

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 كمتتحقق 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 تصوراته الشكلية عن طريق تخصص التصميم على وفق البعد الوظيفي في مجال التصميم الكرافيكى الذي بالامكان ان نتبين من خلاله مناطق وجود هذا المفهوم وانواعه، كذلك ايضاح مساوئه على الفرد وتقادمه خطاب كرافيكى 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 التاثير في المتلقى كحاضر تووعى يحمل رسالة تواصلية تسهم بالتعريف بنوع شكل تصور التطرف واصوله وانواعه بالاخص في المشهد التصميمي الذى يشهد تطور مستمر في انماء وايضاح معاني المفاهيم ومقاصدها وابعادها النفعية في تبيان غاية فكرة الملصق وعلى ما سبق يتفق ويتلائم موضوع البحث لكونه يتتيح إمكانية إجراء التحليل والاستدلال وبما يخدم مجريات البحث، وتوصل الباحثتان 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 للمتلقى معرفة مباشرة لمعنى التطرف وانواعه، (جميع النماذج).

يعتمد الخطاب الكرافكي على قدرة المصمم على تقديم خطاب متميزاً للتأثير في الأفكار والعواطف والانفعالات وذلك عبر تحقيق العلاقات التصميمية المناسبة بين العناصر والتركيز لتحقيق الجذب.

الكلمات المفتاحية: التطرف، الإرهاب، 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 الكرافطي 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 الكرافطي في اعادة تشكيل هذا النوع من المفاهيم في التصميم تكون بقيم اظهارية متعددة 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 بهيأة 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 تمثالت التطرف والارهاب في الخطاب الترويجي؟

أهمية البحث: تتضح أهمية البحث من خلال:

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

هدف البحث: يهدف البحث الحالي الى: التعرف على تمثلات خطاب التطرف في التصميم الكرافيفي 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 الزمانى: ٢٠٢٣.

تحديد مصطلحات:

التطرف: لغويًا: هو الانحياز لأحد طرفي الامر، يقال: تطرف الشمس، : أي دنت من غروبها. والمتطرف: فاعل من تطرف، 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 عده مثل: Extremism ، Intégrisme Fanatism او المكتوبة والقيم والاطر الفكرية والدستورية التي حددها وارتضاها الفرد، كتحديد لهويته وسمح من خلالها بالتجدد وال الحوار والمناقشة وهو نهاية مقياس الاعتدال وليس بأحدهما فقط، وموضوع التطرف قد يكون فكريأ او سلوكيأ.

التطرف اجرائياً: التطرف هو حالة التبني لافكار او سلوكيات تتركز في رفض الاراء الاخرى، وغالبا تكون تلك السلوكيات غير مقبولة من المجتمع، مما يؤدي إلى العنف أو الكراهية.

الخطاب: لغويًا: توجيه الكلام نحو الغير للافهام وقد يعبر به عما يقع به التخاطب (يسري، ١٩٩١، ص ٤٠)

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 بطبع 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 المتلقى.

تمثلات التطرف: هي التصورات التي يتبعها المصمم في تجسيد الخطاب الكرافكي 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 بأكثـر من تـسعة أضعـاف في عـد الوفـيات الناجـمة عن التـطرف والـارهـاب والـعنـف، وـكان أـيضاً العـام الأـكثـر دـموـية، والـتـطرف العـنيـف آخذـ في الـانتـشارـ في عـد من الـبلـدان، وـيـعـد مـفـهـوم التـطرف من المـفـاهـيم التي يـصـعب تحـديـدهـا أو اـطـلاقـ تعـمـيمـاتـ بشـأنـهاـ وـتـرـتـبـ هـذـا الصـعـوبـةـ بـالـمعـنىـ اللـفـظـيـ الذي يـشـيرـ إلى تـجاـوزـ حدـ الـاعـدـالـ وهوـ معـنىـ نـسـبيـ يـخـلـفـ منـ زـمـنـ لـآخرـ اوـ منـ مجـتمـعـ لـآخرـ، انـ الاـخـتـلـافـ فيـ المـفـاهـيمـ يـشـكـلـ غالـباـ حـالـةـ اـيجـابـيةـ فيـ المـجـتمـعـ كـونـهـ يـعـملـ علىـ خـلـقـ التـواـزنـ فـيـ بـنـيـةـ المـجـتمـعـ وـيـتـمـ اـعـتـمـادـهـ عـلـىـ وـفـقـ تـشـريعـاتـ وـدـرـاسـاتـ تـدـعـمـ دورـ التـعـاـيشـ بـحـرـيةـ وـسـلـامـ وـتـشـرـعـ قـوـانـينـ تـكـفـلـ لـلـجـمـيعـ حـرـيـةـ التـعـبـيرـ عـنـ الرـايـ وـ الـحدـ منـ بـعـضـ الـظـواـهـرـ التيـ يـكـونـ فـيـ اـنـتـشـارـهـ مـشـاكـلـ لـرـبـماـ تـمـتدـ لـعـقـودـ منـ الزـمـنـ دونـ جـدـوىـ مـنـهـاـ سـوـىـ تـفـتـيـتـ بـنـيـةـ المـجـتمـعـ وـتـاـخـرـهـ عـنـ التـطـورـ، وـمـنـ هـذـهـ الـاـجـراءـاتـ الـاـيجـابـيةـ التـيـ تـمـارـسـهـاـ المـجـتمـعـاتـ الـمـتـحـضـرـةـ هـوـ اـعـدـ بـرـامـجـ تـروـيـجـيـةـ تـبـيـنـ اـثـرـ وـمـخـاطـرـ مـارـسـهـاـ الـعـادـاتـ الـمـعـادـيةـ وـالـمـتـعـصـبـةـ وـالـتـيـ يـشـارـ إـلـيـهاـ بـمـفـهـومـ التـطـرفـ الـذـيـ يـؤـديـ لـلـارـهـابـ وـاـنـتـشـارـ الـعـنـفـ الـذـيـ يـمـثـلـ "ـعـدـوـ لـلـمـجـتمـعـ لـأـنـ الـمـجـتمـعـ يـعـنيـ تـجـمـعـ الـمـخـلـقـينـ وـلـيـسـ تـجـمـعـ نـوـعـ وـاحـدـ مـنـ النـاسـ، اـنـ الـوـسـطـيـةـ كـمـ اـسـمـاـهـاـ أـرـسـطـوـ هـيـ مـتـعـةـ لـأـنـهـ تـعـطـيـ لـلـانـسـانـ اـمـكـانـيـةـ اـنـ يـتـمـتـعـ بـكـلـ مـاـ هـوـ فـيـ الـحـيـاةـ وـلـيـسـ بـنـوـعـ وـاحـدـ فـقـطـ"ـ (ـوـجـديـ، ٢٠١٥ـ).

التطرف وأنواعه وأسبابه:

الموقف من التطرف عالمياً 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 نظرته 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 الكرافكي 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 التحسين الفكري والثقافي.

ثانياً: السياسي (الدولة أو الدول): غالباً ما يكون هذا النوع من التطرف عند من لا يحذّر العملية الديمقراطية والانتقال السلمي للسلطة، وإنما يعوّل هذا النوع من التطرف على الانقلابات وترهيب الناس بل والاغتيالات أيضاً، وهو المعروف بالديكتatorية. (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 لأنّه يتعلّق بشيء مقدس عند الإنسان ألا وهو الدين، فهناك من يرى أن الإرهاب "هو نتاج للتطرف الفكري الذي يترجم 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 مبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر كما يفهمه" (عبد الله، ٢٠٠٨، ص ١٦).

رابعاً: السلوكي: وهو المظاهر العملي لجميع أنواع التطرف، فأي فكرة متطرفة إذا تحولت إلى فعل أصبحت خطراً حقيقياً، فالآفكار وحدها وإن كان لها خطورة، فهو نوع من أنواع

الآيديولوجية التي تؤمن بعدم احترام الرأي الآخر وحرية العقيدة، ويدعو إلى 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 الإرهاب:

أن الإرهاب هو أحد المصطلحات الأكثر استخداماً 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 ودواجهه حول العالم، لكن بصورة عامة تم الاتفاق على انه "كل فعل من أفعال العنف أو التهديد به، أيًّا 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 الضر بالبيئة، أو بأحد المرافق من الأماكن العامة والخاصة أو اختلاسها أو الاستيلاء عليها أو تعريض أحد الموارد الوطنية للخطر" (الاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب، 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 جمادات 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 الكرافيكى:

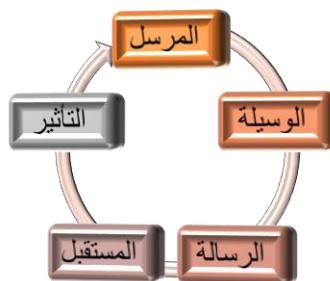
ان الخطاب هو عنصر أساسى في التاريخ الأحداث المختلفة عبر الزمن، و يعد الخطاب الكرافيكى من اهم المفاهيم التي تحل الصور المرئية فيه محل التمثيلات اللغوية للتجربة الإنسانية الملموسة مع الافتراض بأن "الواقع يمكن تمثيله بشكل مباشر، مبني على أساس ثقافية عن وجهات النظر البنائية لصنع المعنى، والتي تعرف بضرورة الأنشطة التقسييرية" (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 الادراك للافراد وتعزيزها بمساعدة أفعال التواصل (Wenxing, 2010, p5). والتي تمثل بطرح المعلومات بشكل رمزي او تعبيري.

التطرف والارهاب كقيمة اتصالية في الخطاب الجرافيكى:

ان التوسع الكبير في استخدام الإنترن特 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 الكرافيكى بمجموعة من السمات الخاصة التي تجعل منه قيمة اتصالية يحمل خصائص التأثير الكبير على الافراد لإمكانية استخدام عدة أساليب لأرسال الرسالة المراد ايصالها الى المتلقى بطريقة واضحة، عبر التركيز في عمليات البناء التصميمي للخطاب الكرافيكى 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 والتتنظيم بين عناصرها المختلفة" (خليل، ٢٠٠١، ص ٧)، تعتبر العناصر التي تتأسس عليها عملية التواصل وهي: (أمين، ٢٠٢٣، ص ١٩٩)، 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 الكرافيكى والتأثير في معلومات المتلقين واتجاهاتهم النفسية وأحساسهم، ومشاعرهم، وسلوكهم ومعتقداتهم من خلاله.

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

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

الوسيلة: وهي الوسيط الناقل للرسالة، بمختلف أنواعها ومنها الخطاب الكرافيكى 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" (الرقيب، ٢٠١٢، ص ٢)، كما في شكل(١) الذي يمثل ملخص بعبارة واضحة وهي (FREE PALESTINE) تعني (حرروا فلسطين)



شكل (١) ملصق دعم للقضية الفلسطينية ورفض الإرهاب الإسرائيلي

وقد وصف الخطاب الكرافكي (Graphic Discourse) بأنه يمكن تقسيمه إلى مستويات عدة، حيث يمثل كل مستوى بعدها مختلفاً لتحليل وتقسيم الخطاب البصري والمكتوب. وفيما يلي بعض المستويات التي يمكن استخدامها لوصف وتحليل الخطاب الكرافكي (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 البنائي للخطاب الكرافكي، 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 الكرافكي في سياق معين لتحقيق هدف معين. يشمل هذا تحليل كيفية تفاعل المتلقى 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 وتقسيم الخطاب الكرافكي. يتضمن هذا دراسة الرموز الثقافية، الممارسات الاجتماعية، والاتجاهات السائدة التي تشكل فهم الجمهور للخطاب.

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

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

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 للاعمال الكرافيفيكية التي تدعم عبرها العالم ومبادئه الإنسانية والاجتماعية" واعتمدت الأنثروبولوجيا لفترة طويلة النهج البصري كوسيلة لتحقيق الأهداف الإنسانية والاجتماعية ونشر الوعي والمعالجة، من خلال الاعمال المختلفة ومنها الاعمال الكرافيفيكية، التي أصبح لها اليوم صدى كبير في المعالجات الاجتماعية التي تعتبر معالجات للفكر او مفاهيم من خلال الصور والرسوم والالوان التي تعتبر التحول والغنى المعاصر، والذي لها الأثر الكبير في التغير بالواقع الاجتماعي الذي يعتمد التغير والسمو فيه ليس فقط نصي أو قانوني، ولكن بالاعمال البصرية الملمسة (Classen, 1994, p18)

الترويج ونوعاته في الخطاب الجرافيفي:

وقد أصبح الخطاب الجرافيفي في السنوات الأخيرة ظاهرة لتكوين الاشكال المختلفة عبر تنظيم "اساليب لعرض المعلومات التي لها اثرها في تكوين المعرفة للمجتمعات، ومن ثم تمكين الممارسات الجمالية لزيادة الرؤية المعرفية والوصول إلى الاهداف عن طريق الاعمال البصرية .(Traue & Schünzel, 2014, p10)

دلائل الترويج في الخطاب الكرافيفي:

الخطاب الكرافكي 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 يبني على وفقها الخطاب الكرافكي، إذ تعد من الاساسيات في تكون اي خطاب ترويجي لما لها من اثر تعبيري في عملية التلقى، وتعد تلك الدلالات معياراً متغيراً تقايس به قوة تعبير الخطاب ومدى تحقق اهداف الترويج من خلاله، ويمكن إيراد دلالات الترويج في لغة الخطاب وكما يلي: (عبدالستار، ١٩٩٤، ص ٥).

الدلالات الجمالية: وهي قدرة لغة الخطاب على الجذب وإثارة الجانب النفسي لدى المتلقى وبتنمية الأذواق والتشويق والدعوة إلى التأمل المفتوح واستثارة الرغبات وتفعيل الروح الابتكارية لديه، فالخطاب الكرافكي يقوم على إنتاج موضوعات تناطب الاحاسيس وتناقش الخبرات وتكون 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 يجب الانتباه لتنظيمه الخاص ويقوم "على الابداع والابتكار والخلق الجمالي، إذ يخلق في نفوسنا سروراً واحساساً بالجمال قبل أي شيء آخر.

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 أساساً عقلياً يستقر في ذهن افراد المجتمع.

الدلالات التجسدية: 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 تمثل إلى إدراك التبيهات الحسية التي تشكل نمطاً مستمراً مكونة مجموعة تتسمى إلى كتلة واحدة، ويتم ذلك من خلال إعطاء بعض التتابع المنتظم للأشكال" (الراوي، ٢٠٠٧، ص ١٤٧).

وسائل الترويج في الخطاب الكرافكي:

تم الاعتماد في الوقت الحاضر على عدة وسائل للترويج في الخطاب الكرافكي باعتباره من وسائل التواصل وايصال 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، والانفوغرافييك، وتصميم الفيديو، والإعلانات، والتطبيقات، الأفلام، الخ، تحاول كلها خلق صورة إيجابية القيمة من حيث الاتصال المرئي" (Günay, 2021, p5)

الملصقات: تؤدي الملصقات دوراً مهماً 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 الكرافكي 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 (٣-٢) الذي يمثل تصميم لملصق ضد العنف بمختلف انواعه من منشورات الأمم المتحدة التي تعنى بالتنمية 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 إلى علامة الخطأ بالمقابل الموضفة على شكل القنبلة وهو الرسم الدال على العنف والحرروب، أما في شكل(٣) تم اختيار اللون الأبيض لتصميم فضاء الملصق بالكامل كما تم توظيف رقم الصفر باللغة الإنكليزية باللون الأسود وبداخله رسم يمثل شكل القنبلة كدلالة على العنف والحرروب، ولا يوضح الفكرة والرسالة أكثر تم توظيف الكلمات التي تشرح فكرة الملصق للمتلقي بالكامل وهو ان العنف والإرهاب وجميع اشكاله ناتج حصاته هو صفر ولا نتيجة إيجابية منه غير الدمار والقتل.



شكل(٤) ملصق ضد العنف

Disarmament Poster for Peace Contest 2016

(unposterforpeace.org)

الوسائل المتعددة: تعد الرسوم المتحركة والفيديوهات وسيلة فعالة لنقل الرسائل المعقدة بطرق مبسطة، ومحببة للمتلقى وهي أحد وسائل الخطاب الكرافيكى وهو "فن تركيبي قائم على تعاقب مجموعة رسوم مسطحة أو أشكال ثلاثة الأبعاد مثبتة على شريط سينمائى بوساطة التصوير لقطة في لقطة، وعرض هذه الرسوم والأشكال لاحقاً على شاشة سينيمائية بسرعة محددة لقطة في الثانية هو ما يمنح المتلقى وهم الحركة

الإنفوجرافيك: وهو تقنية تصميم الأشكال وتجميع المعلومات في رسوم تجعلها سهلة الفهم، والإنفوجرافيك هو تصوير مرئي يعبر عن طرح معلومات أو بيانات أو معرفة عن طريق الرسومات والصور التوضيحية، وهو تصوير قصصي أو رواية تصورية 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" (Tolisano, 2012, p15).

اغلفة 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 و اختيار الشكل المناسب للغلاف بالإضافة إلى الاهتمام بالناحية الجمالية له من حيث اختيار الألوان والأشكال و مراعاة عدة عناصر لضمان أن الغلاف يعكس روح الكتاب ويجذب الجمهور المستهدف، ومن أهم

الأساسيات المتتبعة 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 متائساً وجذاباً.

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

الوحدات التبيوغرافية في تصميم الخطاب الترويجي:

يتكون الخطاب الترويجي من عناصر تبيوغرافية 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 النطرف، هذه العناصر تعمل معاً لتحقيق ناتج نهائي يوضح معنى محتوى الخطاب الترويجي ويضهره بقيمة جمالية تجذب المتلقى لادراك معنى الخطاب من خلال اختيار التنظيم المناسب لتلك العناصر وتمثل العناصر فيما يأتي:

العنوانات: يعد من العناصر البنائية التي تدخل في تكوين الخطاب الترويجي وهو عنصر تبيوغرافي اساسي ويتمثل بعملية "ترتيب الكلمات لجعل اللغة المكتوبة واضحة ومقروءة وجذابة عند عرضها، ويتضمن ترتيب الكتابة تحديد المحارف، أحجام النقاط، أطوال الخطوط، تباعد السطور، وتباعد الحروف، وضبط المسافة بين أزواج الآخر، وترتيب ومظهر الحروف والأرقام والرموز التي يتم إنشاؤها في العملية التصميمية" (صهيب، ٢٠٢٠، ص ٧)

العنوان الرئيس: "من الوحدات الشكلية المنظمة والمستقلة بخصائصها الشكلية والمكانية الفضائية، ويكون مختلف من حيث الاهمية في الحجم والموقع واللون" (ايمن، ٢٠٠٧، ص ٧٦)

العنوان الفرعى: يعد مكملاً للعنوان الرئيسي "غالباً ما يؤدي دوراً تفسيرياً، إذ يتخذ حجماً أصغر من العنوان الرئيس" (نصيف، ٢٠١١، ص ٦٧)، والغرض منه توضيح فكرة الخطاب الترويجي أكثر، ويقسم العنوان من حيث المحتوى إلى عنوان محدد للهوية، وعنوان يوضح المنفعة من التصميم، وعنوان اخباري، وعنوان انتقائي، كما يكون لاستخدامه في التكوين العام أساسيات تتمثل في: (صهيب، ٢٠٢٠، ص ٢٢)

الوضوح: هو السهولة التي يستطيع بها القارئ التعرف على الأحرف 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، بدلاً من التعرف على الأحرف الفردية.

الصور والرسوم: من العناصر الكرافيكية التي تدخل في تكوين تمثلات الخطاب الترويجي الخاص بالتطور فهي "لا تستلزم جهداً خاصاً من القارئ في فهمها واستيعابها، لأنها تحتوي على مرائي، أي أشياء مرئية" (شريف، ٢٠٠١، ص ٦٠).

اللون: يعد من العناصر الأساسية في تصميم الخطاب الترويجي لقدرته في تمثيل المعنى البعض للأفكار لما يملكته من تمثيل رمزي لبعض المفاهيم المفهومة والمعروفة في مختلف الثقافات وبذلك يعتبر "مكونات بنائياً أساسياً فيها، تتجلى عن طريقه صفات مظهرية ذات فعاليات مؤثرة في الخطاب الكرافكي ليصبح جزءاً من التمثيل الواقعي للشكل والخاصية السطحية له من خلال تأكيد، لما للشكل من طبيعة فيزيائية ومن قوام وتكوين" (إيمان، ٢٠٠٧، ص ١٠).

مؤشرات الأطر النظري:

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

الخطاب الكرافكي ضد الإرهاب يسعى إلى إيصال الرسالة عبر إحداث قدرًا من التوافق بين جميع العناصر بهدف التأثير في المتلقى ومحاولة اقناعه من خلال توظيف تكوينات ذات معانٍ متعددة و مباشرة 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). للرسالة الترويجية وظائف أساسية وهي (وظيفة الإرساء أو الرسوخ، بالإضافة إلى الوظيفة التكميلية، والرسالة التفسيرية، والرسالة الخفيفة).

يتكون الخطاب الترويجي من عناصر تبيوغرافية 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 النطاف، هذه العناصر تعمل معاً لتحقيق ناتج نهائي يوضح معنى محتوى الخطاب الترويجي.

الفصل الثالث (اجراءات البحث)

منهج البحث: اعتمد الباحثان المنهج الوصفي في تحليل عينة البحث للوصول إلى هدف البحث المتمثل بـ(تمثيلات النطاف في الخطاب الكرافكي المعاصر)، وبما يتفق ويتألف بموضوعة البحث لكونه يتيح إمكانية إجراء التحليل والاستدلال وبما يخدم مجريات البحث بعد الاستعانة بالأدبيات والدراسات والموقع ذات الصلة بالموضوع في شبكة الانترنت.

مجتمع البحث: حدد الباحثان مجتمع بحثها بعد جمع نتاجات وأعمالاً تصميمية مثل ملصقات من تطبيقات الملصق التقطيفي في معرض بينالي بغداد الدولي الأول للملصق، وقامت باختيار تصاميم التي مثلت حصيلة المسح الميداني لتصاميم عرضت في معرض بينالي بغداد الدولي الأول لتكون مجتمع.

عينة البحث وطريقة اختيارها: اعتمدت الباحثة الاختيار (القصدي) غير الاحتمالي وفق متطلبات البحث، وبنسبة (٥٠٪) طبقت على سنة المجتمع 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 صُممَت استمارَة تحديد (محاور التحليل)^(*).

صدق الأداة: تم التأكيد 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 والملحوظات وبذلك اكتسبت صدقها الظاهري من الناحية البحثية، ومن خلال تصميم استمارَة 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 اسلوب 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

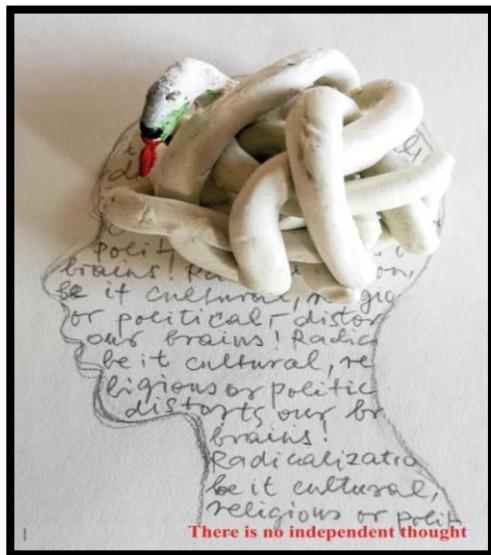
^(*) ينظر : الملاحق

^(**) الخبراء هم :

١. أ. د. شيماء كامل داخل، اختصاص تصميم طباعي، قسم التصميم، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد.
٢. أ.د. راقي 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 الملصق نقداً فلسفياً مهما وعميقاً لحالة الفكر الإنساني المعاصر، الذي أصبح في ضل الأفكار الخاطئة عقله محظى من قوى التطرف على أنواعها المختلفة، يدعو الملصق من خلال خطابه الترويجي الفرد إلى استعادة استقلاليته الفكرية من خلال التفكير الموضوعي المبني على رفض الأفكار المتطرفة والتساؤل حول ماهية الخطاب المتطرف الموجه الذي يعوق حرية العقل.



أنواع التطرف: الملصق يعكس سيطرة الخطابات المتطرفة المبنية على العنف على العقل البشري، مما يؤدي إلى اعتقاد وتهميشه وتتحول الفرد إلى أدوات للعنف والارهاب، حيث يصبح العقل خاضعاً للأفكار المتطرفة التي تكون نظاماً فكريًا 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 الأفراد على وفق اجنداتهم الارهابية ومصالحهم العقدة التي تجلس على عقل الفرد تعتبر عبأً يغطي العقل ترمز إلى استغلال الفكر البشري والسيطرة عليه كوسيلة مما يعوق إمكاناته الابداعية والتنموية، كما يعكس التمثيل البصري لعقل الإنسان في الملصق، انعدام الوعي وتحول الإنسان إلى كائن عديم الارادة بسبب استسلامه للأفكار المتطرفة.

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

ونجح في إيصال رسالة فلسفية عبر طرح ثنائية (التعايش السلمي، والتطرف) من خلال توظيف الرموز البصرية المناسبة كوسيلة لايضاح الفكرة الخطاب الكرافيكى في الملصق.

الخطاب الكرافيكى كقينة اتصالية: اتبع الملصق بوصفه وسيلة لإيصال الرسالة المعنى 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 الكرافيكى عبر استخدام عدة عناصر تعمل على اثارة العاطفة المتمثلة بتوظيف الشكل الصادم للشعبان، مع الكلمات التي تم توظيفها لتمثل اثار السموم التي يبثها الفكر المتطرف لتوضيح الفكرة الرئيسية للخطاب الترويجي.

الخطاب الترويجي: الملصق يدعو إلى التحرر من القيود الفكرية، حيث يطالب الفرد التخلص من حالة خضوعه للأملاءات 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 الآثار المدمرة لمفهوم التطرف والترويج لفكرة تبني نشر الوعي، ويدعو المتلقى إلى التفاعل مع الرسالة عبر الفكر والعاطفة وتكوين التوازن في فكر وعقل يتسم الملصق ببعض الغموض الفلسفى من خلال تصميمه التجريدى، مما يدفع المتلقى للتأمل والتفكير لغرض محاولة التفسير، كما تحقق التأثير العاطفى الذى اسهم فى تكوين استجابة عاطفية لدى المتلقى.

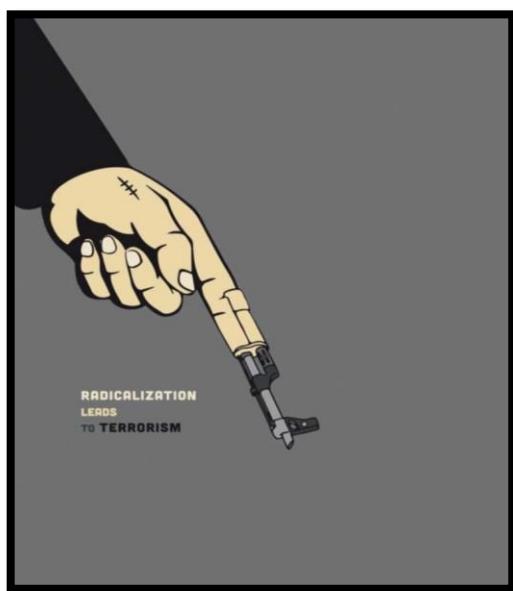
العناصر التبيوغرافية: الفلسفة الكرافيكية هدفت إلى إبراز الاختلاف الذي يمكن أن يصبح مصدراً للإبداع بدلاً من النزاعات والصراعات عبر استخدام الأدوات الكرافيكية المتمثلة بالعناصر الكرافيكية التي تم التعامل معها كأدوات فلسفية لإيصال فكرة الرسالة عبر الألوان المتردجة والأشكال المتداخلة التي مثلت دعوة للتفكير وللتأمل بدلاً من محاولة السيطرة على العقل وتسميمه بالآفكار 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 فلسي فعال عبر استعمال عناصر بسيطة لكنها محملة بالدلائل العميقية، والألوان قدمت رسالة متكاملة تدعو للتأمل في مفهوم التطرف وطبيعته كنتيجة فكرية لها انعكاساتها على المجتمع



أنواع التطرف: الملصق بيان واضح لتداعيات الأفكار المتطرفة، فهو يشير بشكل غير مباشر إلى التطرف عبر تمثيل الأيديولوجيات التي تعمل على استعمال العنف، عبرت اليد المدمجة بسلاح إلى تنفيذ الأجندة الإرهابية المدمرة حيث يُظهر كيف يمكن للأفكار المتطرفة أن تحول إلى أدوات تدمير، كما وضح الملصق فكرة الانتقال من الفكر المتطرف إلى افعال إرهابية، 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 الكرافكي: التركيز على اليد، كرمز عالمي للفعل البشري يبرز كيف يمكن تحويل الاداة البشرية التي طالما ترمز للعمل والتنمية وكتابة الأفكار 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 الكرافكي 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

يتتحمل الأفراد مسؤولية أفكارهم، كل هذا الشرح الرمزي قدمه المصمم من خلال الملصق للمتلقى 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 أفكار معقدة بطريقة فعالة.

الخطاب الترويجي: الخطاب الترويجي في الملصق اعتمد على خطاب فلسي يكتشف العلاقة بين الأفكار وبين كيفية توجيهها والعمل، من خلال الرموز العميقة والتأثير العاطفي، إلى الترويج لضرورة إعادة التفكير في الأسس التي نبني عليها، وهو يطرح سؤال هل يمكن للفرد ايقاع التطرف والإرهاب

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

نتائج البحث ومناقشتها:

توصلت الباحثة الى عدد من النتائج هي:

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

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

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

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

إيصال رسالة فلسفية عبر طرح ثانية (التعايش السلمي، والتطرف) من خلال توظيف الرموز البصرية المناسبة كوسيلة لايضاح الفكرة الخطاب الكرافيكى (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 وتعبيرها عن اثار التطرف والارهاب على القيم الإنسانية، الانموذج (٢).

ثانياً: الإستنتاجات:

يعتمد الخطاب الكرافيكى على قدرة المصمم على تقديم خطاب متميزاً للتأثير في الأفكار والعواطف والانفعالات وذلك عبر تحقيق العلاقات التصميمية المناسبة بين العناصر والتركيز لتحقيق الجذب.

الخطاب الكرافيكى ضد التطرف والارهاب يعتمد على عدة وسائل للترويج لتحقيق التواصل وإيصال الأفكار

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

ان تجسيد الترويج في الخطاب الكرافيكى 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).

للرسالة الترويجية وظائف أساسية وهي (وظيفة الإرساء أو الرسوخ، بالإضافة إلى الوظيفة التكميلية، والرسالة التفسيرية، والرسالة الخفيفة).

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

تعامل الخطاب الكرافكي مع التطرف والارهاب من خلال التركيز على الارشاد والتوعية والمعالجة وتصحیح الافکار من خلال التأثير على الشعور الانساني لأن الإرهاب هو حالة ترتبط بمشاعر القسوة او التزمت للراء.

ان لتنوع الوسائل ووسائل النشر والاتصال ساهم في تفعيل دور الخطاب الكرافكي في تحقيق اهدافه المتعلقة بالثقافة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ووضع المصممين في تحدي كبير وقوتهم الوحيدة تكمن في اسلوبهم الابداعي الذي يتميز بالخصوصية.

التوصيات:

التركيز في البناء التصميمي للخطاب الكرافكي ضد التطرف والارهاب الى ايضاح النتائج التدميرية لتلك الظواهر والاستشهاد بوقائع تاريخية ونتائجها التدميرية.

ضرورة اعتماد الترويج عبر الخطاب الكرافكي للتعايش السلمي واثارة الايجابية على الفرد والمجتمع كوسيلة لمحاربة التطرف وتعديل الانحراف داخل المجتمعات التي تشهد خروجاً 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، (١٩٨١) لسان العرب، تحقيق: عبد الله علي الكبير ومحمد أحمد حسب الله وهاشم محمد الشاذلي، دار المعارف، القاهرة.

الاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب الصادرة عن وزراء الداخلية والعدل العرب اجتماع مجلس القاهرة، ١٩٩١ .
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 الطبعي، 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 الطبعي رسالة ماجستير غير
منشورة،جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة.

الرقيب، رضوان، (٢٠١٢)، الاستدلال التداولي وآليات اشتغاله، مجلة عالم الفكر، الكويت، العدد، ٢ .
شريف درويش اللبناني، (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 التابيوجغرافي في تعزيز ملخصات التوعية البيئية، رسالة ماجستير،
جامعة الشرق الأوسط، كلية العمارة والتصميم،الأردن.

عبد السatar جواد، (١٩٩٤)، اللغة العالمية، بحث غير منشور ، كلية الاداب، بغداد.
عبد الله، اياد حسين، (٢٠٠٨)، فن التصميم الفلسفه النظرية التطبيق، الشارقه، ج ١ .

القريشي، خالد بن عبد الرحمن(٢٠١٨)، الإرهاب 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 الوعى بخطورة التطرف الفكري لدى شباب
الجامعات دراسة مطبقة على الأخصائين الاجتماعيين بمكاتب رعاية الشباب، كلية اللغة العربية، جامعة
الأزهر، فرع أسيوط.

مقال لـ وجدي فكري، صناعة التطرف، تاريخ دخول الموقع: ٢٠١٥ | ٢١٢٥ م، وقت دخول الموقع: ١٦ :

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

نصيف جاسم محمد، (٢٠١١)، العولمة وخطابها الاتصالي في تصميم الملصق السينمائي، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، مجلة الأكاديمي، عدد ٦٤، 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*.