Conference Proceedings: Enhancing the Role of Islamic, Social, and Human Studies in Building Society, Volume 23/1, July 2026.

ISSN(Print): 1813-4521 OnLine ISSN:2663-7502
Journal Of the Iraqia University
available online at
https://iasj.rdd.edu.iq/journals/journal/view/247

دور المرجعيات المعرفية في تعزيز الفاعلية الاتصالية للملصق الإرشادي

روان فاضل مراد

جامعة بغداد كلية الفنون الجميلة قسم التصميم / تصميم طباعي الدراسات العليا / الدكتوراه

The Role of Knowledge References in Enhancing the Communicative Effectiveness of the Instructional Poster

Research Submitted by
Rawan Fadel Murad
University of BaghdadCollege of Fine ArtsDepartment of Design / Typography DesignPostgraduate Studies / Doctorate
Email:rawan.fadel٢١٠٤p@cofarts.uobaghdad.edu.iq

١٤٤٨AH Baghdad ٢٠٢٦

ملخص البحث:

يهتم البحث الحالي في محاولة قراءة مفهوم المرجع الثقافي من خلال طبيعة استعارة الاشكال المتوفرة في التاريخ والموروث والفلكلور والتعامل مع ابعاد حضوره وظيفيا وجماليا في بنية التصميم الكرافيكي الرقمي مع تسليط الضوء على المرجعيات مفهومها وخصائصها وانواعها واشتراكه مع مفهوم الثقافة والغرض منها وانها متحقق فكري له تاثيرات على كيفية التعامل مع الصورة كتكوين شكلي رئيس وفاعليته على انتاج فكرة ذات مفاهيم جديدة بصريا ومدى قدرة المرجعيات الثقافية على التاثير في المتلقي كحاضر اقناعي وخلق رسالة تواصلية مع التعريف بنوع الشكل واصوله وبالاخص في الملصق الارشادي فقد عدت مشكلة البحث على وفق التساؤل التالي:ماهو **دور المرجعيات الثقافية وانعكاساتها في تصميم الملصق الارشادي** ؟كما وتكمن أهمية البحث والحاجة إليه: كونه يسلط الضوء على العلاقة بين المرجعيات الثقافية والتصميم البصري للملصق الإرشادي، وللإجابة على هذا التساؤل تحدد هدف البحث بالأتي:التعرف على المرجعيات الثقافية وانعكاساتها في تصميم الملصق الارشادي كم وحددة الفصل الثاني (الإطار النظري)، والدراسات السابقة، الذي انتظم في مبحثين: ثم جاء بعده إجراءات البحث والتحليل التي تضمنها الفصل الثالث الذي تضمن مجتمع البحث المتكون من (٦) نماذج مختارة من ملصقات منظمة اليونسيف الصادرة بين السنين مابين (٢٠٢٢-٢٠٢٥) لما تضمنته هذه السنين من احداث عالمية, وتم اختيار (٣) نماذج للتحليل واستبعدت الباحثة تصاميم لا تصلح إن تكون ضمن (عينات التحليل)، لعدم وضوح تفاصيلها ما يفرض صعوبة في تحليلها والبالغ عددها (٣) تصاميم., ثم جاء الفصل الرابع متمثلا بالنتائج ومناقشتها التي اشتمل عليها واهمها:

تحقق التوظيف المدروس للمرجع الثقافي عبر بيان مدلولات ذات طبيعة ارشادية واجتماعية وتوعوية ، من توظيف تكوينات مرجعية انسانية ذات دلالات واضحة الهدف لدى المتلقي عبر توظيف هذه الاشكال كما في النماذج (١ ، ٢ ،٣) وبنسبة (١٠٠٪) ,وتبعها الاستنتاج واهمها:

١-دور توظيف المرجع الثقافي وانتاج الفكرة انعكس على طبيعة الملصق من خلال تحقيق صلة ترابطية موضوعية عبر توظيف مكونات الصورة وتحديداً المرتبطة بالنشاط الاجتماعي الانساني والبيئي. بعد أن أستكملت النتائج والأستنتاجات ,فأن الباحثة اوصت بالاتي:الأفادة من القيم التي تتحقق من توظيف اشكال المرجع الثقافي باختلاف انواعة في بنية التصميم الكرافيكي التي تضيف الى التصميم ابعاد نفعية وظيفية وجمالية تساعد المصمم على اعادة ابتكار اشكال لها اصول اجتماعية او سياسية او ثقافية, بالإضافة الى مقترحات الباحثة وهي :فاعلية اشتغال الاضاءة الايهامية لتحقيق الجذب في التصميم الكرافيكي الرقمي .الكلمات المفتاحية: المرجع,المرجعيات الثقافية, الملصق الارشادي.

Summary of Induction

The current research focuses on attempting to read the concept of the cultural reference through the nature of the metaphor of forms available in history, heritage, and folklore, and dealing with the dimensions of its presence functionally and aesthetically in the structure of digital graphic design, while highlighting the concept, characteristics, and types of references, their relationship with the concept of culture, their purpose, and how they are intellectually realized, as well as their impact on how the image is treated as a main formal composition and its effectiveness in producing an idea with new visual concepts, and the extent to which cultural references can influence the viewer as a persuasive presence and create a communicative message with an introduction to the type of form and its origins, especially in the guidance poster. Thus, the research problem is formulated according to the following question: What is the role of cultural references and their reflections in the design of the guidance poster? The significance and necessity of the research also lie in its focus on the relationship between cultural references and the visual design of the guidance poster. To answer this question, the objective of the research is defined as follows: to identify cultural references and their reflections in the design of the guidance poster, as determined in Chapter Two (the theoretical framework), And the previous studies, which were organized in two sections: then came the research and analysis procedures included in the third chapter, which included the research population consisting of (6) selected samples of UNICEF posters issued between the years (2022-2025) due to the global events contained in these years. (3) samples were chosen for analysis. Then came the fourth chapter, represented by the results and their discussion, which included, most importantly:
1. The achievement of the studied employment of cultural references through clarifying indications of a guiding, social, and awareness nature, resulting in the use of human reference formations with clear objectives for the recipient through employing these forms as in samples (1, 2, 3) with a percentage of (100%), followed by the conclusion, most importantly:
1- The role of employing the cultural reference and producing the idea reflected on the nature of the poster by achieving an objective associative connection through the use of image components, specifically those related to social, human, and environmental activity. After the results and conclusions were completed, the researcher recommends:
١. Benefiting from the values achieved by employing forms of cultural references of different kinds in the structure of graphic design, which add functional and aesthetic dimensions to the design, helping the designer to. Reinventing forms that have social, political, or cultural origins, in addition to the proposals, which are: the effectiveness of working with illusionary lighting to achieve attraction in digital graphic design.
Keywords: reference, cultural references, guidance poster.

الفصل الأول الإطار المنهجي

مشكلة البحث:

ان التداخل المعقد بين الثقافة بوصفها منظومة رمزية متغيرة، وبين التصميم الكرافيكي للملصق الارشادي بوصفه وسيلة اتصال بصري تسعى إلى إيصال رسائل واضحة ومباشرة إلى المتلقي ,فالملصق الإرشادي لا يعمل داخل فراغ بصري أو تقني، وإنما يتشكل ضمن بيئة ثقافية تحمل أنظمة من القيم والعادات والدلالات التي تؤثر بصورة مباشرة في بناء الرسالة البصرية وآليات فهمها وتأويلها, فمن الضروري محاولة فهم العلاقة الجدلية بين الثقافة والتصميم، والكشف عن الكيفية التي تتحول بها القيم والرموز الاجتماعية إلى أنساق بصرية تحمل دلالات وظيفية وجمالية في آنٍ واحد, وإبراز أهمية البعد الثقافي في نجاح الاتصال البصري، وتوضيح دور الملصق الإرشادي في التعبير عن هوية المجتمع وتنظيم سلوك أفراده , فقد كان للمرجع كمتحقق فكري ووجوده كمؤثر في تصميم الصورة سواء الصورة الثقافية او الاجتماعية والاقتصادية الاثر الكبير في مجال التصميم الكرافيكي، وعليه تبرز القدرة على الافادة من المرجع الثقافي ضمن حقل التصميم الكرافيكي وفق مجالات تتطلب معرفة ابعادها الوظيفية والجمالية التي تهتم بتوظيفه كحاضر فكري وما يوفره من قدرة على رفع الوعي لدى المتلقي عبر مكاسب تأتي من اعتماد التصميم الكرافيكي ، وعلى ما سبق فقد عدت مشكلة البحث على وفق التساؤل التالي:

ما دور المرجعيات الثقافية وانعكاساتها في تصميم الملصق الارشادي؟

أهمية البحث والحاجة إليه:

٢-أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في:

١- كونه يسلط الضوء على العلاقة بين المرجعيات الثقافية والتصميم البصري للملصق الإرشادي، من خلال الكشف عن كيفية توظيف الرموز والألوان والعلامات بما ينسجم مع ثقافة المجتمع .

٢-ساهمته بإغناء الدراسات التصميمية من خلال ربط البعد الثقافي بالجانب الوظيفي والجمالي للملصق الإرشادي، إذ يساعد على توضيح أثر الخلفية الثقافية في تفسير الدلالات البصرية، مما يوفر أساساً معرفياً يمكن أن يفيد الباحثين والمصممين في إنتاج تصاميم أكثر ارتباطاً بالهوية الثقافية للمجتمع .

٣ -مواكبة التحولات المعاصرة الناتجة عن العولمة والانفتاح الثقافي، حيث يسعى إلى بيان كيفية تحقيق التوازن بين المرجعيات الثقافية المحلية والمعايير التصميمية العالمية في تصميم الملصق الإرشادي.

٣.هدف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى:

التعرف على المرجعيات الثقافية وانعكاساتها في تصميم الملصق الارشادي

٤.حدود البحث:

الحد الموضوعي: المرجعيات الثقافية وانعكاساتها في تصميم الملصق الارشادي الحد المكاني: الاعمال الصادرة عن منظمة اليونسيف.الحد الزماني: الملصقات المنفذة من عام ٢٠٢٢ ولغاية٢٠٢٥، كون هذه الفترة شهدت احداث بيئية وسياسية كثيرة

٥.تحديد المصطلحات:

وردت عدة مصطلحات إرتأة الباحثة ذكرها حسب ما وردت في عنوان البحث وهي:

المرجع :

لغةً:

تشتق مفردة المرجع من الفعل رجع، و ترد هذه المفردة في القرآن الكريم بشكل مباشر كلفظ في العديد من المواقع في الآيات الكريمة، ويدل المرجع في حقله اللغوي على معنى **الرجوع، المصدر، الأصل، المآل، العودة، المرد:** كما يرد في القاموس المحيط"**المَرْجع:** الرّجُوع " **ثُمَّ إِلَيَّ مَرْجِعُكُمْ فَأَحْكُمُ بَيْنَكُمْ-** (سورة آل عمران: الآية،٥٥) **محل الرجوع، الأصل. ما يرجَع إليه في علم أو أدبٍ من عالِم أو كتاب؛ لم يُثْبِتْ مراجِعه التي اعتمد عليها في كتابة مقالته كمراجِع "**(الفيروزآبادي، www.arabic.ajeeb.com)

المرجعية:هي العلاقة التي تكون بين العلامة ومرجعها والشيء الواقعي من العالم، اذ تدل عليه، كالمرجعية النفسية للخطوط والالوان والاشكال. **(بلاسم، ١٩٩٩، ص ٧).**

اصطلاحاً:

تُتَرجَم مفردة 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، ص ١٩)

الثقافة لغةً:

في لسان العرب الثقافة ترتبط بالذكاء والمهارة، فيُقال "رجلٌ ثقِف" أي سريع الفهم واسع المعرفة، وهو معنى يعكس الجانب العقلي والمعرفي للمفهوم(لسان العرب,٢٠١٩, ص٢٩) ,كما ارتبطت الثقافة لغوياً بعملية صقل العقل وتنمية الإدراك، لذلك استُخدمت للدلالة على التهذيب الفكري واكتساب المعارف والخبرات**(إبراهيم ، ٢٠٠٤,ص٩٨).**

الثقافة اصطلاحاً:

تُعرف الثقافة اصطلاحاً بأنها المنظومة الكلية التي تشمل المعارف والمعتقدات والقيم والعادات والفنون والتقاليد وكل ما يكتسبه الإنسان بوصفه عضواً في المجتمع **(Anthony,2021, p45,)**

كما تم تعريف الثقافة بانها "ذلك الكل المركب الذي يتضمن المعرفة والعقيدة والفن والأخلاق والقانون والعرف وأي قدرات أخرى يكتسبها الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع" **(Edward2014 .p1-2))**

التعريف الاجرائي:

المرجعيات الثقافية:

وهي المرجعيات التي تعتمد على ثقافة المجتمعات المختلفة ، والذي تجسد كل الرموز والدلالات التي تحملها تلك الثقافات والتي تنعكس على التصميم الكرافيكي .

الفصل الثاني الإطار النظري

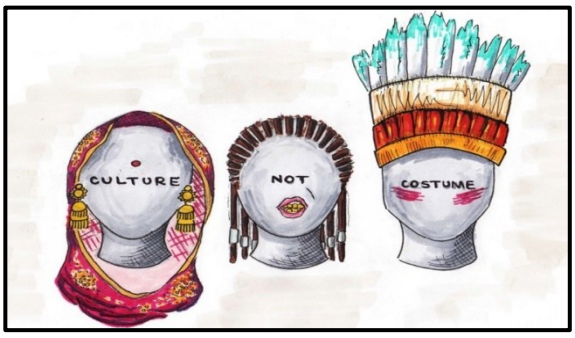
المبحث الأول: المرجع المفهوم والخصائص :

يعد المرجع منذ القدم اساسا في الالهام الفكري والفلسفي في الثقافات التي يتميز بها ذلك المجتمع المرتبط ارتباطا مباشر او غير مباشر ضمن سياق معرفي يشتمل على ما يتوالد من اطر معرفية تستند بتكوينها الشكلي والضمني بما يتعلق به ذلك المجتمع والانعكاس والتفاعل الذي يعد اساسا في تكوينه كما انه في جوهره إستحضار وإستعارة شكل يتوافق مع توجيهات الفكرة و تغيرها بطريقة تنتج نوعاً من التوافق لفترة إنتاج الشيء والذي يقوم عن طريقهُ الفرد اثناء عملية التفكير بالأستعارة كنشاط حدسي يعمل على معرفة جوهر الظاهر فهو " يستعير مادتهُ من الثقافة الشعبية للمجتمع ويتفاعل وينصهر في هذا الواقع " **(مولر، ١٩٨٨، ص ٢٤)**كما إن المرجعية تمثل تعبيرات ذات إبعاد فكرية وفلسفية ومفاهيم تعتمد على نوع المرجع وصلاتهُ وعلاقتهُ بالتخصص الدقيق فهي تمثل " العودة الى المنبع، أي الرجوع الى الشيء الى المكان أو الموضع الذي كان فيه " **(محمد، ٢٠١٣، ص ٣٠)**. و إنها تمثل أيضاً " العالم الذي يحيل إليهُ ملفوظ لغوي، علامة منفردة كانت أم تعبيراً مركباً ويكون ذلك العالم إما واقعياً وأما متخيل لا يطابق أي واقع خارج التعبير اللغوي وهذا يستلزم بالضرورة من يدرك ذلك العالم أو يمثلهُ ثم تنتج الدلالات التي يمكن أن يعبر عنها العالم المرجعي المعروف في التعبير " **(بشرى، ٢٠١٩، ص ٧٩)**فالمرجعيات هي احد الاشتراطات التي يلجأ اليه المصمم وتكون مثابة من مثابات عمله التصميمي حيث لها أثرعلى خيالات وتفسيرات المصمم وغالباً ما يعتمد كل توظيف بصري على اصول وتشكيلات ذات علاقة بنوع الاشتغال الانساني والفني وهذا ما يضعنا كمشتغلين تخصص تصميم كرافيكي في نطاق حدود دراسة مفهوم ونوع المرجعيات " بمعنى ان عملها وتوظيفها سيرتبط ضمن المجال العام بحسب نوعها ودلالاتها والعلاقات التي تنشأ من خلالها لغرض استدعائها بحسب تخصصها مع استعارة اشكالها " كون الاستعارة كثيرا ما تقوم على أساس المشابهة " **(تشاندلر، ٢٠٠٨، ص٢٢٥)** على اعتبارها تسيطر في جوهرها على مفاصل لتكوينات انتاج الصور الذهنية لدى المصمم الكرافيكي، ذلك ان الفكرة التصميمية انما تنطلق من التعمق في الفهم والبحث في المخزون الثقافي في ذاكرة المصمم والرموز الثقافية والقيم في مجتمعه " فالمصمم يستنبط الامتداد الشكلي والفكري من خلال بيئته كمفصل رئيس باعتماده الوعي الانساني وارتباطاته مع مناخاته الحياتية التي يعيشها سواء كانت ضمن البيئة الفردية او بيئته الاجتماعية بشكل عام، فالمصمم بوعيه وذهنيته سيعمل على مسح البيئات المختلفة والتركيز على الصور الذهنية كمؤشرات لمعايير منطقية تعتمد في الادراك المحقق لتشكيل أطر الهوية " **(العقابي، ٢٠٠٩، ص ٢٨)**. حيث يتم استعارة شكل يحمل هوية ترتبط بمرحلة التركيب واشتقاق الافكار وتتماشى معها ضمن جزئياتها بطريقة تمنح المصمم القدرة على تكوين علاقات جديدة بين الافكار المطروحة وهنا " ينتج توافق مواكب لفترة انتاج المصمم لعمله، اذ يقوم المصمم اثناء عملية التفكير التصميمي بالضغط الفكري ليسعى الى استقراء المضمون داخل التكوينات الشكلية، فهو يستعير مادته من الثقافة والموروثات الشعبية لمجتمعه ويتفاعل وينصهر في هذا الواقع " **(مولر، ١٩٨٨، ص ٣٠)**، وتمثل في اساسها قوانين الواقع التي تمارس اثرها ضمن ضوابط، هذه الضوابط غالبا ما تمثل القاعدة التي يعتمد عليها المصمم الكرافيكي في التعامل مع ماهية الفكرة والحاجة اليها واغراضها الوظيفية والنفعية لتبدوا ذات وقع مقبول على من يتلقى النص البصري وبحسب كل نوع والكيفية التي يقرأها المصمم ويحولها بفعل ادواته الادائية الى خطاب، وعليه تقسم انواع المرجع كالأتي: **(شكري، ١٩٧٤، ص١٦٤)**.

١-المرجع الاجتماعي:

تقوم بنيته على الدمج بين الفكرة التصميمية التي يتخيلها المصمم ومتوفر المفردات الشعبية لانتاج عالم لا واقعي، كما انها تنتج وتحاكي ميول ورغبات خبرات لدى رؤيتها تنتمي الى شعوب بعينها بما تمتلكه من صور لقصص خرافية وشعبية لذا فان القصة الخرافية تعد مرجعاً كونها تكشف عن خزين من الوقائع والاحداث التي تناغي ذائقة المجتمع لـ" قصة الإنسان وقدرته على تشكيل حياته تشكيلاً تجتمع فيها قوى الصراع في داخله وتوجيهها وجهة تؤدي إلى الإحساس بالانسجام الكامل بين نفسه وبين قوى الحياة المتدفقة مما يولد قوة دافعة لضم مرجعيات متنوعة " **(الوائلي، ٢٠١٤، ص ٣٩)**، كما تكون هذه القوة الدافعة تسيطر على المصمم الكرافيكي بحكم احتفاظه بمجموعة من تلك الصور الاسطورية ذات البعد لاجتماعي ليأتي دوره باعادة قراءتها وتركيبها بما يتوافق وسياق الحكاية الشعبية المألوفة والمتداولة في المجتمع الواحد او المجتمعات المتعددة

ويعمل على تطويرها بصرياً قد تتطور الاسطورة تحت تأثير صنعة القاص وعند ذلك ينسى اصلها الديني وتتخذ شكل حكاية خرافية او شعبية. (شكل رقم ١)



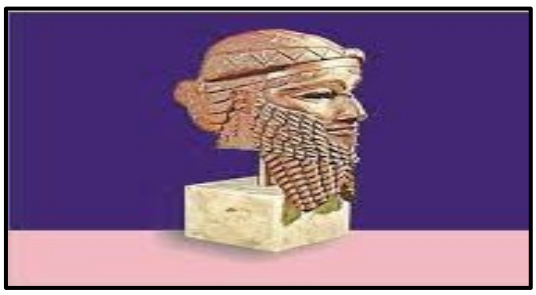
(شكل رقم ١)

٢-**المرجعيات الثقافية:**المرجعيات الثقافية تتكون عبر تراكمات اجتماعية وتاريخية ودينية وفكرية تسهم في تشكيل الوعي الثقافي للمجتمعات، ، إذ إن أي عمل فني أو تصميمي يحمل داخله آثار البيئة الثقافية التي نشأ فيها, وقد" ارتبط ظهور مفهوم المرجعية الثقافية بتطور الدراسات الثقافية الحديثة التي ركزت على تحليل العلاقة بين الثقافة والإنتاج الفكري والفني، والكشف عن الأنساق المضمرة التي تتحكم في بناء النصوص والصور والرموز داخل المجتمعات" **(حكيمة،ص٣١)**,وتعد من مظاهر النشاط الانساني فطبيعة الحياة البشرية مضافا لها مجموعة العوامل الثقافية هي عوامل متغيرة بحكم الزمان والمكان لذلك يكون الارث متراكم في حياة المجتمعات وعبر الحقب الزمنية لينشأ فيما بعد " انتاج موثق صوريا لفعالياتها فتكون له دلالات وقيم تعبر عن تقاليد ظهرت عند الامم خصوصا ذلك الذي له علاقة بالفن كون الفـن ينتقل من حضارة الى حضارة في البلاد التي يعيش فيها " **(شكري، ١٩٧٤، ص ٦٠)**. (شكل رقم ٢).

(شكل رقم ٢)

٣-مرجعيات الاشكال الاسطورية:

من مصادر الفكرة واحد روافد مادتها بفعل توظيف المفردات التي نهلت منها جملة من الخرافات والاساطير، اذ ان " **الفنانون يقومون بانتاج العديد من الاعمال الفنية التي تبين اهمية تلك الملاحم والاساطير كجزء مهم من تراثهم ومرجعياتهم الفكرية والفنية والاجتماعية وغيرها** " **(معتز، ٢٠٢١، ص ٣٤٢)**، كما انه يمثل مراجعة بصرية لاحداث سابقة تبلورت عن مفردات الحكايات لتوضيح الفكرة، اذ يتم استخدامها من قبل المصمم الكرافيكي كمرجع عبر تلك المفردات وتوظيفها كعنصرٍ فاعلٍ من عناصر البنية الشكلية والدلالية. (شكل رقم ٣)



(شكل رقم ٣)

٤- مرجعية الموروث الشعبي (الفلكلور):

الذي يمثل "جميع العقائد الشعبية القديمة، العادات، المأثورات التي استمرت متوارثة بين العناصر الادنى ثقافة في المجتمعات المتحضرة حتى الوقت الحاضر" **(معتز، ٢٠٢١، ص٢٩٧)**، هذا النوع يرتبط بموروث المجتمع ويرتكز في منظومة كاملة من الاشكال والمعتقدات المتعلقة بالحياة اليومية للناس والذي يعد " السجل الحي الخالد لحضارات الامم وتاريخها"**(حسن، ١٩٧٢، ص ٢١)**. اذ يمكن للمصمم ان يعتمده مرجع لاعادة توظيف اشكاله وقراءاتها بصورة مرئية عن طريق استدعاء موروثاتها البصرية واعادة توظيفه وفق تخصصات وتحولات الفكر التصميمي الرقمي المعاصر مما يحتم على المصمم الفهم والالمام بالموروثات الشعبية، وانتقائه العناصر الاكثر ايحاءا للدلالة " فاذا طغى العنصر التراثي بدا العمل صورة مكررة للأصل التراثي، واذا طغى العصر ضمن العنصر التراثي سيخرج العمل من اطار التوظيف، اذ انه يفتقد شرطا اساسيا من شروط

ودعائم التوظيف ومستوياته، وهو حضور العنصر التراثي " الامر الذي يؤدي الى " ابتكار أشكال بصرية تظهر مرجعياتها متعلقة بالتراث الشعبي وبأطر جديدة لينتج أشكالاً مبتكرة برؤى مرتبطة بالأوهام من جهة ومبتعد عنها ليكون لصيق الواقع من جهة أخرى " **(الوائلي، ٢٠١٤، ص ٥٦).** (شكل رقم ٤)

(شكل رقم ٤)

٥-المرجعيات الدينية:

من المرجعيات التي ترتبط بانواع الطقوس الدينية والعبادات الاساسية لمختلف الطوائف، كونه يعد " غابة من الرموز المتشابكة التي من شأنها أن تتحول في يد الفنان إلى غرس جديد يستوعب تجارب فنية رائدة " (شكري، ص١٦٤). كما تكون فكرة المرجع الديني مستوحاة لربما من " الشخصية العربية الإسلامية التي تبلورت في ظل الدين الإسلامي وأصبحت ذات كيان ووحدة متكاملة، وظهر ذلك جليا في الفنون التشكيلية والعمارة الإسلامية " **(قتيبة وعبد الله، ٢٠٠٠، ص** ٦٨). ومن صفات هذا النوع تكون فيه السيادة الشكلية يسيطر عليها الفكر على وفق حالة تتطلب تغير جذري لنظام الحياة والمنظومة الاجتماعية، إن " شخصية الفن الإسلامي وإرادته الجديدة تبلورت في ظواهر هامة تمت بطريقة تلقائية تحت إطار الفلسفة الشرطية العامة وأوجزها بما يأتي: كراهية تمثيل الكائنات الحية، التقشف، الاهتمام بزخرفة السطوح وشغل الفراغ ". (الالفي، ص ٢٦-٢٧).

٦- المرجعيات البيئية:

هنا تنعكس مضمون وفكرة الموضوع عن طريق الادراك المعرفي الذي يمثل دراسة مفردات البيئة وتوظيفها على وفق عناصر ابتكارية تختلف عن تركيبتها الاصلية لتكون عناصرمرئية تؤثر في تكوين المنجز التصميمي بصورة عامة، فالادراك المعرفي للبيئة " عبارة عن وسيلة يستخدمها الناس في فهم و بناء البيئة المحيطة بهم " **(شامل، ١٩٩٢، ص ٥٨)**، كما تعد البيئة بمعطياتها لها تأثير على فكر المصمم، حيث توصف " الوسط المادي المحسوس الذي يواجهه الإنسان ويتعامل معه، ويتعرف من خلاله على الظرف الآخر ويكون لنفسه أفكاراً " **(اللوس، ٢٠٠٠، ص ٣٤).** حيث نجد ان للبيئة واشكالها المتوفرة دور في التاثير على المصمم في عملية انتاج افكاره حيث انه نوع من الثقافة البصرية المغذية لفكره وتفكيره " فالثقافة لها تأثيرا كبيرا على الرؤية الفنية بما تحويه من أشكال مرئية للعين " **(الحسيني، ١٩٨٢، ص٨٤).** وبوساطتها كمرجع يكون المصمم قادرا على امتلاك عدد كبير من الصور لها علاقة في بيئته تؤثر بشكل مباشر او غير مباشر في طروحاته الفكرية التصميمية المعرفيه. (شكل رقم ٥)

المبحث الثاني: مفهوم الثقافة والمرجعيات الثقافية الواقع والغرض:

يُعدّ مفهوم الثقافة من المفاهيم الأساسية ، إذ يعكس طبيعة الوجود الإنساني داخل المجتمع ويعبّر عن مجمل الأنماط الفكرية والسلوكية التي تميّز جماعة بشرية عن أخرى.وقد تعددت تعريفات الثقافة نتيجة اختلاف المنطلقات النظرية للباحثين، مما جعلها مفهوماً مركباً يحمل أبعاداً معرفية وقيمية ورمزية في آنٍ واحد"(الجابري،٢٠٢٠, ص١٣), فقد تطور مفهوم الثقافة ليشير إلى "ذلك الكلّ المركب الذي يشمل المعارف والمعتقدات والفنون والقوانين والعادات، وكل ما يكتسبه الإنسان بوصفه عضواً في المجتمع، وهو تعريف يُبرز الطبيعة الشمولية للثقافة بوصفها إطاراً ناظماً للحياة الإنسانية" **(Edward B, p2,)**ولا تقتصر الثقافة على الجانب المعرفي فقط، بل" تمتد لتشمل الأنماط السلوكية والقيم الاجتماعية التي توجه تصرفات الأفراد داخل المجتمع، فهي بمثابة نظام معياري يحدد المقبول والمرفوض، ويضبط العلاقات الاجتماعية، ويمنح الأفراد إحساساً بالانتماء والهوية **(Clifford Geertz,2020, p21)**ومن هنا، فإن الثقافة تمثل الذاكرة المجتمعية حيث تنتقل بين الأجيال في المجتمعات ,وتتسم الثقافة بكونها "ديناميكية ومتغيرة إذ تتأثر بعوامل متعددة مثل التطور التكنولوجي والتحولات الاقتصادية والتفاعل مع الثقافات الأخرى، الأمر الذي يؤدي إلى إعادة تشكيلها بشكل مستمر. وهذا الطابع المتغير لا يلغي استمراريتها، بل يؤكد قدرتها على التكيف مع المستجدات، مما يضمن بقاءها كإطار منظم للحياة الاجتماعية واحد"(الجابري,٢٠٢٠، ص٩), ومن منظور أعمق، يمكن فهم الثقافة بوصفها نسقاً رمزياً من المعاني والدلالات التي يستخدمها الإنسان لتفسير العالم من حوله، فهي ليست مجرد انعكاس للواقع، بل أداة لإنتاج المعنى وإعادة تشكيله. وبذلك تسهم الثقافة في بناء الوعي الفردي والجماعي، كما تؤثر في طريقة إدراك الإنسان للواقع وتفاعله معه" **(Edward B, 2014 p2,)** كما تؤدي الثقافة دوراً أساسياً في تشكيل الهوية، سواء على مستوى الفرد أو المجتمع، إذ "تحدد الخصائص الفكرية والسلوكية التي تميز جماعة معينة،

وتمنحها طابعها الخاص لذلك فإن فهم الثقافة يُعد مدخلاً ضرورياً لفهم الاختلافات بين المجتمعات، وكذلك لفهم طبيعة العلاقات الإنسانية **Geertz2020, p18**)أي إن الثقافة هي "منظومة متكاملة من القيم والمعاني والممارسات التي تشكل أساس الحياة الإنسانية، وتسهم في توجيه السلوك وتنظيم العلاقات الاجتماعية، وهي في الوقت نفسه ظاهرة متجددة تعكس تفاعل الإنسان المستمر مع بيئته " **(Anthony,p10)**

المبحث الثالث المرجعيات الثقافية وبناء الفكرة التصميمية للملصق الارشادي:

ان عملية التفكير لدى المصمم الكرافيكي تعتمد على اجراءات ومرجعية شكلية تؤدي بالنتيجة الى انبثاق منجز بصري يتصف بالحداثة في التوظيف وبصورة دقيقة مع حاجات الفرد والمجتمع المتجددة، ومن خلاله اصبح من الضروري تقديم فكرة معاصرة لها محتوى بصري نافع تنتج بالنتيجة مفهوم جديد من الافكار مؤثرة ومحفزة استطاع بواسطتها استدعاء اليات من حضارته عبر مشاهداته والافادة منها ضمن تخصصه والمتمثلة في" قدرة الفرد على اكتساب هذه المعلومات مع الوقت والتي تسمح له (أي القدرة) عند ربط المعلومات مع بعضها البعض بإعطائها معنى " **(www.b-sociology.com)**، هذا المعنى وطريقة ربط المعلومات يؤدي الى وجود مسارا فكريا موجه في مجال التصميم يتمثل في ذلك " التخطيط للموضوع المصمم واستخدام النماذج التصميمية ووسائط التصميم الاخرى (كالنظريات التصميمية والمعارف العلمية – الطبيعية، والتقنية والتجريبية)، وتثبيت الحقيقة المصممة " **(فاديم، ٢٠١١، ص ٤٧٦)**, فالعناصر التصميمية مثل اللون، والصورة، والأيقونة، والخط، لا تُقرأ قراءة محايدة، بل تخضع إلى مخزون ثقافي متراكم يحدد معانيها ودلالاتها داخل المجتمعوهذا يعني أن نجاح الملصق الإرشادي لا يعتمد فقط على وضوح الشكل أو جودة التنظيم البصري، وإنما يرتبط أيضاً بمدى توافقه مع المرجعيات الثقافية السائدة لدى الجمهور المستهدف **(إبراهيم ,٢٠٢١,ص١٧)** وتبرز المرجعيات الثقافية بصورة أوضح في المجتمعات التي تشهد انفتاحاً ثقافياً واسعاً نتيجة العولمة والتطور الرقمي، حيث أصبح المتلقي يتعرض يومياً إلى أنماط بصرية متعددة ومتداخلة، بعضها يحمل دلالات محلية، وبعضها الآخر مستمد من ثقافات عالمية مختلفة, "هذا التداخل الثقافي أدى إلى ظهور إشكالية في الهوية البصرية للملصق الإرشادي، إذ بات من الصعب أحياناً التمييز بين ما هو نابع من الخصوصية الثقافية المحلية وما هو مستورد من أنماط تصميمية عالمية، الأمر الذي قد يؤدي إلى فقدان التواصل الحقيقي بين الرسالة والمتلقي" **(Anthony,2021,p32أ)**ي ان المرجعيات الثقافية بوصفها عاملاً مؤثراً في تصميم الملصق الإرشادي الى جانب العوامل التقنية والجمالية والوظيفية للتصميم، ولها دورها الأساسي في تشكيل المعنى البصري وهي تمثل العلاقة بين الثقافة والتصميم بوصفها علاقة إنتاج دلالي، وليس مجرد علاقة شكلية أو جمالية وان اختلاف البيئات الثقافية يؤدي إلى تنوع أنماط التلقي والتفسير، فالدلالات التي تبدو واضحة داخل مجتمع معين قد تحمل معاني مغايرة داخل مجتمع آخر، وهو ما يثير تساؤلات حول مدى إمكانية إنتاج ملصق إرشادي يمتلك قدرة على التواصل العابر للثقافات دون أن يفقد هويته المحلية, ويقود ذلك إلى إشكالية أعمق تتعلق بالعلاقة بين العالمية والمحلية في التصميم البصري، وكيفية تحقيق التوازن بين المعايير البصرية الدولية والخصوصية الثقافية للمجتمع تتركز المرجعيات الثقافية المؤثرة في التصميم باليات توظيف الرموز والعلامات داخل الملصق الإرشادي والخلفية الثقافية للمتلقي تساعده في تفسير الرسالة البصرية وفهمها ,على اساس اختلاف المرجعيات الثقافية بين المجتمعات، وما يترتب على ذلك من تفاوت في إدراك الرموز والعلامات والألوان المستخدمة داخل الملصق الإرشادي، الأمر الذي قد يؤثر في كفاءة التواصل البصري وفاعلية الرسالة الإرشادية وكذلك تعتمد العملية الاخراجية للملصق الارشادي على قدرة المصمم في استخدام منهج يتوافق مع مستوى توجه الوعي لدى المتلقي كالوعي المعرفي والثقافي، وقدرته في فهم معاني التكوين التصميمي للاشكال التي يتكون منها العمل مع ايجاد تواصل بين الشكل ومفرداته وبين المتلقي نتيجة تفعيل وظيفة فكرته كمنجز عقلي، فيسعى المصمم من خلال " نتاجه الى السيطرة على المشاهد رغم تعددية الاذواق عبر استخدامه وسائل التعبير " **(ارنست، ١٩٨٨، ص ٤٨)** ان التطابق ما بين المفاهيم وتطورها يمثل بالنتيجة عملية لإيجاد وتطوير الشكل التصميمي الارشادي المعاصر للكشف عن " الروابط التي ينسجها النص والصورة فيما بينهما، ويخترق مشهداً ثقافيا مشبعا بالعلامات، مكونين مسارات جديدة بين الصيغ المتعددة للتعبير والإتصال " **(أماني، ٢٠١٣، ص ١٠٧)**.منهج المرجع الثقافي في منظومة التصميم يمثل في جوهره دراسة لمبادئ واجراءات التفكير بالفكرة ونوع الاشكال التي يصنعها المصمم التي سيتم توظيفها في العملية التصميمية والمستوحات من تعدد مصادر المرجعيات في المحيط واثرها في تخصص كل تصميم مقدم مثال الملصق الارشادي الذي توظف فيه اشكال تاريخية او رموز فلكلورية او مرجعيات اشكال من التراث، ويأثر بصورة مباشرة على تحقيق منافع وظيفية وجمالية.

العناصر التيبوغرافيكية في تصميم الملصق.

يتكون تصميم الملصق من عناصر تعتمد توظيف اشكال وكلمات لها علاقة بالمرجعيات الثقافية لتشكل ناتج نهائي يعبر عن معنى التصميم ووظيفته وقيمته الجمالية من خلال ارتباط جميع مكوناته التيبوغرافيكية , وتتمثل العناصر في:

اولا: العنوان:

احد عناصر الملصق الكرافيكي بصورة عامة والارشادي على وجه الخصوص، وهو عنصر تيبوغرافي اساسي في " بناء الملصق وتحديد هيكله العام وهو وسيلة من وسائل نجاحه " **(محمد، ١٩٦٤، ص ٨١)** ويمثل الجزء الذي يقرأ، ان لوضوحه اثر في تفعيل عامل شد انتباه المتلقي.

ثانيا: رسالة الملصق:

من العناصر المهمة التي تنقل فكرة الملصق الارشادي الرقمي ويحقق بالنتيجة هدف الرسالة الاعلانية من توظيف الشكل المرجعي للعمل التصميمي الكرافيكي، كما يكون لبناء النص الحروفي في التصميم الاعلاني الكرافيكي وظيفتين جمالية وتواصلية **(محمد، ٢٠١١، ص ٢١٤)**

ثالثا: الصور والرسوم:

من العناصر الكرافيكية التي تدخل في تكوين الملصق الارشادي توظف الصور ذات الاصول المرجعية في الملصق الارشادي مع الرسوم كاحد العناصر الكرافيكية المهمة تدخل في هيئة التصميم الكرافيكي كونها تمثل لغة تواصل عالمية يتم فهمها بيسر وتشترك مع العنوان في بناء تكوين فكرة الملصق الارشادي الذي يعتمد وجود ترابط بين النصوص الكتابية التي تعطي الصور في الاذهان، فوظيفة الشكل او الصورة هو ان " يعطي للاشكال تجسيداً جديداً في نوعيات خاصة عندما يحررها من تجسيداتها العادية في الاشياء الفعلية " **(راضي،١٩٨٦، ص ١٦)**

مؤشرات الاطار النظري:

١-المرجعيات تمثل في اساسها قوانين الواقع التي تمارس اثرها وهذه الضوابط غالبا ما تمثل القاعدة التي يعتمد عليها المصمم الكرافيكي في التعامل مع ماهية الفكرة التصميمية وحسب كل نوع من انواع المرجع (الثقافي,البيئي, الاجتماعي, الموروث...وغيرها)

٢-المرجعيات الثقافية تعتبر عاملاً مؤثراً في تصميم الملصق الإرشادي الى جانب العوامل التقنية والجمالية والوظيفية للتصميم، ولها دورها الأساسي في تشكيل المعنى البصري .

٣-المرجعيات الثقافية تمثل العلاقة بين الثقافة والتصميم وهي علاقة إنتاج دلالي، وليس مجرد علاقة شكلية أو جمالية.

٤-المرجع الثقافي في منظومة التصميم يمثل في جوهره دراسة لمبادئ واجراءات التفكير بالفكرة ونوع الاشكال التي يصنعها المصمم التي سيتم توظيفها في العملية التصميمية والمستوحات من تعدد مصادر المرجعيات في المحيط واثرها في تخصص كل تصميم مقدم مثال الملصق الارشادي الذي توظف فيه اشكال تاريخية او رموز فلكلورية او مرجعيات ثقافية واشكال من التراث.

٥-تتركز المرجعيات الثقافية المؤثرة في التصميم باليات توظيف الرموز والعلامات داخل الملصق الإرشادي .

٦-الخلفية الثقافية للمتلقي تساعده في تفسير الرسالة البصرية وفهمها ,على اساس اختلاف المرجعيات الثقافية بين المجتمعات، وما يترتب على ذلك من تفاوت في إدراك الرموز والعلامات والألوان المستخدمة داخل الملصق الإرشادي.

٧-انتاج افكار وفقا لمفاهيم المرجعيات الثقافية تمثل ضرورة داعمة للخطاب المفاهيمي الفلسفي بدأً من مرحلة التفكير بالعمل التصميمي الكرافيكي حتى مرحلة الانجاز النهائي .

٨-العناصر التصميمية مثل اللون، والصورة، والأيقونة، والخط، لا تُقرأ قراءة محايدة، بل تخضع إلى مخزون ثقافي متراكم يحدد معانيها ودلالاتها داخل المجتمع.

٩-أن نجاح الملصق الإرشادي لا يعتمد فقط على وضوح الشكل أو جودة التنظيم البصري، وإنما يرتبط أيضاً بمدى توافقه مع المرجعيات الثقافية السائدة لدى المتلقي.

١٠- يتكون تصميم الملصق من عناصر تعتمد توظيف(العناوين, الصور والرسوم,ورسالة الملصق) التي نكون اشكال وكلمات لها علاقة بالمرجعيات الثقافية لتشكل ناتج نهائي يعبر عن معنى التصميم .

الدراسات السابقة:

من خلال اطلاع الباحثة على مجموعة من المصادر المتاحة من المؤلفات والبحوث العلمية وجدت دراسة هدى القحطاني: دور الملصق الجرافيكي في تحقيق الاستدامة الثقافية (٢٠٢٥)انطلقت الدراسة من التساؤل حول قدرة الملصق الجرافيكي على المحافظة على الهوية الثقافية في ظل التحولات التقنية والثقافية المتسارعة وكان هدف الدراسة هو بيان دور الملصق الجرافيكي في تعزيز الاستدامة الثقافية والمحافظة على القيم والعادات والرموز الثقافية ونقلها إلى الأجيال اللاحقة, ووفق ما تقدم ترى الباحثه اقتراب بحثها من الدراسة السابقة بعدد من المشتركات من خلال

ان اشتغال المرجعيات الثقافية يتحقق وفق عوامل في التصميم الكرافيكي تؤدي بالنتيجة الى التاثير على نوع العمل وانتاجها, كما اقتربت الدراسة المذكورة من البحث الحالي بمنهج البحث وهو المنهج التحليلي الوصفي.

الفصل الثالث إجراءات البحث

١-منهج البحث:

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي في تحليل عينة البحث للوصول الى هدف البحث المتمثل بـ **المرجعيات الثقافية وانعكاساتها في تصميم الملصق الارشادي)**، وبما يتفق ويتلائم وموضوعة البحث لكونه يتيح إمكانية إجراء التحليل والاستدلال وبما يخدم مجريات البحث .

٢-مجتمع البحث:

حددت الباحثة مجتمع بحثها بعد جمع نتاجات وأعمالاً تصميمية مثلت ملصقات من تطبيقات الملصق الاعلاني الارشادي صادرة عن منظمة اليونيسيف[١]* لحقوق الطفل ما بين عام (٢٠٢٢-٢٠٢٥) ,وذلك لما تضمنته تلك الفترة من احداث عالمية مختلفة,وقامت باختيار التصاميم التي مثلت حصيلة المسح الميداني لتصاميم منشورة على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) لتكون مجتمع بحثه، وفقاً للمبررات الآتية:

١-انها معنية بالتركيز على المرجعيات الثقافية لفكرة تصميم الملصق الارشادي.

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

٣-عينة البحث وطريقة اختيارها:

اعتمدت الباحثة الاختيار (القصدي) غير الاحتمالي وفق متطلبات البحث، وبنسبة (٥٠%) طبقت على سنوات مجتمع البحث وكان العدد المستخرج من العينات (٣) نماذج من أصل مجتمع البحث البالغ (٦) نماذج، تم اختيار النماذج كعينات للتحليل كونها تدخل ضمن نطاق البحث، واستبعدت الباحثة تصاميم لا تصلح إن تكون ضمن (عينات التحليل)، لعدم وضوح تفاصيلها ما يفرض صعوبة في تحليلها والبالغ عددها (٣) تصاميم.

٤-مصادر وطرائق جمع المعلومات:

اعتمدت الباحثة في جمع المعلومات من مصادرعدة وعلى النحو الآتي:

١-المصادر والمراجع العربية والأجنبية المؤلفة من قبل اختصاصيين في المجال نفسه أو اختصاص موازٍ أو مكمّل.

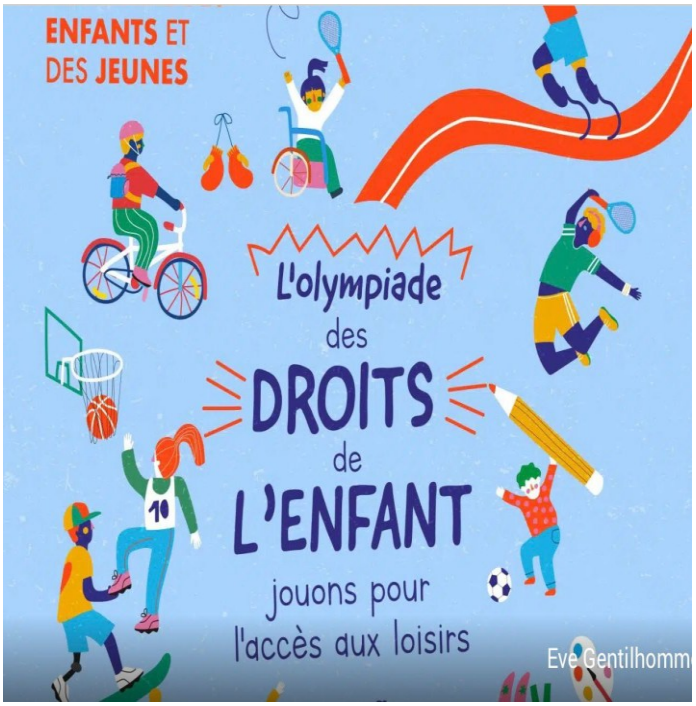
٢-البحوث العلمية (ماجستير – دكتوراه – بحوث الترقيات).

٣-المجلات والدوريات (مواضيع ذات الاختصاص).

٤-المعلومات الموثوقة المنشورة على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت).

٥-أداة البحث:

تحقيقاً لهدف البحث صُممت استمارة تحديد (محاور التحليل) (*) ارتكزت على أدبيات متعلقة بموضوع البحث ,والإطار النظري وما تمخض عنه من مؤشرات.



تحليل النماذج

الانموذج الاول

نوع التصميم: ملصق ارشادي

تاريخ تصميم الملصق: 2025

عنوان الملصق: L'olympiade des droits de l'enfant

جهة الاصدار: منظمة اليونيسيف.

الوصف:

ملصق ارشادي يتمحور حول قضية إنسانية وثقافية ترتبط بحقوق الطفل، إذ يسعى إلى ترسيخ مفهوم حق الأطفال في اللعب والترفيه والمشاركة الرياضية بوصفها جزءاً أساسياً من حقوقهم الطبيعية.

أولا: المرجعيات الثقافية :

اعتمد الملصق على المرجعيات الثقافية التي تقوم على البعد الاجتماعي والإنساني لأن المصمم اعتمد على صور أطفال يمارسون أنشطة رياضية مختلفة، الأمر الذي يعكس ثقافة الدمج والتعاون كما تظهر المرجعيات الحضارية من خلال حضور طفل يستخدم الكرسي المتحرك داخل فضاء الملصق ، وهو ما يؤكد فكرة شمول جميع الأطفال ضمن الأنشطة المجتمعية دون تمييز , كذلك يمكن ملاحظة المرجعية الشعبية والثقافية المرتبطة بعالم الطفولة والرياضة، حيث استُخدمت ألعاب وأنشطة معروفة عالمياً مثل كرة السلة والتنس وركوب الدراجة، مما يمنح الملصق طابعاً عالمياً وإنسانياً عاماً.

ثانيا: العناصر التيبوكرافيكية:

تحقق التوزيع المناسب للعناصر التيبوكرافيكية فقد جاء العنوان الرئيس في مركز التكوين تقريباً بعبارة (L'olympiade des droits de l'enfant) وقد كُتب بخط كبير وواضح يمنحه السيادة البصرية داخل التصميم, ويؤدي العنوان وظيفة مباشرة في توضيح مضمون الملصق، إذ يربط بين مفهوم الأولمبياد أو النشاط الرياضي وبين حقوق الطفل، في حين جاء العنوان الفرعي (jouons pour l'accès aux loisirs) بوصفه دعوة تحفيزية للمشاركة واللعب من أجل ضمان حق الترفيه للأطفال ويلاحظ أن النصوص الكتابية جاءت مختصرة ومباشرة لتنسجم مع طبيعة الملصقات الإرشادية التي تعتمد على السرعة في إيصال الرسالة.وقد تجسدت رسالة الملصق في الدعوة إلى الاعتراف بحق الطفل في ممارسة اللعب والرياضة بوصفهما من الحقوق الأساسية المرتبطة بالنمو النفسي والاجتماعي , فالملصق لا يكتفي بعرض مشاهد رياضية، بل يحاول غرس فكرة أساسية وهي أن الترفيه ليس أمراً ثانوياً، بل يمثل حاجة إنسانية وثقافية ضرورية للأطفال كافة ولهذا حملت الرسالة طابعاً توعوياً وإنسانياً واضحاً , اما على مستوى الدلالات، فإن الملصق يحمل دلالات ثقافية تتمثل في نشر ثقافة حقوق الطفل ,كما يحمل دلالات نفسية ناتجة عن استخدام الألوان الجذابة المعبرة عن الطفولة, والشخصيات الرسومية التي تبعث الشعور بالسعادة والحرية والطاقة الإيجابية, أما الدلالة الحضارية فتظهر في اهتمام المجتمعات الحديثة بالطفولة وبتوفير بيئة داعمة لجميع الأطفال بما فيهم ذوو الاحتياجات الخاصة، وهو ما يعكس تقدماً إنسانياً وفكرياً , كما تحققت القيمة الجمالية بالاعتماد على ألوان مبهجة مثل الأزرق الفاتح والبرتقالي والأخضر والأحمر، وقد أسهمت هذه الألوان في خلق جو بصري مرح يتناسب مع عالم الأطفال, كما أن التكوين اتسم بالحركة من خلال توزيع الشخصيات في اتجاهات متعددة، الأمر الذي ولّد إيقاعاً بصرياً ديناميكياً يمنح الملصق الحيوية والنشاط, كذلك ساعدت الخطوط المنحنية والأشكال البسيطة في خلق انسجام بصري سهل الإدراك.

الانموذج الثاني

نوع التصميم: ملصق ارشادي

تاريخ تصميم الملصق: 2025

عنوان الملصق: L'olympiade des droits de l'enfant

جهة الاصدار: منظمة اليونيسيف.

الوصف:

ملصق ارشادي يتناول قضية إنسانية واجتماعية ترتبط بحرية التعبير وأهمية صوت المرأة داخل المجتمع، إذ تقوم بنية الملصق فيه على خطاب ثقافي يسعى إلى تعزيز قيمة الرأي النسوي ورفض التهميش أو الإقصاء.

أولا: المرجعيات الثقافية:

تحققت المرجعيات الثقافية في الملصق الذي يستند إلى مرجعية اجتماعية تدافع عن حق المرأة في التعبير عن ذاتها والمشاركة الفاعلة داخل المجتمع, كما ترتبط المرجعية الثقافية فيه بثقافة الحملات الرقمية الحديثة وتاثيراتها على المجتمعات وعلى التوعية، ويظهر ذلك من خلال استخدام رمز (#) الذي يرتبط بوسائل التواصل الاجتماعي والحملات الإلكترونية العالمية الداعمة للقضايا الإنسانية والاجتماعية والثقافية.

ثانيا: العناصر التيبوغرافية:

يتحقق التوازن في ابرز العنوان الرئيس (her voice matters) بوصفه العنصر الأهم داخل التكوين، حيث جاء بحروف كبيرة وسوداء تمنحه حضوراً بصرياً قوياً، بينما استُخدم رمز (#) في أعلى النص ليؤكد البعد الإعلامي والتفاعلي للرسالة.,وقد اتسم النص بالاختصار والتركيز، وهو ما يتلاءم مع طبيعة الملصقات التوعوية التي تعتمد على التكثيف الكتابيمن أجل تحقيق التأثير السريع ويحمل العنوان رسالة مباشرة مفادها أن صوت المرأة مهم ويجب الاستماع إليه واحترامه وعدم تهميشه , أما رسالة الملصق فتقوم على الدعوة إلى تمكين المرأة وإعطائها مساحة للتعبير والمشاركة، وهي رسالة ذات بعد نفسي واجتماعي واضح، لأنها تعزز الشعور بالقيمة والثقة بالنفس, كما تتضمن الرسالة بعداً ثقافياً يتمثل في نشر الوعي بأهمية المساواة والاعتراف بحقوق المرأة الإنسانية , ومن ناحية الدلالات، يحمل الملصق دلالات رمزية عميقة، إذ ترمز اليد المرفوعة إلى التعبير والدعم والمطالبة بالحقوق، في حين ترمز الزهرة إلى الأمل والحياة والرقة والسلام وقد جاء هذا الدمج بين اليد والزهرة ليعبر عن قوة المرأة المقترنة بالإنسانية والجمال, كما أن الخلفية البنفسجية أضفت بعداً نفسياً يرتبط بالهدوء والتأمل والقوة الداخلية، بينما خلق التباين مع اللون الأسود نوعاً من الجدية والوضوح البصري,ولم تتحقق القيمة الجمالية للملصق لان المصمم اعتمد بشكل كبير على أسلوب الاختزال والتبسيط، حيث اقتصر التكوين على عدد محدود من العناصر، الا ان التباين اللوني بين البنفسجي والأسود والبرتقالي ساعد في جذب الانتباه وتركيز النظر على العناصر الأساسية داخل الملصق, وقد لعبت الخطوط السميكة والواضحة دوراً مهماً في تعزيز قوة الخطاب الثقافي الذي حمله الملصق.

الانموذج الثالث:

نوع المطبوع: ملصق ارشادي

تاريخ تصميم الملصق: ٢٠٢٢

عنوان التصميم: It's a cold world without UNICEF

جهة الاصدار: منظمة اليونيسيف.

الوصف:

صمم الملصق باتجاه طولي الشكل تكون من مجموعة اطفال يتوسطون العمل في الجزء الاسفل عنصر كتابي مكون من خمس كلمات، يغلب على الملصق قيم لونية ما بين درجات اللون الابيض والسمائي، يعد هذا النوع من الملصقات الكلاسيكية.

أولا:المرجعية الثقافية في الملصق:

اعتمد الملصق على مرجعية اجتماعية مع جملة نصية تعني انه عالم بارد بدون وجود منظمة اليونيسيف "، تكون الشكل الرئيس من تراصف اربع اطفال توسطوا العمل يظهرون وهم يستترون بعلم منظمة اليونسيف مع وجود الشعار الذي يظهر بصورة اكثر من جهة الطفل الافريقي، ماهو الا اشارة مرجعية اجتماعية وبيئية فكرية تؤدي الى استحضار قيمة مدركة تعود مرجعيتها الى جذور الطفل الافريقي واصول بقية الاطفال الذين تبدوا على وجوههم ابتسامة وسعادة بينما وجه الطفل الافريقي تبدوا عليه علامات عدم التفاؤل وحركة يده تظهر على شكل تعلق وتمسك بعلم المنظمة اشارة بان اطفال القارة الافريقية متمسكين بجهود المنظمة على اعتبارها المنقذ وملاذهم الأمن سواء لاطفال القارة الافريقية او بقية اطفال العالم الذين يقفون بجانب الطفل الافريقي.

ثانيا: العناصر التيبوكرافيكية:

تحقق التوزيع المناسب للعناصر التيبوكرافيكية فقد جاء العنوان الرئيس في الجزء الأسفل من الملصق تقريباً بعبارة (It's a cold world without UNICEF) وقد كُتب بخط كبير باللون الذهبي مما ساعد في منحه السيادة البصرية داخل التصميم بالرغم من توظيفه في الاسفل, ويؤدي العنوان وظيفة مباشرة في توضيح مضمون الملصق، إذ يربط بين مفهوم اشتمل الملصق على وحدات تيبوغرافيكية لتكوين متعدد المفردات في صورة واقعية لاطفال في مكان ابيض يوحي ببرودة الجو ووجود العبارة النصية بلون ذهبي It's a cold world without UNICEF تشير العبارة النصية في معناها الى ادراك معاني التصميم من خلال اللون وقراءة مظهر الصورة، استطاع المصمم أن يوظف هذا الايحاء الصوري لصالح الفكرة ومرجعيات توظيفها التي تؤكد على ان للمنظمة فكر مبني على القيم الانسانية ، اما عن رسالة الملصق اكدت العناصر المتمثلة في رداء المنظمة من كلمة وشعار الذي يجعل معان الملصق مترابطة في فهم مرجع الملصق وفكرته بالعودة الى القيم الإنسانية,وظهرت الدلالات اللونية معبرة عن الفكرة كاداة رئيسة بعد الشكل، حيث اعتمد المصمم اللون الابيض الامر الذي جعل للمرجع المستخدم معايير تسهم بالارتباط بين اللونين الابيض والسمائي، فكانت النتيجة بيئة تتصف بالبرودة الا ان الوجود الرمزي للمنظمة ولد حالة من الدفئ ساعد على تسهيل فهم المعنى، ومن جانب اخر ساعدت على ابراز النص الكتابي واوجدت حوارية ما بين صورة الاطفال ومعنى المرجع المعرفي، ويلاحظ أن النصوص الكتابية جاءت مختصرة ومباشرة لتنسجم مع طبيعة الملصقات الإرشادية التي تعتمد على السرعة في إيصال الرسالة.

الفصل الرابع
النتائج والاستنتاجات
نتائج البحث ومناقشتها

ظهرت من التحليل مجموعة نتائج هي:

١. تحقق التوظيف المدروس للمرجع الثقافي عبر بيان مدلولات ذات طبيعة ارشادية واجتماعية وتوعوية ، من توظيف تكوينات مرجعية انسانية ذات دلالات واضحة الهدف لدى المتلقي عبر توظيف هذه الاشكال كما في النماذج (١ ، ٢ ،٣) وبنسبة (١٠٠٪)

٢. أستخدمت الصورة الواقعية وفق مرجعيات معرفية وظيفية داعمة لقيم هادفة متعددة في التنظيم المرجعي للبناء التصميمي للنموذج مما عزز من مستوى الأتصال المباشر لخطاب التصميم الكرافيكي ووضوح كما في النموذج (٣) وبنسبة (٣٣٪) .

٣. تحقق تفسير معاني النص الكتابي للصورة المرجعية في هيئة العمل واهدافه الوظيفية والجمالية المقصودة من تلك التوظيفات وهو ما يعرف بمحتوى العمل التصميمي الكرافيكي والذي تحقق في جميع النماذج وبنسبة (١٠٠٪).

٤. التركيز على اعتماد توظيف المرجع اجتماعي المتمثل برسوم وصور للاطفال كمرجع معرفي وعنصر كرافيكي سيادي في مساحة التصميم انتج بعد مرجعي انساني توعوي اشاري للوصول الى تكوين له دلالات مرئية مؤثرة واضحة من خلال التبسيط والاختزال الشكلي للمفردات في بيئة التصميم كما في النماذج (٢ ، ٣) وبنسبة (٦٦٪) .

٥. العلاقة بين المرجع الثقافي ونوع الفكرة ظهر واضحا في اعتماد المصمم الكرافيكي الية بناء صورة العمل ومضمونه عبر التأكيد على وظائفية الاختيار اللوني كطريقة للتعبير تدعم محتوى الجهة الراعية للعمل واهدافها الارشادية واسهاماتها في ميدان الطفل , كما في جميع النماذج وبنسبة (١٠٠٪)

٦. ، حقق اللون معنى تأثير على بيان رسالة الملصق ومرجعياته الثقافية وتجسيدها على وفق رؤية توظيف الشعار واللون والذي يرتبط بعلاقة وثيقة لحضوره في بنية العمل على حياة المواطن والطفولة ومرجعياته الفكرية ذات الاهداف الاجتماعية والانسانية وهو ما ظهر في جميع النماذج وبنسبة (١٠٠ %) .

٧. اعتماد مرجعية معرفية في توظيف الصور الواقعية لانتاج ملصق ارشادي توعوي تعزز من خلال انتقاء صور مرجعيتها اجتماعية بيئية ذات تعابير اعطت التصميم وضوح عن مضمون المرجع المستخدم بشكل يتفق مع ما تسعى منظمة اليونيسيف الى ايصاله للمتلقي ، كما في جميع النماذج وبنسبة (١٠٠٪)

الأستنتاجات:

بعد أن ظهرت النتائج وتم مناقشتها فأن الباحثة سجلت الأستنتاجات الآتية:

١. دور توظيف المرجع الثقافي وانتاج الفكرة انعكس على طبيعة الملصق من خلال تحقيق صلة ترابطية موضوعية عبر توظيف مكونات الصورة وتحديداً المرتبطة بالنشاط الاجتماعي الانساني والبيئي.

٢.التصاميم جاءت في واقعها معبرة عن معاناة الطفولة في مختلف انحاء العالم فكان للتصميم الارشادي دورا في توثيق تلك المشاكل وسفيرا اسهم بتسليط الضوء على تلك المعاناة وتحشيد الدور العالمي الانساني للاسهام في تقليل معاناتهم مما أنعكس ايجابا على توظيف المرجع في التصاميم المقدمة.

٣.استخدام المفردات التيبوغرافيكية بطريقة واضحة ومختصرة اسهم في تحقيق تطابق المرجع الثقافي من حيث الهدف مع فكرة الجهة المؤسسة للعمل الكرافيكي.

٤.لطرح الفكرة المختارة من مرجع اجتماعي ولد تكوين بصري يمتلك معنى ارشادي يعبر عن محتوى انساني اختير لتوضيح طبيعة رسالة استحضار المرجع ودوره كمكون كرافيكي لابلاغ الرسالة الانسانية كبعد عالمي دون تشويش ادراكي..

٣.التوصيات:

بعد أن أستكملت النتائج والأستنتاجات فأن الباحثة توصي:

١. الأفادة من القيم التي تتحقق من توظيف اشكال المرجع الثقافي باختلاف انواعة في بنية التصميم الكرافيكي التي تضيف الى التصميم ابعاد نفعية وظيفية وجمالية تساعد المصمم على اعادة ابتكار اشكال لها اصول اجتماعية او سياسية او ثقافية.

٢. محاولة نقل مفاهيم المجتمعات والعمل على تداولها وترجمتها عبر انتاج منجزات تصميمية كرافيكية.

٤.المقترحات:

في أدناه مقترح ترى الباحثة أنها يمكن أن تكمل الدراسة الحالية:

١. فاعلية اشتغال الاضاءة الايهامية لتحقيق الجذب في التصميم الكرافيكي الرقمي .

المصادر والمراجع

القران الكريم

المصادر والمراجع:

١. ابن منظور،(١٩٩٩). محمد بن مكرم بن علي أبو الفضل جمال الدين، **لسان العرب**، دار إحياء التراث العربي، مؤسسة التاريخ العربي، ج ١٠، ط ٣، بيروت.

٢. ابن منظور،(٢٠١٩). لسان العرب، دار صادر، بيروت، طبعة حديثة محققة

٣. أبو صالح الألفي: وآخرون، **التذوق وتاريخ الفن**، مطبعة نهضة مصر، القاهرة، د.ت.

٤. أبراهيم أنيس وأخرون،(2004)**المعجم الوسيط**، مكتبة الشروق الدولية، م ١، ط ٤، مصر.

٥. إسماعيل شوقي، **الفن والتصميم**، مدينة نصر، القاهرة.

٦. ايمن محمد عاصم،(2007) **ادراك الفكر التصميمي للاتجاهات المعاصرة في عمارة المتاحف**، جامعة عين شمس، القاهرة.

٧. أماني أبو رحمة،(2013) ,**نهايات مابعد الحداثة**، دار ومكتبة عدنان، ط١، وزارة الثقافة العراقية.

٨. حسنين شفيق،(2009) ,**التصميم الجرافيكي في وسائل الاعلام والانترنت**.

٩. الحسيني، نبيل، (1982). **منابع الرؤية في الفن**، المركز العربي لمثقافة والعموم، ط ١، لبنان.

١٠.راضي الوقفي،(1998)**قدمة في علم النفس**، ط٣، دار الشروق، عمان.

١١.رائف امير اسماعيل،(2012) ,**ألية انتاج الفكر في دماغ الانسان**، دار ومكتبة عدنان، بغداد.

١٢.شكري محمد عياد، **البطل في الأدب والأساطير**، مكتبة مدبولي، مصر، ب ت.

١٣.شريف درويش اللبان،(2001) ,**تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة**، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

١٤.شامل عبد الامير كبة،(1992),**اللون: النظرية و التطبيق**، دراسات في الفن و العمارة، العراق.

١٥.فاديم روزين،(2011) ,**التفكير والابداع**، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق.

١٦.معتز عناد غزوان،(2012),**التصميم والمجتمع**، اكد للنشر والتوزيع.

١٧._____،(2021). **قراءات في الفن والتصميم**، دار الشؤون الثقافية، العراق.

١٨.محمد الأمين موسى،(2011) ,**مدخل الى تصميم الجرافيك**، جامعة الشارقة، ط .

المصادر اجنبية:

19. Antoniades، Anthony C.(1990) " Poetics of Architecture " Theory of Design، Van Nostrand Reinhold، New York،
20. Anthony Giddens,(2021), Sociology, Polity Press.
21. Edward B. Tylor,(2019), Primitive Culture, Cambridge University Press.

الرسائل واطاريح:

٢٢.بلاسم محمد جسام،(1999) ,**التحليل السيميائي لفن الرسم المبادئ والتطبيقات،** جامعة بغداد \ كلية الفنون الجميلة \ قسم التصميم الطباعي \ اطروحة دكتوراه، غير منشورة.

٢٣.بيداء حنا صفو,,(2001) **الإضافات في العمارة،** جامعة الموصل \ كلية الهندسة \ رسالة ماجستير غير منشورة..

٢٤.صادق هاشم حسن، (2013), **الاطر الفكرية وانعكاساتها في تصميم المطبوعات الدينية،** جامعة بغداد \ كلية الفنون الجميلة \ قسم التصميم الطباعي \ رسالة ماجستير، العراق.

٢٥.العقابي احمد هاشم حميد،(2009) **فعل التغيير وتحولات الهوية المعمارية الاجتماعية،** جامعة بغداد \ كلية الهندسة، اطروحة دكتوراه.

٢٦.اللوس، سلام أدور،(2000) ,**التحليل والتركيب في العمل الفني التشكيلي السوري،** جامعة بغداد \ كلية الفنون الجميلة رسالة ماجستيرغير منشورة، العراق.

المجلات والدوريات:

٢٧.بشرى خلفان، (2019) **,المرجعية الفكرية في رواية الباغ،** مجلة الخليج العربي م: ٤٧، عدد: ١-٢.

مواقع الانترنت:

٢٨.مولر، جي أي وفرانك ايلز: مئة عام من الرسم الحديث، ت: فخري خليل، دار المأمون، بغداد ١٩٨٨.www. alhafh.com.

29. :www.arabic.ajeeb.com.
30. www.mawdoo3.com#مفهوم_المعرفة/cite_note-8LCHFFopIF-
31. https://ar.warbletoncouncil.org/tipos-de-conocimiento-16842# menu-8
32. https://www.yallanzaker.org/types-of-knowledge-and-their-characteristics
33. www.firwana.com/froum
34. https://ar.warbletoncouncil.org

Sources and References

The Holy Quran

Sources and References:

.١Ibn Manzur (١٩٩٩). Muhammad bin Makram bin Ali Abu al-Fadl Jamal al-Din, Lisan al-Arab, Dar Ihya al-Turath al-Arabi, Arab History Foundation, Vol. ١٠, ٣rd Edition, Beirut.

.٢Ibn Manzur (٢٠١٩). Lisan al-Arab, Dar Sader, Beirut, New Verified Edition.

.٣Abu Saleh Al-Alfi and others, Tasting and History of Art, Nahdet Misr Press, Cairo, undated.

.٤Ibrahim Anis and others (٢٠٠٤). Al-Mu'jam al-Wasit, Al-Shorouk International Library, Vol. ١, ٤th Edition, Egypt.

.٥Ismail Shawqi, Art and Design, Madinat Nasr, Cairo.

.٦Ayman Muhammad Asim (٢٠٠٧). Understanding Design Thought for Contemporary Trends in Museum Architecture, Ain Shams University, Cairo.

.٧Amani Abu Rahma (٢٠١٣). Postmodernism Ends, Dar wa Maktabat Adnan, ١st Edition, Ministry of Culture, Iraq.

.٨Hassanein Shafik (٢٠٠٩). Graphic Design in Media and the Internet.

.٩Al-Husseini, Nabil (١٩٨٢). Sources of Vision in Art, Arab Center for Culture and the Public, ١st Edition, Lebanon.

.١٠Radi Al-Waqfi (١٩٩٨). Introduction to Psychology, ٣rd Edition, Dar Al-Shorouk, Amman.

.١١Raef Amir Ismail (٢٠١٢). Mechanism of Thought Production in the Human Brain, Dar wa Maktabat Adnan, Baghdad.

١٢. Shukri Muhammad Ayad, The Hero in Literature and Legends, Madbouly Library, Egypt, n.d.

١٣. Sharif Darwish Al-Laban, (٢٠٠١), Journalistic Publishing Technology: Modern Trends, Cairo, Egyptian Lebanese House.

١٤. Shamil Abdul Amir Kubba, (١٩٩٢), Color: Theory and Application, Studies in Art and Architecture, Iraq.
١٥. Vadim Rozin, (٢٠١١), Thinking and Creativity, Syrian General Book Authority, Damascus.
١٦. Moataz Anad Ghazwan, (٢٠١٢), Design and Society, Akad Publishing and Distribution.
١٧. _____, (٢٠٢١), Readings in Art and Design, Cultural Affairs House, Iraq.
١٨. Muhammad Al-Amin Musa, (٢٠١١), Introduction to Graphic Design, University of Sharjah, ١st edition.
Foreign sources:
١٩. Antoniades, Anthony C. (١٩٩٠), "Poetics of Architecture,"
Theory of Design, Van Nostrand Reinhold, New York.
٢٠. Anthony Giddens, (٢٠٢١), Sociology, Polity Press.
٢١. Edward B. Tylor, (٢٠١٩), Primitive Culture, Cambridge University Press.
Theses and Dissertations:
23. Balsam Muhammad Jassam, (1999), Semiotic Analysis of the Art of Painting: Principles and Applications, University of Baghdad, Faculty of Fine Arts, Department of Print Design, Ph.D. Thesis, Unpublished.
24. Bida Hanna Safo (2001), Additions in Architecture, University of Mosul Faculty of Engineering Unpublished Master's Thesis.
25. Sadiq Hashem Hassan, (2013) Intellectual Frameworks and Their Implications in the Design of Religious Publications, University of Baghdad, Faculty of Fine Arts, Department of Print Design, Master's Thesis, Iraq.
26. Al-Aqabi Ahmed Hashem Hamid, (2009) The Act of Change and the Transformations of Social Architectural Identity, University of Baghdad / Faculty of Engineering, Ph.D. Thesis.
27. Al-Los, Salam Adour, (2000), Analysis and Composition in Syrian Fine Artwork, University of Baghdad, Faculty of Fine Arts, Unpublished Master's Thesis, Iraq.
Journals and Periodicals:
28. Bushra Khalfan, 2019), The Intellectual Reference in the Novel of Al-Bagh, Arabian Gulf Magazine, Vol. 47, No. 1-2.
Websites:
29. Müller, J.I. and Frank Ailes: One Hundred Years of Modern Painting, T. Fakhri Khalil, Dar al-Ma'mun, Baghdad, 1988.alhafh.com. www
30. : www.arabic.ajeeb.com.
31. www.mawdo

استمارة التحليل

	المحور							فعال	غير فعال
١	المرجعيات الثقافية	اجتماعية							
		موروث ثقافي							
		اشكال اسطورية							
		موروث شعبي							
		دينية							
		بيئية							
٣	العناصر	العنوان	رئيس						
			فرعي						
		رسالة الملصق	نص كتابي	وظيفي	كتابي	دلالة ثقافية			
						دلالة نفسية			
						دلالة حضارية			
				جمالي	مؤثرات	شكلية			
						حجمية			
		الصور	مفردة	شخص					
				مكان					
			متسلسلة						
			مشهد متعاقب	واحد					
				مجموعة لقطات					
			دلالة الصورة	خبرية					
				موضوع					
				شخصية					
				جمالية					

• اليونيسف (بالإنجليزية: UNICEF) (The United Nations Children's Fund) وكانت تعرف بالاسم التالي: " United Nations International Children's Emergency Fund" أو منظمة الأمم المتحدة للطفولة. تأسس في ١١ كانون الأول / ديسمبر ١٩٤٦ بفضل تصويت بالإجماع في الدورة الأولى للجمعية العامة للأمم المتحدة. وتقرر وقتئذ أن يقدم صندوق الأمم المتحدة الدولي لرعاية الطفولة، كما كان يعرف آنذاك بتقديم إغاثة قصيرة الأجل للأطفال في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية في أوروبا.

(*) ينظر : الملاحق