسائل الخطاب الكرافيكي وهو "فن تركيبى قائم على تعاقب مجموعة رسوم مسطحة أو أشكال ثلاثية الأبعاد مثبتة على شريط سينمائي بوساطة التصوير لقطة في لقطة، وعرض هذه الرسوم والأشكال لاحقا على شاشة سينمائية بسرعة محددة لقطة في الثانية هو ما يمنح المتلقي وهم الحركة

الإنفوجرافيك: وهو تقنية تصميم الاشكال وتجميع المعلومات في رسوم تجعلها سهلة الفهم، والانفوجرافيك هو تصوير مرئي يعبر عن طرح معلومات أو بيانات أو معرفة عن طريق الرسومات والصور التوضيحية، وهو تصوير قصصي أو رواية تصويرية لمجموعة من البيانات "وهو نهج إبداعي يقوم به مصمم وهي تمثيلات بصرية للبيانات والمعلومات والمعرفة والتي يصعب فهمها، والتي تثير الانتباه لفهم البيانات والمعلومات والمعرفة المعقدة بها بصورة مبسطة يمكن من خلالها تحسين الإدراك لتعزيز قدرة الجهاز البصري لمعرفة الأنماط والاتجاهات" (p15 Tolisano, 2012).

أغلفة المجلات والكتب: تصميم أغلفة الكتب هو عملية فنية وإبداعية تهدف إلى جذب القراء والتعبير عن محتوى الكتاب من خلال التمثيل لفكرة الكتاب عبر غلافه، ويعتمد تصميم أغلفة الكتب والمجلات على سلسلة من العمليات، التي تبدأ من تحضير واختيار الشكل المناسب للغلاف بالإضافة الى الاهتمام بالناحية الجمالية له من حيث اختيار الألوان والأشكال ومراعاة عدة عناصر لضمان أن الغلاف يعكس روح الكتاب ويجذب الجمهور المستهدف، ومن اهم

الأساسيات المتبعة في تصميم الاغلفة هو ضرورة فهم محتوى الكتاب قبل البدء في التصميم، مما يساعد في تحديد النمط والألوان والعناصر البصرية التي يجب استخدامها. كما ان استخدام الصور والرسوم التوضيحية يمكن أن تكون قوة دافعة لجذب انتباه القارئ عبر تكوين توازن بين النصوص والصور والعناصر الأخرى على الغلاف لضمان أن يكون المظهر العام متناسقاً وجذاباً.

**التصميم الرقمي:** أدت التقنيات الحديثة إلى إسقاط كل الحواجز الزمانية والمكانية بين العالم اجمع وفتح كل المجالات لتقارب الثقافات ومشاركة المعلومات والمعرفة بكل أشكالها، من خلال "شبكة تواصل ربطت كل البشر في دائرة واحدة مغلقة أتاحت لهم التفاعل والتداول وضبط الإيقاع" (Vallor, 2016, p26).

#### **الوحدات التيبوغرافية في تصميم الخطاب الترويجي:**

يتكون الخطاب الترويجي من عناصر تيبوغرافية تعتمد عليها عملية الصياغة الكاملة للخطاب، اذ يتم توظيف مجموعة مختلفة من العناصر حسب احتياج التكوين العام للخطاب فتتمثل بصور او رسوم او كلمات لها علاقة بأشكال التطرف، هذه العناصر تعمل معا لتحقيق ناتج نهائي يوضح معنى محتوى الخطاب الترويجي ويضهره بقيمة جمالية تجذب المتلقي لادراك معنى الخطاب من خلال اختيار التنظيم المناسب لتلك العناصر وتتمثل العناصر فيما يأتي:

**العنوانات:** يعد من العناصر البنائية التي تدخل في تكوين الخطاب الترويجي وهو عنصر تيبوغرافي اساسي ويتمثل بعملية " ترتيب الكلمات لجعل اللغة المكتوبة واضحة ومقروءة وجذابة عند عرضها، ويتضمن ترتيب الكتابة تحديد المحارف، أحجام النقاط، أطوال الخطوط، تباعد أسطر، وتباعد الحروف، وضبط المسافة بين أزواج الاخر، وترتيب ومظهر الحروف والارقام والرموز التي يتم أنشاؤها في العملية التصميمية " (صهيب، ٢٠٢٠، ص٧)

**العنوان الرئيس:** "من الوحدات الشكلية المنظمة والمستقلة بخصائصها الشكلية والمكانية الفضائية، ويكون مختلف من حيث الاهمية في الحجم والموقع واللون " (ايمان، ٢٠٠٧، ص٧٦)

**العنوان الفرعي:** يعد مكملاً للعنوان الرئيسي "غالبا ما يؤدي دورا تفسيريا، اذ يتخذ حجما اصغر من العنوان الرئيس"(نصيف، ٢٠١١، ص٦٧)، والغرض منه توضيح فكرة الخطاب الترويجي اكثر، ويقسم العنوان من حيث المحتوى الى عنوان محدد للهوية، وعنوان يوضح المنفعة من التصميم، وعنوان اخباري، وعنوان انتقائي، كما يكون لاستخدامه في التكوين العام اساسيات تتمثل في: (صهيب، ٢٠٢٠، ص٢٢)

**الوضوح:** هو السهولة التي يستطيع بها القارئ التعرف على الاحرف الفردية في النص، يرتبط وضوح الحرف بالخصائص المتأصلة في تصميمه التي تتعلق بالقدرة على تمييز حرف واحد عن الآخر.

**قابلية القراءة:** تشير قابلية القراءة إلى مدى سهولة قراءة النص ككل، بدلا من التعرف على الاحرف الفردية.

**الصور والرسوم:** من العناصر الكرافيكية التي تدخل في تكوين تمثلات الخطاب الترويجي الخاص بالتطرف فهي " لا تستلزم جهداً خاصاً من القارئ في فهمها واستيعابها، لأنها تحتوي على مرئي، أي أشياء مرئية " (شريف، ٢٠٠١، ص٦٠).

**اللون:** يعد من العناصر الاساسية في تصميم الخطاب الترويجي لقدرته في تمثيل المعنى لبعض الأفكار لما يملكه من تمثيل رمزي لبعض المفاهيم المفهومة والمعروفة في مختلف الثقافات وبذلك يعتبر " مكونا بنائيا اساسياً فيها، تتجلى عن طريقه صفات مظهرية ذات فعاليات مؤثرة في الخطاب الكرافيك ليصبح جزءاً من التمثيل الواقعي للشكل والخاصية السطحية له من خلال تاكيد، لما للشكل من طبيعة فيزيائية ومن قوام وتكوين"(ايمان، ٢٠٠٧، ص١٠).

#### **مؤشرات الاطار النظري:**

يتمثل الخطاب الكرافيك الخاص بمكافحة الإرهاب والعنف عبر تجسيده على وفق عدة عوامل، ومنها، العامل الانساني، والعامل البيئي، والعامل التكنولوجي.



الخطاب الكرافيكي ضد الارهاب يسعى إلى إيصال الرسالة عبر إحداث قدراً من التوافق بين جميع العناصر بهدف التأثير في المتلقي ومحاولة اقناعه من خلال توظيف تكوينات ذات معان متعددة ومباشرة الشكل والتركيب لتحقيق التواصل.

يعتمد تحقيق الخطاب الترويجي على المعالجات الوظيفية والجمالية للعناصر الأساسية التي تشمل بنية الشكل الرئيسي والثانوية للخطاب الترويجي عبر تحقيق (الوضوح والبساطة، والجاذبية البصرية والرموز التعبيرية التواصل عبر الثقافات من خلال استخدام أدوات التعبير المختلفة مثل الصور والرموز والرسومات المعروفة والمفهومة لكل العالم، وتحقيق التأثير العاطفي).  
للمرسالة الترويجية وظائف أساسية وهي (وظيفة الإرساء أو الرسوخ، بالإضافة الى الوظيفة التكميلية، والرسالة التفسيرية، والرسالة الخفية).

يتكون الخطاب الترويجي من عناصر تخطيطية تعتمد عليها عملية الصياغة الكاملة للخطاب، إذ يتم توظيف مجموعة مختلفة من العناصر حسب احتياج التكوين العام للخطاب فتتمثل بصور او رسوم او كلمات لها علاقة بأشكال التطرف، هذه العناصر تعمل معا لتحقيق ناتج نهائي يوضح معنى محتوى الخطاب الترويجي.

### الفصل الثالث (إجراءات البحث)

**منهج البحث:** اعتمد الباحثان المنهج الوصفي في تحليل عينة البحث للوصول الى هدف البحث المتمثل بـ (تمثيلات التطرف في الخطاب الكرافيكي المعاصر)، وبما يتفق ويتلائم وموضوعية البحث لكونه يتيح إمكانية إجراء التحليل والاستدلال وبما يخدم مجريات البحث بعد الاستعانة بالأدبيات والدراسات والمواقع ذات الصلة بالموضوع في شبكة الانترنت.

**مجتمع البحث:** حدد الباحثان مجتمع بحثها بعد جمع نتائج وأعمالاً تصميمية مثلت ملصقات من تطبيقات الملصق التثقيفي في معرض بينالي بغداد الدولي الاول للملصق، وقامت باختيار التصميم التي مثلت حصيلة المسح الميداني لتصاميم عرضت في معرض بينالي بغداد الدولي الاول لتكون مجتمع.

**عينة البحث وطريقة اختيارها:** اعتمدت الباحثة الاختيار (القصدي) غير الاحتمالي وفق متطلبات البحث، ونسبة (٥٠%) طبقت على سنة مجتمع البحث وكان العدد المستخرج من

العينات (٢) نماذج من أصل مجتمع البحث البالغ (٤) انموذج، كما تم اختيار النماذج كعينات للتحليل كونها تدخل ضمن نطاق البحث، واستبعدت الباحثة تصاميم لا تصلح إن تكون ضمن (عينات التحليل).

**أداة البحث:** تحقيقاً لهدف البحث صُممت استمارة تحديد (محاور التحليل)(\*).

**صدق الأداة:** تم التأكد من صدق أداة التحليل بعد عرضها على عدد من الخبراء من ذوي الاختصاص الدقيق والمختصين بمناهج البحث العلمي (\*\*) قبل تطبيقها، وتم الإجماع على صلاحية مفرداتها بعد إجراء التعديلات والملاحظات وبذلك اكتسبت صدقها الظاهري من الناحية البحثية، ومن خلال تصميم استمارة التحليل والتي عرضت على الخبراء، اعتماداً على المؤشرات التي تم التوصل إليها من الإطار النظري.

**ثبات الأداة:** يعد الثبات جزءاً من تحقيق الموضوعية في التحليل، وهو يعني الحصول على نتائج مقاربة في الظروف نفسها حينما يقوم بالتحليل أكثر من باحث في وقت واحد لعينة محددة، في وقت واحد أو أوقات مختلفة، ولغرض زيادة ثبات التحليل لجأت الباحثة إلى أسلوب الاتساق بين المحللين.

**الاتساق بين المحللين:** قد اختارت الباحثة محللين خارجيين (\*) من ذوي الاختصاص لتحليل عينة عشوائية من نماذج العينات المشمولة بالبحث البالغة (٣) نماذج  
**تحليل النماذج:**

### انموذج (١)

**نوع التصميم: ملصق ضد التطرف والارهاب**

---

(\*) ينظر: الملاحق

(\*\*) الخبراء هم:

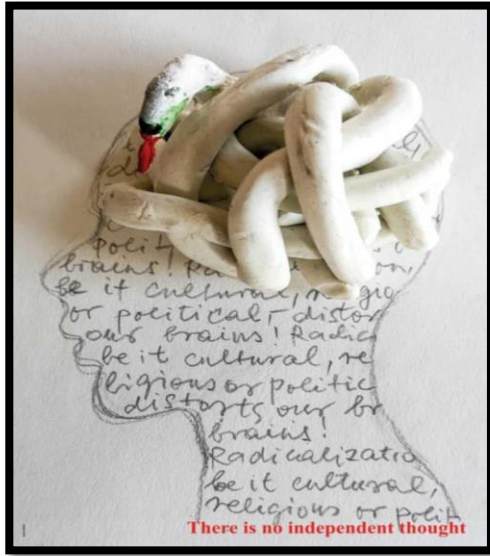
١. أ. د. شيماء كامل داخل، اختصاص تصميم طباعي، قسم التصميم، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد.

٢. أ. د. راقى نجم الدين، اختصاص تصميم طباعي، قسم التصميم، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد.

٣. أ. م. د. سحر علي سرحان، اختصاص تصميم طباعي، قسم التصميم، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد.

(\*) لجنة خبراء ثبات الأداة (المحللين الخارجيين)

**الوصف:** جسد الملتصق نقداً فلسفياً مهما وعميقاً لحالة الفكر الإنساني المعاصر، الذي أصبح في ضل الافكار الخاطئة عقله محتلا من قوى التطرف على انواعها المختلفة، يدعو الملتصق من خلال خطابه الترويجي الفرد إلى استعادة استقلاليته الفكرية من خلال التفكير الموضوعي المبني على رفض الافكار المتطرفة والتساؤل حول ماهية الخطاب المتطرف الموجه الذي يعوق حرية العقل.



**انواع التطرف:** الملتصق يعكس سيطرة الخطابات المتطرفة المبنية على العنف على العقل البشري، مما يؤدي إلى اعاقه وتهميش الفكر وتحويل الفرد إلى اداة للعنف والارهاب، حيث يصبح العقل خاضعاً للافكار المتطرفة التي تكون نظاماً فكرياً غير متقبل للآخر، حيث تظهر الفكرة من خلال السيطرة على العقل عبر التسلط الديني أو الفكري أو العقائدي المطلق التي تقيد فكر الفرد وتجعله غير قادر على التحرر من القيود المفروضة عليه، حيث يفقد الإنسان استقلاليته الفكرية

لصالح القوى المتطرفة والارهابية التي توجهه الافراد على وفق اجنداتهم الارهابية ومصالحهم العقدة التي تجلس على عقل الفرد تعتبر عبأ يغطي العقل ترمز إلى استغلال الفكر البشري والسيطرة عليه كوسيلة مما يعوق إمكاناته الابداعية والتنموية، كما يعكس التمثيل البصري لعقل الانسان في الملتصق، انعدام الوعي وتحول الإنسان إلى كائن عديم الارادة بسبب استسلامه للافكار المتطرفة.

**ثنائية التطرف والارهاب في الخطاب الكرافيكي:** الملتصق يبين كيف الأفكار المتطرفة تصبح أداة للسيطرة على اعقل الانسان، مما يشير الى حالة من العنف الرمزي الذي يعوق نمو التفكير الحر، حيث يتم استخدام الخطاب كوسيلة للهيمنة على عقول البشر وتصدير الافكار الثقافية والفكرية المشوهة، مما يؤدي إلى تشويه الإدراك الجماعي للفرد، يتميز الملتصق بمحاكاة فكر الانسان وتوضيح لفكرة فلسفية عميقة وهي (السيطرة على الافكار) بفعالية اتصالية عالية،

ونجح في إيصال رسالة فلسفية عبر طرح ثنائية (التعايش السلمي، والتطرف) من خلال  
توظيف الرموز البصرية المناسبة كوسيلة لايضاح الفكرة الخطاب الكرافيكي في الملصق.  
**الخطاب الكرافيكي كقينة اتصالية:** اتبع الملصق بوصفه وسيلة لايصال الرسالة المعني بها  
الخطاب عقلية المستقبل كوسيلة لإعادة التواصل مع الأفراد عبر تقديم رسالة رمزية بصرية  
تتجاوز حدود الخطابات المباشرة، لغة الملصق الفلسفية استندت على فكرة تحمل مستويات عدة  
فهي تستهدف العقل البشري للترويج للرسالة التي تمثل هدف الخطاب الكرافيكي عبر استخدام  
عدة عناصر تعمل على إثارة العاطفة المتمثلة بتوظيف الشكل الصادم للشعبان، مع الكلمات التي  
تم توظيفها لتمثل اثار السموم التي يبثها الفكر المتطرف لتوضح الفكرة الرئيسية للخطاب  
الترويجي.

**الخطاب الترويجي:** الملصق يدعو إلى التحرر من القيود الفكرية، حيث يطالب الفرد التخلص  
من حالة خضوعه للأملات الفكرية المفروضة عليه، الرسالة الترويجية هنا ليست فقط رفضاً  
للتطرف، بل دعوة للعودة إلى الحرية والتخلص من التبعية الفكرية، حيث مثل الملصق خطاباً  
ترويجياً لدعوة عميقة لإعادة التفكير في التطرف واثاره السلبية من خلال التركيز على تلك  
الاثار المدمرة لمفهوم التطرف والترويج لفكرة تبني نشر الوعي، ويدعو المتلقي إلى التفاعل مع  
الرسالة عبر الفكر والعاطفة وتكوين التوازن في فكر وعقل يتسم الملصق ببعض الغموض  
الفلسفي من خلال تصميمه التجريدي، مما يدفع المتلقي للتأمل والتفكير لغرض محاولة  
التفسير، كما تحقق التأثير العاطفي الذي اسهم في تكوين استجابة عاطفية لدى المتلقي.

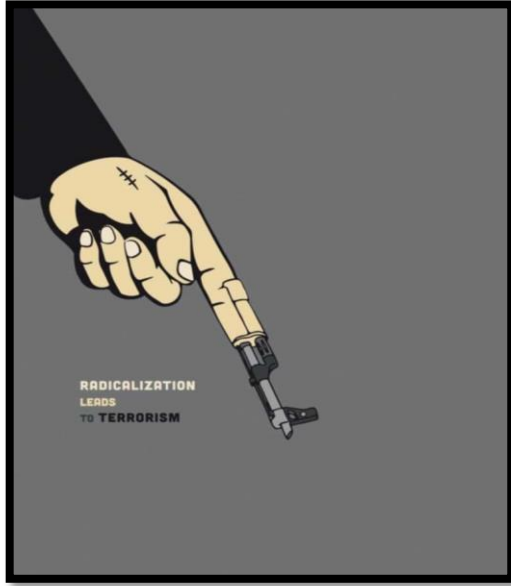
**العناصر التيبوغرافية:** الفلسفة الكرافيكية هدفت إلى إبراز الاختلاف الذي يمكن أن يصبح  
مصدراً للإبداع بدلاً من النزاعات والصراعات عبر استخدام الأدوات الكرافيكية المتمثلة  
بالعناصر الكرافيكية التي تم التعامل معها كأدوات فلسفية لايصال فكرة الرسالة عبر الألوان  
المتدرجة والأشكال المتداخلة التي مثلت دعوة للتفكير وللتأمل بدلاً من محاولة السيطرة على  
العقل وتسميمه بالافكار المتطرفة، مما عكس خطاباً مضاداً للطبيعة مما يسهم في تحقيق الدعوة  
للتأمل والتفكير الحر، الخطوط المتداخلة تمثل دعوة لتبسيط التعقيد في الأفكار البشرية وتحفيز  
الفكر.

## انموذج (٢)

### نوع التصميم: ملصق ضد التطرف والارهاب

#### الوصف:

عكس الملصق مدى عمق العلاقة بين البناء والتدمير من خلال تمثيله، هذا التحليل، يتضح أن الملصق يعالج قضية التطرف بشكل فلسفي فعال عبر استعمال عناصر بسيطة لكنها محملة بالدلالات العميقة، والألوان قدمت رسالة متكاملة تدعو للتأمل في مفهوم التطرف وطبيعته كنتيجة فكرية لها انعكاساتها على المجتمع



**انواع التطرف:** الملصق بيان واضح لتداعيات الافكار المتطرفة، فهو يشير بشكل غير مباشر إلى التطرف عبر تمثيل الأيديولوجيات التي تعمل على استعمال العنف، عبرت اليد المدمجة بسلاح الى تنفيذ الأجندة الارهابية المدمرة حيث يُظهر كيف يمكن للأفكار المتطرفة أن تتحول إلى أدوات تدمير، كما وضح الملصق فكرة الانتقال من الفكر المتطرف إلى افعال ارهابية، وهو ما يبرزه السلاح الملحق باليد، عبر

التركيز هنا على أن التطرف ليس حالة عقلية فقط، بل يمتد إلى سلوكيات مدمرة.

**ثنائية التطرف والإرهاب في الخطاب الكرافيكي:** التركيز على اليد، كرمز عالمي للفعل البشري يبرز كيف يمكن تحويل الاداة البشرية التي طالما ترمز للعمل والتنمية وكتابة الافكار لاداة للتدمير ونشر العنف والارهاب الخلفية اشارت الى بيئة التطرف والارهاب، كما عكس توظيف السلاح جانب التحول في استخدام الأدوات والتكنولوجيا لتحقيق اهداف تدميرية في حق الفرد والمجتمع وتسهيل اعمال العنف.

**الخطاب الكرافيكي كفاءة اتصالية:** الملصق مثل وسيلة اتصال فعالة مع النفس البشرية عبر توظيف اليد التي ليست سوى تجسيد للافعال، الملصق يعتمد بشكل أساسي على الرمزية البصرية للرموز التي عكست اختيارات الفرد هنا يتطرق المصمم لمفهوم الحرية المسؤولة حيث

يتحمل الافرد مسؤولية افكارهم، كل هذا الشرح الرمزي قدمه المصمم من خلال الملصق للمتلقي لرفع الوعي بخطورة التطرف والعنف والارهاب رغم أن التصميم يبدو بسيطاً، إلا أنه يحمل في طياته معانٍ فلسفية عددة من خلال مبدأ ان الرموز البسيطة قادرة على تكوين الكفاءة الاتصالية وايصال افكار معقدة بطريقة فعالة.

**الخطاب الترويجي:** الخطاب الترويجي في الملصق اعتمد على خطاب فلسفي يستكشف العلاقة بين الافكار وبين كيفية توجيهها والعمل، من خلال الرموز العميقة والتأثير العاطفي، الى الترويج لضرورة إعادة التفكير في الأسس التي نبني عليها، وهو يطرح سؤال هل يمكن للفرد ايقاق التطرف والإرهاب

**العناصر التيبوغرافية للخطاب الكرافيكي:** مثلت الرسوم رسالة واضحة لنبذ العنف الناتج عن التطرف والارهاب، والتذكير بالاثار التدميرية للعنف والارهاب، العبارة التي تضمنها الملصق ليست مجرد نص توضيحي لفكرة الخطاب الكرافيكي بل هي مقولة فلسفية ترتكز على مبدأ السبب والنتيجة وهو يشير الى تساؤل ضمني غير واضح عن دور الانسان في كسر والتخلص من جذور الافكار المتطرفة من اجل التخلص من الارهاب.

### نتائج البحث ومناقشتها:

**توصلت الباحثة الى عدد من النتائج هي:**

ابرزت النماذج نقداً فلسفياً مهما وعميقاً لحالة الفكر الإنساني المعاصر، الذي أصبح في ظل الافكار الخاطئة عقله محتلا من قوى التطرف على انواعها المختلفة، (جميع النماذج).

تمثل مفهوم التطرف والارهاب في الخطاب الترويجي على وفق قراءات تنقيفية تحذيرية في تقديم تكوينات فلسفية توفر للمتلقي معرفة مباشرة لمعنى التطرف وانوعه، (جميع النماذج).

اعتمد المصمم على محاولة التواصل مع المتلقي على الاتصال التفاعلي عبر تقديم الرسالة بشكل يفتح مساحة للتفاعل العقلي مع الملصق للوصول بالنتيجة الى الهدف المحدد للخطاب الكرافيكي في احداث التوعية الفكرية ضد اخطار التطرف، انموذج (١).

برز فكرة محاكاة فكر الانسان وتوضيح لفكرة فلسفية عميقة وهي (السيطرة على الافكار) بفعالية اتصالية عالية، الانموذج (١).

إيصال رسالة فلسفية عبر طرح ثنائية (التعايش السلمي، والتطرف) من خلال توظيف الرموز البصرية المناسبة كوسيلة لايضاح الفكرة الخطاب الكرافيكي (جميع النماذج) تم التركيز على عرض العواقب الوخيمة للتطرف والتعامل معه مما يعزز من قوة الخطاب الترويجي، الانموذج (١).

تحقق التعبير المناسب عن الفكرة عبر استدعاء الرموز المعروفة عالميا كإشارة للخطر وتعبيرا عن اثار التطرف والارهاب على القيم الإنسانية، الانموذج (٢).

### ثانيا: الإستنتاجات:

يعتمد الخطاب الكرافيكي على قدرة المصمم على تقديم خطاب متميزا للتأثير في الافكار والعواطف والانفعالات وذلك عبر تحقيق العلاقات التصميمية المناسبة بين العناصر والتركيز لتحقيق الجذب.

الخطاب الكرافيكي ضد التطرف والارهاب يعتمد على عدة وسائل للترويج لتحقيق التواصل وايصال الأفكار

ان الغرض الرئيسي من الخطاب الكرافيكي هو التواصل والتعبير عن فكرة او المعالجة والغرض الأهم هو نقل الرسائل إلى المتلقي والترويج لفكرة معينة او التحذير من فكرة او ظاهرة في المجتمع.

ان تجسيد الترويج في الخطاب الكرافيكي الموجه ضد التطرف يعتمد على تحديد الهدف والعمل على تحقيقه عبر تعزيز اللغة البصرية للخطاب وبالتالي تحقيق المعنى ومن ثم تحقيق التواصل المطلوب.

يعتمد تحقيق الخطاب الترويجي على المعالجات الوظيفية والجمالية للعناصر الأساسية التي تشمل بنية الشكل الرئيسي والثانوية للخطاب الترويجي عبر تحقيق (الوضوح والبساطة، والجاذبية البصرية والرموز التعبيرية التواصل عبر الثقافات من خلال استخدام أدوات التعبير المختلفة مثل الصور والرموز والرسومات المعروفة والمفهومة لكل العالم، وتحقيق التأثير العاطفي).

للمرسالة الترويجية وظائف أساسية وهي (وظيفة الإرساء أو الرسوخ، بالإضافة الى الوظيفة التكميلية، والمرسالة التفسيرية، والمرسالة الخفيفة).

الخطاب الكرافيكي يتميز بالمهارات التواصلية التي تعتمد على القدرات والمهارات على تمثيل الظواهر المختلفة وتكوين التفاعل مع الآخرين وتحقيق الاستجابة عبر القدرة على إيصال الأفكار والمشاعر بوضوح ودقة وطرح أفكار للمواجهة والتصدي كما في موضوع مواجهة التطرف والارهاب.

تعامل الخطاب الكرافيكي مع التطرف والارهاب من خلال التركيز على الارشاد والتوعية والمعالجة وتصحيح الافكار من خلال التأثير على الشعور الانساني لان الإرهاب هو حالة ترتبط بمشاعر القسوة او التزمت للاراء.

ان لتعدد الوسائط ووسائل النشر والاتصال ساهم في تفعيل دورالخطاب الكرافيكي في تحقيق اهدافه المتعلقة بالثقافة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ووضعت المصممين في تحدي كبير وقوتهم الوحيدة تكمن في اسلوبهم الابداعي الذي يتميز بالخصوصية.

#### التوصيات:

التركيز في البناء التصميمي للخطاب الكرافيكي ضد التطرف والارهاب الى ايضاح النتائج التدميرية لتلك الظواهر والاستشهاد بوقائع تاريخية ونتائجها التدميرية. ضرورة اعتماد الترويج عبر الخطاب الكرافيكي للتعايش السلمي واثاره الايجابية على الفرد والمجتمع كوسيلة لمحاربة التطرف وتعديل الانحراف داخل المجتمعات التي تشهد خروجًا عن المبادئ والتوازن الفكري.

#### المقترحات:

المعالجات التصميمية للملصقات ودورها في تعزيز الخطاب الترويجي.

#### المصادر والمراجع

إبراهيم، سعد، (١٩٨٣)، مصر تراجع نفسها، دار المستقبل العربي، القاهرة..  
ابن منظور، (١٩٨٨) لسان العرب، تحقيق: عبدالله علي الكبير ومحمد أحمد حسب الله وهاشم محمد الشاذلي، دار المعارف، القاهرة.



الاتفاقية العربية لمكافحة الارهاب الصادرة عن وزراء الداخلية والعدل العرب اجتماع مجلس القاهرة، ١٩٩٨. امين، غادة، (٢٠٢٣)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات النقدية، قسم الاعلام، جامعة بنها، مصر.

ايمان طه ياسين، (٢٠٠٧)، الانظمة اللونية ودورها في تحقيق التنوع اللوني في اخراج الاعلانات التجارية جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، قسم التصميم الطباعي، رسالة ماجستير منشورة، العراق. بيل، اشكروفت، دراسات ما بعد الكولونيالية، تر: احمد الروبي واخرون، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ٢٠١٠.

خليل احمد خليل، (٢٠٠١) معجم المصطلحات الفلسفية، دار الفكر اللبناني، بيروت. الراوي مرار عبد الكريم، (٢٠٠٧)، متغيرات الإدراك ودورها في بنية التصميم الطباعي رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة.

الرقيب، رضوان، (٢٠١٢)، الاستدلال التداولي وآليات اشتغاله، مجلة عالم الفكر، الكويت، العدد، ٢. شريف درويش اللبان، (٢٠١١)، مدخلات في الاعلام البديل، دار العالم العربي، القاهرة. الشوبكي، محمود يوسف، (٢٠٠٠)، مفهوم الإرهاب بين الإسلام والغرب، بحث مقدم لمؤتمر الإسلام والتحديات المعاصرة، الجامعة الإسلامية غزة.

صهيب خالد محمد، (٢٠٢٠)، درجة فاعلية التايوغرافي في تعزيز ملصقات التوعية البيئية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، كلية العمارة والتصميم، الاردن.

عبد الستار جواد، (١٩٩٤)، اللغة العالمية، بحث غير منشور، كلية الاداب، بغداد. عبدالله، اياد حسين، (٢٠٠٨)، فن التصميم الفلسفة النظرية التطبيق، الشارقة، ج ١. القرشي، خالد بن عبد الرحمن (٢٠١٨)، الارهاب الفكري (مفهومه، بعض صوره، سبل الوقاية منه، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

محمد النصر حسن، (٢٠١٨)، التربية الوقائية للمؤسسات التربوية في مواجهة التطرف الفكري، بحث منشور، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، القاهرة، جامعة عين شمس، العدد ٣١.

محمد حسين، (٢٠١٦)، دور المنظم الاجتماعي في تنمية الوعي بخطورة التطرف الفكري لدى شباب الجامعات دراسة مطبقة على الأخصائيين الاجتماعيين بمكاتب رعاية الشباب، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، فرع أسيوط.

مقال لـ وجدي فكري، صناعة التطرف، تاريخ دخول الموقع: ٢٥ | ٢ | ٢٠١٥ م، وقت دخول الموقع: ١٦:

١٠: <http://www.alquds.co.uk/?p=320792>

نصيف جاسم محمد، (٢٠١١)، العولمة وخطابها الاتصالي في تصميم الملصق السينمائي، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، مجلة الاكاديمي، عدد ٤٦، العراق.

يسري، عبد الغني عبد الله، (١٩٩١)، معجم المعاجم العربية، ط١، دار الجيل، بيروت.

Byard, Paul Spencer, (2020) *The Architecture of Addition: Design and Regulation*, New York.

Classen, C., Howes, D., & Synnott, A. *Aroma: (1994)The cultural history of smell*. London, England: Routledge,.

Dana Hadra, (2016) *legal foundations of the Islamic State:Media coverage of the Islamic State*

Günay Mustafa, (2021). *Design in Visual Communication Gelişim Üniversitesi*.

Patricia. Holland, A. (2000). *Quiet Heart*. usa.

Tolisano, S. (2012) *Mortality rates following trauma: the difference is night and day*.

Traue, Boris/Schünzel, Anja (2014): „Visueller Aktivismus und aektive Öentlichkeiten: Die Inszenierung von Körperwissen in ‚Pro-Ana‘ und ‚Fat acceptance‘ – Blogs“. *Österreichische Zeitschri für Soziologie*, 39 (1), Supplement: 121–142

Vallor, Shannon, (2016). *Technology and the Virtues*. Oxford University Press.

Wenxing. Yang & Ying Sun. *Mental. (2010) Representations of Time in English*.