

**دور التصميم الجرافيكي في الاحتفاء بالحدث الثقافي ومدى تأثيره على نجاحه
(دراسة تحليلية لنماذج عالمية وعربية)**

**Role of Graphic Design in Celebrating Cultural Events and Impacting their Success:
(Analytical Study on International and Regional Models)**

أمرفت حسين محمد حسين،² أحمد رجب صقر¹

¹محاضر بقسم الفنون التطبيقية- كلية التصميم والعمارة – جامعة جازان-المملكة العربية السعودية
²أستاذ الجرافيك والعميد الأسبق لكلية الفنون الجميلة جامعة المنيا – جمهورية مصر العربية

Email address :marvt.fine_arts@windowslive.com

To cite this article:

Mervt Hussein, Journal of Arts & Humanities.

Vol. 11, 2023, pp.150-165. Doi: 8.24394/JAH. 2023 MJAS-2301-1125

Received: 21, 01, 2023; **Accepted:** 30, 01, 2023; **published:** June, 2023

المخلص :

في عالم تسوده الأفكار على اختلافها، يكون للتصميم الجرافيكي دور فعال في التنمية وأدوار أخرى تقع ضمن باب التطوير والتأثير في الفرد والمجتمع مع تطور الحاجات والضرورات، فتكون هناك إستجابة تستدعيها الضرورة التصميمية المعاشه علي نحو يعزز المفهوم الفكري حسب خصوصيته وتفرده، بتقاليدة وموروثه، الذي تأتي فاعليته من القصدية والقدرة على إيصال ما ينطوي عليه العمل الفني من أفكار ورؤى ومعاني إلى المتلقي باستعمال مهارات المصمم وخياله الخصب وخبرته في إبداع وصياغة موضوعات وخبرات جمالية يقدمها للآخرين ليكون فن التصميم الجرافيكي هنا جسر الإتصال ما بين المصمم وجمهوره المتلقي.

ان التصميم الجرافيكي أحد أهم لغات الحوار بين الشعوب والمجتمعات التي تعزز التفاعل الحضاري عن طريق الإنفتاح على العالم الآخر بما لديه من إبداعات ثقافية وفنية لها دور أساسي في تشكيل البيئة الفنية والثقافية للمجتمع، بالإضافة إلى دورها الوظيفي كأداة إتصال مجتمعي لها صفة الجماهيرية.

يهدف البحث إلى تسليط الضوء علي دور الدعاية والإعلان وعلاقتها بالوعي وبالتحولات الاجتماعية ووسائل استخدامها في تعزيز الثقافة البصرية، حيث أنه شكل من أشكال التواصل البصري لتبادل المعلومات، والأفكار، والاستجابة للقضايا المحلية والعالمية وتعزيز المنتجات والخدمات، وهو يعتبر أكثر أشكال الجرافيك المعاصر قوة وأكثرها تأثيراً.

الكلمات المفتاحية:

التصميم – التصميم الجرافيكي – الحدث الثقافي

المقدمة:

Gutenbergتقنية الطباعة المميكنة والتي ساعدت علي طباعة الكتب بشكل اسهل وفي وقت أقل بكثير من ذي قبل ومن ثم انتشارها بشكل ملحوظ والجدير بالذكر أن ذلك الإنتشار قد أدي إلي التأثير بشكل واضح جداً علي الجانب الاجتماعي والثقافي آنذاك وأصبح التصميم الجرافيكي السبب الرئيسي في نشر الفكر

بدأ يظهر دور وتأثير التصميم الجرافيكي منذ بدايته، ولكن نخص بالذكر بداية انتشاره في أوروبا في القرن الخامس عشر الميلادي ، حيث انها اعتبرت شرارة البداية الحقيقية للتصميم الجرافيكي وذلك عندما طور"يوهان جوتنبرج " Johann

انه يوضح أهداف المصمم في توصيل الرسالة الاعلانية التي تناسب الجمهور المستهدف والمجتمع. فيمكن عمل استراتيجيات لتوظيف الوسائط الرقمية في تصميم الإعلان المعاصر لإبداع أفكار إعلانية أكثر فاعلية ومناسبة للحدث الثقافي المعلن عنه. ومع تطور الوسائط الرقمية الحديثة المختلفة أصبح من المهم توضيح دور استخدام هذه الوسائط في تصميم الإعلان المعاصر لجذب انتباه المتلقي وإبهاره وتحفيزه على زيارة موقع الحدث.

كما ان الوسائط الرقمية الحديثة لها أثر إيجابي على جودة وإتقان وحادثة الإعلان الرقمي المعاصر الذي يتناسب مع وسائل العرض المتنوعة مما يضيف عنصر الجذب والإبهار والتفاعل لدي المتلقي، استطاعت الوسائط الرقمية الحديثة أن تفتح أبواباً جديدة للتصميم الإعلاني وتعمل على تقليل الفجوة بين الجمهور والرسالة الاعلانية، لما تتميز به من فاعلية وعوامل جذب عديدة من خلال الصوت والحركة والعديد من التقنيات التكنولوجية الفنية المتقدمة والمتطورة مما يساعد على الترويج للأحداث الثقافية والحضارية الهامة. فإن الإعلان أحد المعالم الحضارية للمجتمع المعاصر والتي تؤكد بشكل كبير على مستوي وهوية الحدث المعلن عنه بالإضافة إلى أنه يوضح أهداف المصمم في توصيل الرسالة الاعلانية التي تناسب الجمهور المستهدف والمجتمع. (نرمن حسين صالح، 2020م)

5/ للتصميم الجرافيكي أهمية للتعبير عن الهوية الدولية، فالتصميم الجرافيكي الذي تستخدمه الدول للإعلان عن الأحداث الضخمة يعتبر عاملاً مهماً في تعزيز الصورة الوطنية فنري:

1.5/ كيف تقدم الدول نفسها بصرياً في الأحداث الكبرى.
2.5/ كيف يستخدم التصميم الجرافيكي لتحسين الصورة الوطنية.
3.5/ كيف تربط الأمم بين الصورة الوطنية والحدث الضخم المستضاف.

4.5/ الصورة الوطنية هي عنصر حاسم لأي بلد يحتاج إلى إعادة تأسيس وتعزيز لتقديم الثقافة الحقيقية للبلد، والهوية الاجتماعية والتاريخية ووضع مكان إيجابي ومفيد لنفسه في جميع أنحاء العالم.

5.5/ قواعد وأساسيات استخدام التصميم الجرافيكي في الأحداث الكبرى لتعزيز الصورة الوطنية.

6.5/ التصميم الجرافيكي للأحداث الضخمة قد يزيد من الإدراك الإيجابي للصورة الوطنية التي تؤثر بدورها على مكانة الأمة حول العالم.

والثقافة، حيث ساهمت العديد من التصميمات الجرافيكية في التأثير في شكل الحياة الاجتماعية والثقافية في العديد من الدول علي مدار التاريخ.

كان للتطور التكنولوجي الهائل في عالم الطباعة أثراً كبيراً في تطور التصميم الجرافيكي بأشكاله المختلفة (صحف، مجلات، اعلان...)، ويوماً بعد يوم تزداد أهمية التصميم الجرافيكي باعتبارها وسيلة لتبادل الأفكار وموصلاً جيداً للمعرفة البصرية، فضلاً عن أنه يسمح بحرية أكبر في التفسير والتخيل ويمثل الإعلان نشاطاً اتصالياً يهدف إلي التأثير في سلوك جمهور الإعلان من خلال رموز ودلالات مرئية مفهومه لاطراف عملية الاتصال. ويصبح للمتلقي طرفاً في العملية الاتصالية بمساهمته في رؤية الإعلان وتفسيره. (طارق محمود نبيه، 2012م)

أصبح للتصميم الجرافيكي دوراً هاماً في تحقيق نوع من الإبهار يناسب الحدث ويرتقي بمستوي الإبداع والفكر التصميمي الذي يستند على جماليات وقوة وأهمية الحدث الاعلاني لإبداع أفكار إعلانية أكثر فاعلية ومناسبة للحدث الثقافي المعلن عنه. (نرمن حسين صالح علي، 2020م)

2/ الإعلان كأحد أهم مقومات نجاح الأحداث الثقافية:

يعد الإعلان أحد أهم مقومات نجاح الأحداث الثقافية حيث يهدف البحث إلى توضيح إستراتيجية تصميم الإعلان المعاصر بالاستفادة من الوسائط الرقمية الحديثة بما تحتويه من برامج وتقنيات ومعالجات جرافيكية وتأثيرها على مراحل تصميم وتنفيذ الإعلان المعاصر لكي تتناسب مع قوة وأهمية الحدث المعلن عنه وتطور أساليب العرض المختلفة من خلال تداخل العلاقة بين مفردات التقنيات الرقمية التكنولوجية الحديثة ومع إدارة الاستراتيجية التصميمية للإعلان من أجل ثراء الحقل المهاري والتقني للأسس العلمية التصميمية، بما يتلاءم مع متطلبات الصورة الذهنية المعبرة عن أهمية الحدث الثقافي، كما أن الإعلان المعاصر يعمل على التأثير في سرعة جذب المتلقي .

3/ الإعلان أصبح مصدر من مصادر الثقافة وتوجيه الرأي العام نحو فكرة أو سلعة، والدول الحديثة تعمل على الإعلان وتحاول استغلال هذه التكنولوجية لتتماشى مع أهدافها التي تسعى إلى نشرها، فتمارس التأثير وإقناع الجمهور في الداخل والخارج. (ساره محمد عبدالناصر، 2019م)

4/ الإعلان أحد المعالم الحضارية للمجتمع المعاصر والتي تؤكد بشكل كبير على مستوي وهوية الحدث المعلن عنه بالإضافة إلى

كبيرة تعرض فكرة موضحة بالكتابة عليها، وهناك تعريفات أخرى للملصق مثل ذلك التعريف الذي يري أن الملصق هو تعبير عن فكرة ما، بواسطة رسم وكتابة معاً بهدف جذب انتباه المتلقي.

1.6. ج/التعريف الإجرائي: الملصقات هنا هي تلك المطبوعات أو اللافتات (من كل الأنواع والأحجام) والتي توضع داخل المدينة (الجدران، الأماكن العامة أو وسائل النقل المختلفة أو بمحاذاة الطرقات العامة والتي يكون الغرض منها الترويج للثقافة المحلية) (كنزة قطراني، 2017م).

7/أهمية الملصق

إن الغرض الأساسي من الملصق هو حث المتلقي على اتخاذ إجراء ما، كالذهاب إلى المسرح، أو شراء سلعة ما فالملصق الإعلاني له عدة وظائف منها الوظيفة والدور الثقافي الذي يعطي معلومات متعلقة بتحديثات الثقافة، كما يمد الناس بمعلومات جديدة تؤثر على أفكارهم وتزويد من الثقافة وتوسع من ادراكهم لمختلف التغيرات، أو الوظيفة أو الدور السياسي، بحيث يساهم في نقل وجهات نظر وأساليب التفكير وإثارة الأهتمام حول المشكلات العلمية ويعمل على ترويج المبادئ الثقافية. بحيث يساهم في نشر الذوق والوعي وغيرها من الوظائف والأدوار المختلفة التي يساهم الملصق الإعلاني في تقديمها للناس (كنزة قطراني، 2017م).

8/وظائف الملصق

تعددت وظائف الملصق واختلافة من ملصق الى آخر باختلاف الهدف الذي يرمي إليه الملصق، ونذكر بعض وظائف الملصق:

1.8/التثقيف والتوعية: لعب الملصق دوراً مهماً في مجال التثقيف والتوعية والارشاد لأنه يساعد على نشر الثقافات والتوجيه في شرائح المجتمع.

2.8/الوظيفة الإقناعية: إن الإقناع هو العنصر الأساسي الذي يجب على الملصق أن يؤديه لأن الملصق هو تبليغ رسالة معينة باستخدام مختلف أشكال الإقناع، سواء عن طريق الحث على سلوك معين أو النهي أي إقناع المتلقي بالتخلي عن ذلك السلوك المضر.

3.8/الوظيفة الجمالية: إن اللبسة الجمالية تستخدم في الملصقات الإعلانية لمنتج معين وذلك لجذب الانتباه ومحاولة خلق الرغبة لدى المستهلك لاقتنائه، فالمصممون يعتمدون على الأسلوب الجمالي الذي تتلاعب فيه الألوان والأشكال والصور.

7.5/ أساسيات استخدام التصميم الجرافيكي في الأحداث الكبرى.

8.5/ يمكن أن يكون استخدام التصميم الجرافيكي في تقديم الحدث الضخم فرصة جيدة للبلاد للتعبير عن هويتها الوطنية وتعزيز صورتها الوطنية. (ساره عبدالعظيم رزق وآخرون، 2019م)

9.5/ يعد التصميم الجرافيكي أداة اتصال مهمة تستخدمها الدول التي تستضيف حدثاً ثقافياً ضخماً.

10.5/ استخدام ألوان الهوية الوطنية في التصميم الجرافيكي للأحداث الضخمة يجعل التصميم لا ينسى للجمهور المستهدف.

11.5/ استخدام أهم عوامل الجذب والمعالم والأماكن الفريدة في الدولة تجعل الجمهور يربط بين التصميم والأمة المستضيفة.

إن ظهور أشكال إعلانية متميزة ومختلفة وأكثر ارتباطاً بالإنسان من خلال ارتباط تلك المنظومة الإعلانية بالبيئة المحيطة بالإنسان ومجالات اهتمامه، فالحدث الثقافي يبني وفق القيم الجمالية للصورة الثقافية الحضارية والتي يعتمد عليها المصمم في بناء عمله التصميمي، وهذه القيم تعتمد على الأسس والعناصر والعلاقات للأشكال في بناء التصميم الإعلاني وعلي الفكرة وكيفية معالجتها بطريقة وأسلوب إبداعي جديد متميز يحقق الجذب والوظيفة التي صنم من أجلها الإعلان. (نرمين حسين صالح، 2020م)

ومن هذا المنطلق تلقي الباحثة في هذا الباب الضوء على بعض الملصقات بغرض دراسته والتحليل، كما يشمل عرض لبعض أنواع الدعاية والإعلان للأحداث الثقافية الهامة في أوروبا وأمريكا وبعض الدول العربية على المستوي الدولي والعالمي.

6/التصميم الجيد لملصق الحدث الثقافي

1.6/ مفهوم الملصق:

1.6. أ/التعريف اللغوي: ما يلصق على لوحة خاصة أو على الجدران من إعلانات للترويج والدعاية لملصقات دعائية.

1.6. ب/التعريف الاصطلاحي: وسائل بصرية تعبر عن فكرة أو موضوع معين بالصور والرسوم وكتابة الكلمات والعبارات المناسبة وهي وسائل فعالة للاتصال بالجمهور والتأثير فيها وقد تكون الملصقات في حجم صغير، وسائل المواصلات أو حجم كبير يظهر عند مداخل المدن أو على الطرق السريعة.

الملصق لفظ يقابل في اللغة الانجليزية poster وفي اللغة الفرنسية affiche ويطلق على الإعلان الكبير الذي يوضع أو يلصق أو يعلق على الحائط في الطرقات العامة وفي الأماكن المختلفة، والملصقات بمفهومها الحالي تعد صورة توضيحية

والمضمون مما يؤدي إلي زيادة الوعي التصميمي لدي مصمم الإعلان فيبدع افكاراً من واقع ثقافة وخبرة الجمهور المستهدف وبذلك تقل الفجوة المعرفية بين المعلن والمتلقي. (طارق محمود نبيه، 2012م)

3.9/المتن (النص الإعلاني): بعد أن تقوم العناوين والصور بالدور الأساسي في جذب الانتباه، يأتي دور النص في الاحتفاظ بهذا الانتباه ونقله إلي الأهداف التالية، والنص الإعلاني هو الكلمة أو الفقرة التي تحمل في طياتها البيانات أو المعلومات أو الشروحات أو الأفكار أو الاقتباسات التي يجب أن يعرفها المتلقي في الإعلان، فيجب على المصمم الإعلاني الأهتمام به قل او كثر، بحيث يكون واضحاً في سياق التصميم ويثير اهتمام المتلقي.

4.9/درجات الثقل والمساحات البيضاء المشغولة: المعني من ذلك عدم تكديس العناصر الإعلانية داخل الملصق، كما يجب ترك مساحات بيضاء لتسهيل حركة العين داخل التصميم وسرعة وسهولة فهم المراد من الملصق، وهذا يعني اتزان التصميم والعمل على تشكيل الكتلة والفراغ في التصميم.

5.9/الخلفيات: هي أرضية التصميم فتكون إضافتها إضافة وظيفية وليست إضافة شكلية، ويفضل عادة وضع تدرج لوني بسيط كخلفية للتصميم، وبذلك يضمن المصمم عدم تكديس العناصر الإعلانية في التصميم، فخلفيات التصميم لها دور كبير في إبراز أهمية الصورة أو عنوان الإعلان.

6.9/الخطوط والأشكال والرموز: إن للخطوط والأشكال والرموز التي تستخدم في تصميم الملصق أهمية كبيرة من ناحية جمالية ووظيفية، فهي تختصر الرسالة الإعلانية برمز واحد، أكثر مما تختصر العناصر الموجودة في الملصق الإعلاني، كما تساعد وتسهل إيصال الفكرة. (صهيب خالد محمد، 2020م). ويطلق على الرمز "الرمز" المصور logo ويطلق عليه أيضاً الشعار المصور، وهو رمز يستخدم كمثير مرئي لإعطاء إنطباعات وإيحاءات عن شخصية متفردة للتصميم، وتؤدي الرموز دوراً محورياً في جذب الانتباه خاصة في الألوان الصريحة أو المتباينة (طلعت عيسى، 2009م).

7.9/الخطوط الكتابية: تعد الخطوط الحاسوبية typography من العناصر المهمة في التصميم الإعلاني، كونها تحمل دلالات ومعاني تسهل من عملية إيصال الرسالة الإعلانية للمتلقي، لذلك يجب استخدامها بحذر شديد، فالإختيار الخاطئ لنوع الخط يفسد الملصق ويربك المتلقي في فهم الرسالة المراد منها.

4.8/الوظيفة الإبداعية: هو الجمال الذي توضع فيه المعايير الاجتماعية والثقافية المكونة لرصيد الفرد لصياغة الرسالة الإعلانية في قالب مقبولة ومفهومة من طرف الجمهور، وهي صيغة ينتبأ لها المصمم ان تحقق رد فعل إيجابي على رسالته، ويعتمد المصمم في هذا النوع من الرسائل على حدسة (كنزة قطراني، 2017م)

9/عناصر الملصق الجيد
عند تصميم الملصق فإن العناصر الرئيسية الواجب مراعاتها هي كالتالي:

1.9/العناوين الرئيسية والفرعية: هي الجملة أو مجموعة الجمل الصحيحة التي تحمل الرسالة التوعوية للمتلقي بشكل يسهل حفظه من قبل المتلقي، وغالباً ما يتفنن المصمم الإعلاني في إبراز العنوان وإبراز العناصر الجذابة في الملصق والإعلان وتمييزه، فيستخدم أنواع الخطوط والظلال واللون في إضفاء المزيد من الإظهار والبروز له.

2.9/الصورة في الملصق الإعلاني: تعتبر الصورة من أهم عناصر الملصق، ففي بعض الأحيان تحمل دون الحاجة لكتابات مرافقة، وتعد الصورة في بعض الملصقات والإعلانات تغني عن ألف كلمة، لذلك يجب أن يحرص المصمم على اختيار الصورة بنفسه حتى تحقق أعلى درجات نجاح الملصق والإعلان، بأن تكون على درجة عالية من الوضوح وتكون مرتبطة بموضوع الملصق بشكل رئيسي، وأن تكون مؤثرة في المتلقي حتى يسهل عليه تذكرها دائماً. كما أنه يمكن إضافة بعض التأثيرات على الصورة لتقديم الفكرة المطلوبة بأفضل طريقة ممكنة. (صهيب خالد محمد القضاة، 2020م)

تظهر أهمية الصورة في الإعلان كعنصر أساسي للتأثير على المستهلك وجدانياً حيث يعتمد الإعلان بالدرجة الأولى على اثاره العواطف الوجدانية لدي المتلقي وليس الاقناع العقلي فحسب، ومن هنا جاءت أهمية تأثير الصورة البصرية في الإعلان باعتبارها رسالة بصرية يستطيع المصمم من خلالها توصيل الرسالة الإعلانية بقيمة جمالية عالية تسهم في ترسيخ الصورة الذهنية عن الإعلان لدي المتلقي، هذا التفاعل الذي يحدث بين المتلقي والصورة يتم في اطار المعرفة البصرية والتفكير البصري. حيث تؤدي دراسة المعرفة البصرية إلي الفهم المتعمق لمعطيات البيئه ودلالات الصور والرموز والتي تمثل البيئه الأساسية للفكرة الإبتكارية وتجسيدها بصرياً لتساعد علي الربط الذهني بين الفكرة

المستقرة للخطوط الرأسية أو الأفقية تمنح المشاهد إحساساً بالترقب أو التوتر، كما أن الميل أو الإنحناء في الخطوط يزيد من طبيعتها الحركية كما يرتبط بمعنى الإندفاع.

10.9 هـ/الكتابات الحرة: توحى الكتابات الحرة أو المنحنية المرنة باللينة والرشاقة والحيوية والإنطلاق بصورة طبيعية.

10/مميزات فن التيبوغرافي كعناصر تشكيلية:

1.10/الأصالة: والقدرة علي التعبير عن الهوية.

2.10/أبعاد جمالية وتعبيرية وفنية: حيث يستطيع مصمم الإعلان توظيف مقومات الحرف ليصوغ رؤي.

3.10/الطلاقة: أمكانية التعبير بالخط علي معان سيكولوجية بشكل حر مثل إنطباعات الحرية والثبات والسرعة وكذلك التنوع في الإنعكاسات السيكلوجية لمعني الخط بشكل يتيح لمصمم الإعلان مادة تشكيلية وفنية غنية.

4.10/المرونة: حيث يتسم الخط بمرونة فائقة تتيح لمصمم الإعلان عناصر تشكيل عالية الدقة. إمكانية الدمج بين الحروف والأشكال، والرموز، والعناصر، والصور.

5.10/الطواعية: يستطيع مصمم الإعلان تطويع الخط ليتناسب مع إحتياجات ومتطلبات التصميم الإعلاني بشكل يتسق مع مفردات اللغة البصرية للتصميم.

6.10/التشكيل: لما يتصف به الخط من قدرة فائقة على تشكيل الحرف وإستطالته ومدته بشكل يتناسب مع محددات الشكل المراد تصميمه. (ساره محمد عبدالناصر، 2019م)

11/اللون: يعد اللون أحد العناصر الأساسية في التصميم التي تؤثر في نفسية المتلقي، وكلما كان المصمم ذو خبرة عملية وعلمية في تأثير ووظيفة اللون المستخدم على نفسية المتلقي، كلما كان أدق و أصوب في اختياراته اللونية، حيث أن استخدام اللون في التصميم له أهداف جمالية ووظيفية، ولعل اختيار اللون المناسب يجعل من التصميم أكثر جدوى لإيصال الرسالة الإغانية. (صهيب خالد، 2020)

لايمكن للمصمم أن يغفل ما للون من أثر ظاهر وأهمية بالغة في التعبير عن التصميم الجرافيكي حيث تؤدي الألوان إلي تحقيق مجموعة من الأهداف الوظيفية والنفسية من حيث احداث انطباع قوي وسريع نحو وظيفة ذهنية تساهم المضمون التعبيري، مع زيادة درجة جذب الانتباه، فوجود عنصر اللون داخل التصميم يعطي فرصة خلق تأثيرات رمزية ذات هدف إتصالي أيضاً

12/وظائف واستخدامات الألوان في إعلانات الحدث الثقافي:

8.9/الخطوط المكتوبة في تصميم الإعلان: عندما نتناول الخطوط المكتوبة في تصميم الإعلان نكون بصدد التعرف على الوسيلة الأساسية التي يعتمد عليها الإعلان في اتصاله بالجمهور، وبصدد عنصر من عناصر إخراج هذه الخطوط يرتبط اختيار وتحديد كلماتها وأشكال حروفها، وأشد ما يرتبط بمضامين الإعلان وطبيعته، وهي غالباً ما تكون موجزة وبسيطة والسبب في ذلك يرجع إلى أمرين أولاً نوعية الجمهور والذي عرفنا أنه يتكون في الغالب من المارة وراكبي السيارات، وهؤلاء ليس لديهم الوقت الكافي لقراءة الرسائل التفصيلية المطولة، وثانياً وجود ذلك الجزء المصور أو المرسوم والذي عرفنا أيضاً أنه يقوم بالإشتراك مع الكتابات بتوضيح معاني وأفكار الإعلان وبالتالي فإنه يساهم بقدر كبير في الإستغناء عن الرسائل المكتوبة المطولة. وإذا كان استخدام مجموعة من الوسائل السمعية والبصرية بعضاً مع بعض، أو مقترنة بالكلمة المطبوعة، يجعل الفوائد الناتجة عنها أعظم كثيراً منها في حالة استخدام أحد أنواع هذه الوسائل المفردة. فإن وجود الخطوط المكتوبة في الإعلانات كأحد هذه الوسائل إلى جانب الأشكال المصورة والرسومة، يجعل الفائدة الناتجة أكبر منها في حالة استخدام هذه الصور والرسوم فقط – ويؤدي إلى التكمال في استخدام الإعلان ويزيد من فعالية أثره.

9.9/الدلالات الإيحائية لخطوط الكتابات: معالجة الخطوط بمفهوم منطور يأتي بإدراك المتلقى الخطوط اللغوية من عدة أوجه، فهي نص يقرأ، ولكنها في ذات الوقت تماثلات شكلية أو عناصر بصرية تقدر من معالجتها أن تعكس مدلولات وتصعد مشاعر وتوحى بأجواء أو حالات مزاجية، التوظيف الأمثل للخطوط الكتابية في الإستفادة من الخواص التشكيلية للأحرف في تأكيد المعاني والمدلولات.

10.9/ أنواع الخطوط الكتابية:

10.9 أ/الكتابات الأفقية: الكتابات الأفقية في التكوين أو التصميم لها بعض الخصائص المختلفة نجمل بعض منها على النحو التالي:

10.9 ب/الكتابات الأفقية: تعمل في التصميم أو التكوين على زيادة الإحساس بالعرض والانتساع الأفقي.

10.9 ج/الكتابات الرأسية: تعطى الإحساس بالقوة والإرتقاء والشموخ.

10.9 د/الكتابات المائلة: تعطى إحساساً مركباً سواء كانت تصاعدية وتنازلية فطبيعة إنحراف الخطوط المائلة عن الأوضاع

الحروف تمثل مراكب شراعية في محاولة لتمثيل الواقع. كما يلتفت النظر في التصميم خلو الملصق من الصور واعتماداً بشكل أساسي على الحروف الكتابية، فاعتمد على اختلاف حجم الحروف واستخدام اقصي نطاق للحجم فاضاف العمق على التصميم، فأحدث تنوع ولم يعد مملأً. فظهرت أحجام الحروف في الخلفية صغيرة لمزيد من العمق بالإضافة إلى التركيز على العلاقة التصميمية بين أشكال الحروف والأرقام. لم يعتمد المصمم هنا على كثرة العناصر لإيضاح الفكرة بأسلوب مبسط، ولكن اعتمد على خيال وفكر المشاهد مع ما يقدمه اللون من إيجابيات تشكيلية وإتصالية في العمل التصميمي. (طارق محمود نبیه، 2012م)

فأحدث نوعاً من المشاركة الفكرية بينه وبين المشاهد والمتلقي نموذج 2.13/الفكرة الرئيسية للتصميم هي الإعلان عن مهرجان مسرح الأطفال بفرنسا في عام 2006 م- العمل عبارة

عن



نموذج 1.13

أسم المصمم موضوع الملصق: مهرجان الصيف للإبحار
المصمم: هيربيرت بيرنباخ **Heribert Birnbach**
سنة: 2004 البلد: ألمانيا
(دينا عيناد، 2018م)

جذب الانتباه: فالألوان الجذابة تبدو كأنها تنفخ من الصفحة إلى القارئ، وأفضل مثال هو اللون الأحمر الذي يجعل الأشياء تبدو أكبر وأقرب من الحقيقة بالإضافة إلى الألوان الدافئة مثل البرتقالي والأصفر.

1.12/تأدية وظائف رمزية: حيث هناك مدلولات ورموز معينة لكل لون متفق عليها بين الشعوب، فاللون الأسود مرادف للحزن، والأبيض للنقاء والطهارة، والأخضر للنماء والازدهار.

2.12/إضفاء تأثيرات معينة: مثل الهدوء (الأزرق والخضر، والألوان الفاتحة) والإثارة (الأحمر اللامع والبنفسجي القوي)، والبرودة (الأبيض والرمادي والأزرق الفاتح) والدفء (البرتقالي والذهبي والأصفر والبنّي الفاتح والوردي) وإشاعة روح الشباب (الألوان الأولية الفضية)، والرجولة (الغوامق والبنّي والأحمر الغامق والرمادي) والأنوثة (الألوان الفاتحة والأصفر الباهت ودرجات الأحمر).

3.12/الراحة والجمال: فالألوان تسهم في راحة العين وتعطيها تأثيراً ساراً وتساعد على جمال التصميم وروعة المشهد. (طلعت عيسي، 2009م)

13: قراءه تحليلية لنماذج من الملصقات الثقافية في اوربا وامريكا

نموذج 1.13/ تعد الفكرة الرئيسية للتصميم والتي تقوم على مهرجان الصيف للإبحار(*)، الذي يقام على مضيق كييل kiel في ألمانيا(https://www.dw.com)، يعتمد التصميم هذا على الأسلوب الخيالي حيث اتخذ المصمم المقطع الرأسي في تصميم الملصق المهرجان، الذي غلب عليه اللون الأزرق موحياً للون البحر، فقد استخدم اللون الأزرق بدرجاته الفاتحة والغامقة والذي يرمز للنشاط والحيوية، بالإضافة إلى اللون الأبيض المستخدم في التايپو غرافي، والذي أضفي بعداً وعمقاً وتجسيم للتايپو غرافيا من خلال التضاد مع الأزرق الغامق. كما انه اعطي إحساس بان هذه الحروف تحملها الأمواج المتسارعة والمتلاحقة مما أعطي الشعور بالحركة والنشاط والتدفق للأرقام والحروف، وكأنها في سباق، حيث كانت وسيلة جديدة لإبراز الأطار الخارجي لتصميم الملصق. ايضاً نري تدافع الحروف عكس اتجاه التيار وكأن

(*) هو حدث دولي للإبحار وواحد من أكبر مهرجانات ألمانيا. يتم تنظيمه في الأسبوع الأخير من شهر يونيو/حزيران بحضور حوالي 3.5 مليون شخص سنوياً، حيث تُقدم عروض حية وتتوفر الرحلات البحرية. (https://www.dw.com)

نموذج 2.13

اسم الملصق: الرأس في الغيوم

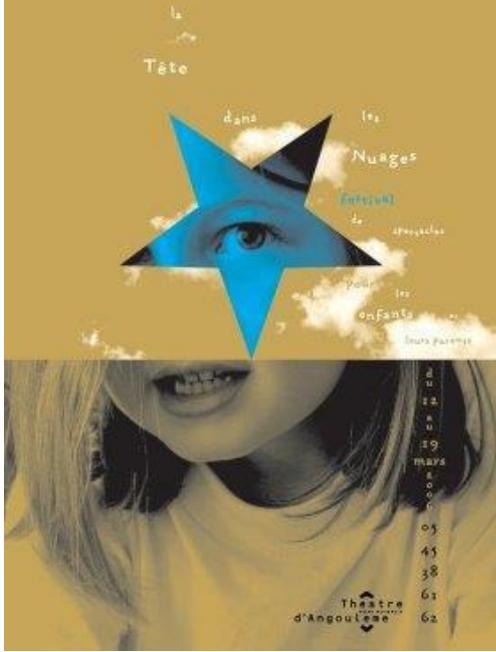
"The head in the clouds

" Theater festival مهرجان المسرح

أسم المصمم: أنيت لينز وفينسنت بيروت Anette

Lenz & Vincent Perrottet

البلد: فرنسا. السنة: 2006 (دينا عيناد، 2018م)



نموذج 3.13/الفكرة الرئيسية لتصميم ملصق مهرجان كونمارا 12 بلج البحر(*) 2017م-يعتبر الاسلوب المستخدم في هذا الملصق هو الأسلوب الواقعي. والعمل عبارة عن تصميم رأسي الاتجاه، يمثل التصميم ملصق اعلاني سياحي، حيث عبر من خلال عناصر تصميم الملصق عن مضمون الفكرة باستخدام دلالات الصيف وأجوائه وقام بتدعيم أكثر من خلال وضع في شعار المهرجان في الجانب الأيسر من الملصق الذي يرمز إلي أجواء المهرجان وقد حاول المصمم وضع بعض النصوص الكتابية لتوضيح مضمون العمل الفني، قام المصمم باستخدام اللون الاحمر في تلوين اليوم والشهر والسنة لإحداث تباين مع أرضية الملصق ولجذب الانتباه عن طريق تكبير حجم البنط لتأكيد ذلك في الجانب الأيمن من الملصق. لجأ المصمم للأسلوب الواقعي لتحقيق المصداقية والجذب البصري للمتلقي، بمواضيع الكتاب واستعمال القيمة اللونية إذ تعد هذه الفكرة التصميمية عملية إثراء للعمل الفني بالمعاني، عن طريق استعمال الخطاب البصري

تصميم رأسي الاتجاه، استخدام جيد للعناصر التصميمية وواضح واستخدمت النجمة في مركز السيادة لكي تشد المتلقي بطريقة سلسلة بعيداً عن التشننت ووزعت العناصر من خلال التصميم بشكل يجعل هناك توازن في التصميم وجعل هناك نقطة مركزية (يؤرية). كانت عين الطفلة والمحددة بالنجمة لجذب الانتباه حيث قام المصمم بربط الموضوع عن طريق صورة عين الطفلة التي تظهر في الجزء العلوي والذي تضمن الغيوم والنجمة للتعبير عن معنى الملصق (رأس في الغيوم)، ثم قام بتكتملتها في الجزء السفلي من الملصق. وجاءت النجمة المعبرة عن صورة المهرج بالمسرح فكانت استعارة عن المرح ومدى ارتباطه بمفهوم المسرح. الهدف من استخدام الصور في الملصق، إعطاء الواقعية، حيث أعطي لها القوة والوضوح والدقة، بالإضافة إلي جودة العناصر التي يحتويها الملصق ودرجة الأضاءة والمؤثرات والخلفيات، مما أعطي إنطباعات تجعل المتلقي ينجذب إلى الصورة وبالتالي إلي فكرة الملصق والتعريف والإعلان عن المهرجان. يتفاعل الانسان دائماً مع الحركة والتعبير أكثر من تفاعله مع الأشياء الأخرى، والحركة هنا ليس المقصود بها المشي أو القفز وانما هنا هو حالة فرح الطفلة وتعبيراتها الموحية بالسعادة، وهو ما انعكس بشكل إيجابي علي الفكرة الاتصالية للملصق. جاءت الكتابة اكثر بساطة وقل حجماً، فظهرت الكتابة كعنصر ثانوي تكميلي للصورة التوضيحية المعبرة عن الموضوع. استخدم اللون الأزرق في النجمة وباقي التصميم تم استخدام اللون لأصفر الاوكر وتميزت العناصر الكتابية بضعف في تلقي مضمون الكتابة وذلك لصغر حجم لبنط نسبة لباقي العناصر وإعطاء قيمة لونية قريبة من أرضية الملصق مما ادي إلي قلة الوضوح. ناحية وبين العمل من ناحية أخرى محاولاً تفعيل دور المشاهد ومشاركته في فهم وقراءه النص التصميمي، من حيث كسر النمط المتبع التقليدي من اجل الوصول إلي تحقيق الثقافة البصرية وهذا يتطلب وعياً أكبر لدي المتلقي، فحرص علي إيصال هذه الفكرة بشكل مبسط، كما انه من خلال هذا التصميم عمل علي شد انتباه المارة، لذا صنع بسيطاً قليل العناصر حتي يمكن فهمه بمجرد المرور به.

(*) مهرجان يقع علي المحيط تميز بتقديم افضل الاكلات وهو مهرجان سياحي الأول يقام في مدينة كونمارا إذ يقوم بعرض الموسيقى والمسرح والتمتع برؤية المناظر البحرية لا مثيل لها. (دينا محمد، 2018)

اظهر المصمم رسالته معتمداً علي حمل زوجة الأسد لرقم (90) رمز دورة المهرجان في شكل انطلاقة محلقة في الفضاء محاولاً التأكيد علي مضمون الفكرة، كما ظهر الملصق بلونين فقط هما الأحمر والأصفر الذهبي، اتسم التصميم بالتناسق عن طريق العلاقة التفاعلية، كما اتسم الملصق بطابع الهدوء والبساطة في تكوين الموضوع.



نموذج 4.13

موضوع الملصق (مهرجان فينيسيا السينمائي الدولي 79)

تصميم لورنزو ماتوتي Lorenzo Mattotti

البلد: إيطاليا السنة: 2022م

نموذج 5.13/الفكرة الرئيسية تصميم ملصق مهرجان كان السينمائي لعام 2022م الخامس والسبعين، تميزت الفكرة التصميمية بالبساطة معتمداً علي الأسلوب الخيالي، لتمييز الشكل وابتكاريته، كما تم تنظيم عناصره تنظيمياً عمودياً مائل، استوحى المصمم تصميمه من مشهد النهاية لفيلم "ترومان بوربانك the Truman Show" الذي قام ببطولته "جيم كاري Jim Carrey"، ظهر جيم كاري وهو يصعد درجاً يبدو أنه يمتد إلى السماء الزرقاء بلونها الشاحب تتخللها سحب ناعمة. وهنا يشير "كاري" إلى رقم مهرجان كان الـ 75 الذي ميزه المصمم باللون الأبيض. حقق المصمم توازن غير متمائل من خلال استخدام الصورة بشكل عمودي تتناسب مع فكرة الاستخدام الأمثل للفضاء،

"truman show" يصعد "تومان" الذي يلعب دوره جيم كاري، على السلم ويدخل المقر المتواجد به شاشات التي تبث حياته اليومية، وهنا يتعرف على الرجل صاحب البرنامج الذي جعل حياته الشخصية بكل تفاصيلها أمام الجمهور. وعند صعود جيم كاري، على السلم خلال أحداث الفيلم التي تحدثنا عنه سابقاً هي ذات اللقطة التي أخذها مهرجان كان السينمائي بدورته 75، كي تكون البوستر الرسمي للمهرجان هذا العام <https://www.washwasha.org>

والعناصر التي تستطيع إختصار الكلمات والتعبير عن الكامن فيها، فهي أداة للتعبير الدقيق عن المعنى القائم على التوليف الشكلي، لتحقيق ثقافة بصرية ينبع منها الابداع التصميمي.



نموذج 3.13

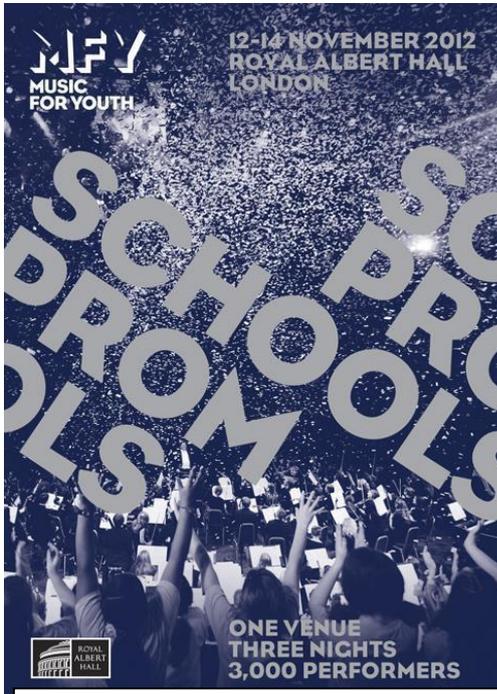
موضوع الملصق (مهرجان البحيرات العظمى الشعبي) Great Lakes Folk Festival

(متحف جامعة ولاية ميشيغان) (البلد: أمريكا. السنة: 2005) (دينا عينا، 2018م)

نموذج 4.13/الفكرة الرئيسية للتصميم مهرجان فينيسيا(*) السينمائي الدولي، ويعتبر الاسلوب المستخدم في هذا الملصق هو الأسلوب الكلاسيكي، يأخذ الوضع الأفقي، والعمل عبارة عن تصميم عرضي الاتجاه، من العناصر الرئيسية فالملصق الأسد وهو رمز القوة وزوجة الأسد تجسد الأناقة والإبداع. حيث تحول من كائن متوحش إلي رمز للحبوبة، للأمل والبعد عن الشراسة. كما أن اختيار الأسلوب الكلاسيكي لكي يرمز إلي مرور 90 عاماً على مهرجان البندقية السينمائي الدولي الأول، تماماً كما كان اختيار الخلفية الذهبية كلاسيكياً على حد سواء. يعد اللون الذهبي أيضاً إشارة إلى ملصقات العقود الأولى من القرن العشرين.

(*) **يهدف المهرجان** إلى رفع مستوى الوعي والترويج للسينما العالمية بجميع أشكالها كفن وترفيه وصناعة، بروح من الحرية <https://www.sayidaty.net/node/1466266/> ظهر "جيم كاري" في الفيلم الذي عرض عام 1998م بشخصية "ترومان" نجم أشهر برامج تلفزيون الواقع، لكنه لا يعلم بمدى شهرته حول العالم، فهو يتم مراقبته منذ ولادته من خلال كاميرات متواجده في منزله، يتم بث حياته اليومية على إحدى القنوات التي يتم عرضها على مدار اليوم حتى أصبحت حياته أمام الجمهور. وفي نهاية فيلم the

ولكن جاءت بحجم أصغر موضحاً فيها تاريخ المهرجان ناحية اليمين، وينمط واحد من أنماط الحروف، كما احتل الشعار وأسم المهرجان ناحية اليسار، وجاء الأسلوب الواقعي للملصق من خلال الصورة الفوتوغرافية الموجودة أسفل الملصق للتعبير عن مضمون الملصق، وجاء ربط هذه العناصر من خلال الأنسجام اللوني والشكلي، استعمل المصمم اختزالاً لونياً وشكلياً، إذ ظهر في استخدام الوان الملصق للونين الأزرق والأسود وتدرجاتهم لجعل هناك تباين لوني، حاول المصمم من خلال التكوينات الفنية في هذا الملصق الى تفعيل دور المشاهد لقراءة النص التصميمي وذلك لكسر الأسلوب التقليدي، من أجل التأكيد علي صورة الثقافة البصرية وربطها بالشكل المعاصر.



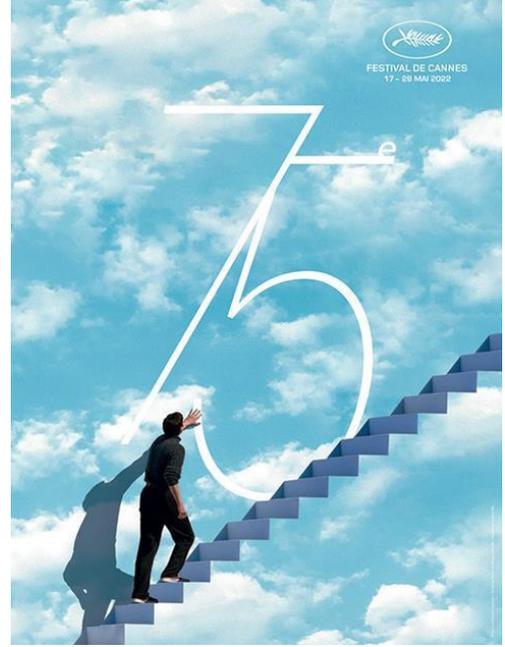
نموذج 6.13

ملصق مهرجان الشباب للموسيقي
المصمم Neville Brody - لندن 2012م

نموذج 7.13/الفكرة التصميمية لهذا الملصق هي مهرجان لوكارنو(*) السينمائي 2021م الرابع والسبعون- تم تنظيم عناصره تنظيمياً أفقياً، اعتمد فيه المصمم علي فكرة الخداع البصري(*) لجذب انتباه المتلقي ويوحي بالحركة في الإعلان،

جميع أنحاء العالم باعتباره مكاناً رئيسياً للقاء يعزز اكتشاف المواهب الجديدة، ويقدم مجموعة واسعة من المنتجات عالية الجودة المقدمة في العروض الأولى في العالم.
<https://en.unifrance.org/festivals-and-markets/174/locarno-film-festival>
(*) الخداع البصري هو أن يرى الناظر الصورة التي امامه على غير حقيقتها التي هي عليها في الحقيقة ، و ذلك بسبب خداع او تضليل الرؤية. حيث يحدث الخداع البصري

شغل رقم 75 الجزء الكبير من المساحة فكان له السيادة في التصميم من وجه نظر المصمم. اعتمد المصمم في هذا الملصق على بنية الصورة كفكرة ومضمون معاً حيث اختزل التصميم في الاهتمام برقم 75، وجاءت السلالم لتوحي بالحركة، ونلاحظ في هذه الخطوط الحدة في التشكيل، مما استلزم من المصمم استعمال صورة الفنان معه لكي تلتطف وتهدئ من تأثيره، فجاءت حركة الفنان وتعبير الحركة علي السلالم بشكل تصاعدي.



نموذج 5.13

الملصق الرسمي لمهرجان كان السينمائي ال 75
تصميم هارتلاند فيلا Hartland Villa 2022م

نموذج 6.13/الفكرة التصميمية لهذا الملصق هي مهرجان الشباب للموسيقي لندن 2012م- ينتمي التصميم إلي الأسلوب الواقعي، تميز تصميم الملصق بلونين هما الأسود والأزرق، أظهر المصمم رسائل من خلال استخدامه لعناصر كتابية ثنائية الأبعاد بقيمة لونية رمادية، وقد جاءت عناصر الكتابة على معظم مساحة الملصق، وجعل تنظيم وضع العناصر الكتابية متجه ناحية اليمين بوضع مائل مما أعطى الإحساس بالحركة لجذب الانتباه. وفي أعلى الملصق وضع عناصر كتابية بالقيمة اللونية نفسها

(*) تأسس مهرجان لوكارنو السينمائي عام 1946م، وقد اكتسب مكانة فريدة في المهرجانات السينمائية الكبرى. في شهر أغسطس من كل عام ، يلتقي حوالي 200000 متفرج و 1100 صحفي و 3700 محترف في مدينة لوكارنو السويسرية الصغيرة. يُعد لوكارنو حدثاً سنوياً مهماً لمحبي الأفلام، وقد تم الاعتراف به من قبل المتخصصين في

الإنتباه وشد البصر أتجاه مضمون الملصق، معتمداً على التجاور بين العناصر الكتابية والصور، لدعم المعنى وتأثيره في المشاهد.



نموذج 8.13

الملصق الرسمي لمهرجان سويسرا 2014م

المصمم: رولاند إيسلر Roland Isler

فكان التقسيم المنظم (للعناصر الشكلية وعلى البساطة والوضوح الذي يعد ضمن قوانين إدراك الشكل) وقد عبرت المصممة عن الشكل الدال بالصور الفوتوغرافية كمؤشر للمدلول العام لتحقيق الجانب الوظيفي والجمالي للإعلان. تم تقسيم المساحة الكلية للملصق الى أجزاء والوان كل جزء فيه صورة معبرة للمهرجان ومقطع كتابي يوضح الموضوع، إذ حاولت توزيع الصور والعناصر الكتابية بأسلوب متوازن ومتتابع أفقياً وحسب حركة النظر لتحقيق المعنى والمرونة في القراءة.

14/ قراءه تحليلية لنماذج من الملصقات الثقافية في بعض الدول العربية

نموذج نموذج 1.14/ الفكرة الرئيسية لهذا الملصق هو مهرجان

القهوة السعودية(*) 2022م- يعتمد التصميم علي الوضع الأفقي

فنية حديثة، وعرض للمنتجات السويسرية والاذنية والمشروبات. (دينا عناد، 2018م)

(*) ترتبط القهوة بالإرث الثقافي للمملكة العربية السعودية، عبر تاريخ حافل بالعبادات والتقاليد، وقيم الكرم والضيافة، والحضور الإنساني

ولدعم الشكل البصري ومضمون الرسالة منها محاولاً توجيه إتجاه العين لتكوين صورة بصرية. استخدام صورة الأسد لدلالات القوة والهجوم والتحكم في المساحة ككل وليس جزء. استخدمت الشرائح الطولية بوضع مائل في التصميم بحيث تبدأ ولا تنتهي داخل العمل، بل تمتد خارج العمل، استخدم اللون الأصفر والرمادي والأسود في عمل إنحنائات مختلفة الزوايا مما يجعل مسطح الصورة يظهر وكأنه شرائح منفصلة مما أثرى العمل بالتكامل البصري للألوان بين اللون الرمادي الحيادي وبين اللون الأصفر، استخدم الأبيض المحايد لإبراز الكتابات والتي جاءت في اليسار للإعلان عن اسم المهرجان وتاريخه، اما ناحية اليمين فجاء الشعار.



نموذج 7.13

الملصق الرسمي لمهرجان لوكارنو The Locarno Film Festival الرابع والسبعون - 2021م

نموذج 8.13/ ان الفكرة الرئيسية للتصميم هي الإعلان عن مهرجان سويسرا للثقافة(*) 2014م- أظهرت المصممة بناءً تصميمياً تميز بأستعمال أسلوب الصور المتتابعة في تصميم الملصق الإعلان، الذي يعتمد على تتابع مجموعة من الصور أو الرسوم في وحدات متساوية، أفقياً أو عمودياً أو محورياً. نفذ الملصق الإعلان باستخدام برامج المعالجة بالحاسوب عن طريق تجميع لقطات من الصور متجاوره عبر برامج التصميم المتاحة للمصمم وتمت الطباعة بطريقة الأوفسيت مستخدماً أربعة ألوان. تميز الملصق بتوزيع العناصر بشكل رأسي مما أدى إلى جذب

نتيجة أن المعلومات التي تجمعها العين تجري معالجتها في الدماغ بطريقة خاطئة تعطي نتائج غير مطابقة للواقع و الحقيقة <https://mawdoo3.com> (*) تميز هذا المهرجان بأنه أكبر حدث سويسري، تضمن مجموعة عروض لثقافة سويسرا وتقاليدها، ومنها الموسيقى والرقص وعروض

الكلية للتصميم وجاءت الكتابة اللاتينية مكملة لها من خلال وضعها بشكل افقي اسفل التصميم فأعطي للتصميم توازن. كما إعتد أسلوب الملصق علي الأسلوب الأنثوي لإعتمادة علي عنصر أساسي وهو تمثال يمثل المرأة تحمل الهرم والذي يرمز إلي الحضارة المصرية القديمة، فمن خلال اختيار هذه العناصر والأشكال استطاع المصمم التقرب إلي الشكل والمضمون من أجل إنجاح الفكرة اعتمد المصمم علي التقاطع والعملية التنظيمية للعناصر والأشكال كلاً منها في مكانه وموقعه والألوان الجذابة، فالأصفر اختاره ليدل على البهجة والسعادة، المرح، التفاؤل والابداع. أما اللون الوردى يدل على النعومة، الجمال، والرومانسية، النظارة، الحنان، الأمومة، الرقة. أما البنفسجي الذي احتل الجزء الأكبر من الملصق يدل على الروحانيات والخيال. وجاءت عنصر الكتابة التي استخدم فيها الأبيض لتتباين على ألوان الأرضية وتظهر بوضوح مع الخلفية.

نموذج 3.14/الفكرة التصميمية لهذا الملصق هي مهرجان القاهرة السينمائي الدولي والدورة الـ 32- ينتمي التصميم إلي الأسلوب الخيالي، العمل عبارة عن تصميم رأسي الاتجاه، أظهر المصمم بناء تصميم الملصق في أفضل تكوين له، إذ اعتمد علي وضع كل عنصر في موقعه المناسب لإتاحة مجال للرؤية دون أي تشتت. العناصر مرتبة بنسق متوازن داخل غرفة، يظهر فيها العنصر البطل الأ وهو المرآة المستندة علي الكاميرا المتحركة، كأنها تحمل الهرم رمز الشموخ للحضارة المصرية القديمة، وفي الخلفية في المستوي الأول يوجد رقم 32 بحجم كبير للفت الأنظار اليه، تأكيداً علي رقم الدورة، وفي المستوي الثاني توجد تأثيرات توحى بالغموض لإعطاء مجال أكثر للإستكشاف، فجاءت العناصر تمثل حصيلة الأجزاء والعلاقات الرابطة بينها ضمن الكل وما يضيفه الكل عليها من خصائص، تمثل ذلك بعلاقة العناصر الكتابية بمضمون الملصق، حيث عبرت بطريقة مباشرة عن طريق لفت نظر المتلقي للقراءة بسبب الشد البصري للخطوط الكتابية باستعمال التنوع في نوع الخطوط والاحجام، والتي ميزها باللون الأصفر الفاتح مع اللون السائد في العناصر الأزرق بدرجاته فأحدث نوعاً من التباين بين العناصر والكتابة، وهو بذلك أعطي معني إتصالياً قوياً ومؤثراً ومدى تحقيق العلاقة التبادلية

للضيوف، ومن منطلق المكانة العالية لهذا الرمز الثقافي والوطني، جاءت تسمية عام 2022م ب"عام القهوة السعودية <https://engage.moc.gov.sa/year-of-saudi-coffee>

بشكل بانورامي ممتد، ينتمي هذا التصميم إلي الأسلوب الرمزي والتجريدي، استلهم التصميم من أدوات القهوة السعودية كالدلات والفنجان والأزياء وغيرها من الرموز التي تعبر عن الهوية التراثية للمملكة العربية السعودية والتي تبقى ذكرى خالدة، هذا الارث الثقافي هو ارث ممتد ومستمر واصيل، استخدم فيه ألوان التراث المبهجة وعناصره وخطوطه، في إيقاعات تجذب اليها المتلقي، حال وقوع نظره عليها، فتأخذه إلي عبق التاريخ المترامي في نواحي المملكة فينتشر شمالاً وجنوباً وشرقاً وغرباً متمثلاً في الخطوط الأنسيابية في التصميم، وكان العنصر الحي بأسلوبه التجريدي المتمثل في تحليل المساحات هذا الأسلوب يظهر بوضوح من خلال استخدام العنصران عنصر المرآة وعنصر الرجل بالأزياء الأصلية المعبرة والتي تعد من المؤثرات البصرية فتجعل المتلقي يتأملها، وتعد الألوان في هذا الملصق من أهم ما يميزه فهي عنصر من العناصر الهامة الذي يعزز الهوية البصرية للإعلان التراثي طبقاً لإستمداد الألوان من الألوان التراثية المميزة للمملكة. كما استوحى شعار الهوية من "الفنجان" بما يحمله من إشارات دلالية مرتبطة بفهوم القهوة وقيم الضيافة والكرم التي تتميز به المملكة والاحتفاء بالقهوة السعودية بوصفها منتجاً ثقافياً مستمر عبر القرون ويتناقل بين الأجيال.



نموذج 4.1

موضوع الملصق (مهرجان القهوة السعودية) السعودية 2022م

نموذج نموذج 2.14/الفكرة التصميمية لهذا الملصق هي إعلان عن مهرجان القاهرة السينمائي الدولي 2016م- ينتمي التصميم إلي الأسلوب التجريدي، اخذ التصميم الوضع الرأسي في ترتيب وتوزيع العناصر الكتابية والأشكال، حيث جاءت العناصر الكتابية في الناحية اليسرى للتصميم بثلاثي المساحة معتمداً علي نوع الخط الغير تقليدي للكتابة العربية والتي كان لها دور رئيسي في المساحة

والجمالي والغني في الأغاني والقصائد واللوحات، حتى أصبحت عنصراً رئيساً في الثقافة والموروث الشعبي السعودي، وعلامة ثقافية تتميز بها المملكة، سواء من خلال زراعتها، أو طرق تحضيرها وإعدادها وتقديمها

نموذج 3.14

بوستر المصريين القدماء والدورة الـ 32
مهرجان القاهرة السينمائي الدولي 2008م
تصميم: أحمد المنشاوي

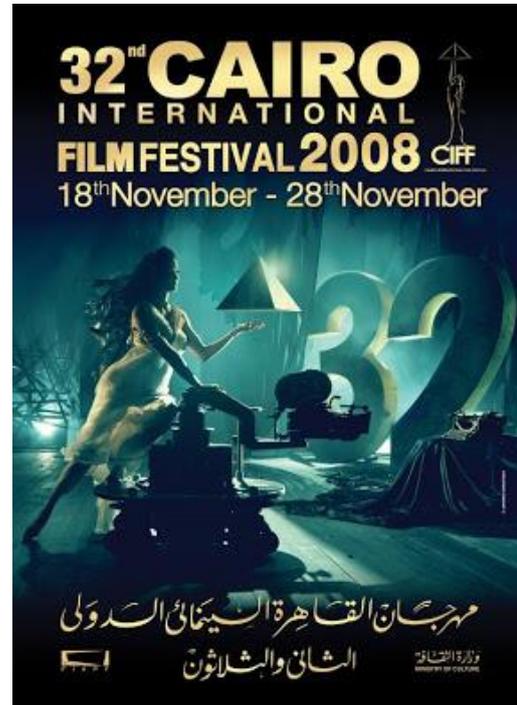
نموذج 4.14/الفكرة التصميمية لهذا الملصق هي ملصق مهرجان صيف دبي (*) 2012م -ينتمي التصميم إلى الأسلوب الخيالي، العمل عبارة عن تصميم رأسي الاتجاه، ويعتمد أسلوب الملصق على الأسلوب الأنثوي. استخدام جيد للأسس التصميمية في الملصق، توزيع العناصر بشكل صحيح مما حقق الاتزان للتصميم وشكل مساواة داخل المجال المرئي، وضع الجزء المهم (الصورة) على زوية واحدة في التصميم مما حقق التركيز والتأكيد عليها، ويشمل التصميم فكرة واحدة لكل العناصر المستخدمة لتشكل تكوين مترابط. تم استخدام عنصر البساطة في التصميم والمساحات المسطحة في الأشكال وتجنب الإزدحام وتقليل عدد العناصر الذي يحتويها الملصق إلى أقل عدد ممكن حتى يسهل على المتلقي رؤية جميع عناصر التصميم، وذلك عن طريق استخدام شكل يجمع كل العناصر حتى يسهل، إدراك جميع العناصر، بالإضافة إلى إتاحة قدر مناسب من الفراغ لراحة العين ويحقق المصمم بذلك أكبر قدر ممكن من التأثير والفاعلية والكفاءة، ثم استخدم مجموعة لونية معينة وهو اللون الأحادي لتلائم طبيعة المطبوع وجاءت مسيطرة على التصميم ككل، والشكل الحركي لوضع المرأة، كما رسم تخطيطاً وجعل من تراكب الصورة المعالجة في برامج التصميم تتداخل وتندرج لتعطي إحياء بالخيال.

بين التصميم والمتلقي من خلال تخيل المتلقي لما يحتويه التصميم من أفكار ومعاني لها مدلولها، مؤكداً على ثقافة المصمم وقدرته على الابتكار والتجديد. وجاء شعار المهرجان في اعلي الملصق من ناحية اليمين بشكل خطوط محددة فجاء الشعار وضوحاً.



نموذج 2. 41

موضوع الملصق (مهرجان
القاهرة السينمائي الدولي)



<https://www.albayan.ae/culture-art/culture>

(*) مهرجان صيف دبي: يضم مهرجان دبي النشاطات الاقتصادية والترفيهية كافة بالإضافة الى الترويجية والترفيهية كما يضم العديد من الجوائز العينية والمادية اهتماماً كبيراً في الترويج إلى برامج الفنون والثقافة

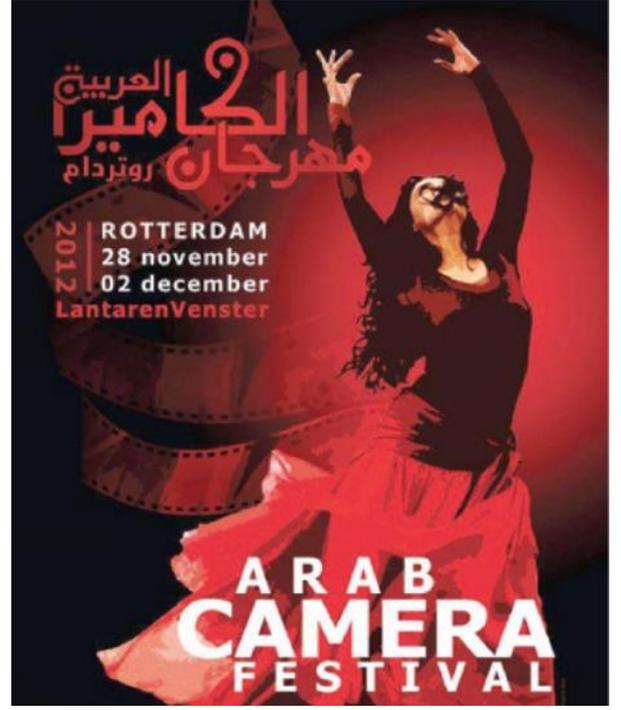
المحيط بالصورة هو جزء من البصريات غير مملوء بأي عناصر مصورة.



نموذج 5.14

ملصق مهرجان دمشق الدولي للمرأة
2022م
الدوره/ 17 -البلد / سوريا

كما جاء وضع العنصر الكتابي في هذا الجانب الأيسر موفق ويعتبر الفراغ الناتج فراغ سلبي محدد بالخطوط الخارجية للصورة، وجود درجات الألوان فاتحة علي جبهه المرأة تعطي أضواءه وتجذب الانتباه لهذه المساحة مع وجود تداخلات لشكل الورود علي جبهه المرأة بشفافية مع اللون الأزرق فيشير اللون الأزرق إلي الهدوء والسكينة. جاءت حركة ميل الرأس للخلف لتحدث تغير ملحوظ في مدي الأهتمام بالملصق من خلال الإحساس بالشموخ العلو والفخامة. كما كانت الكتابة متنوعه في الحجم فاستخدم المصمم الحجم الكبير في كلمة المرأة سواء بالكتابة العربية أو اللاتينية مستخدماً اللون الأبيض للتباين مع ألوان الخلفية.



نموذج 4. 41

ملصق مهرجان صيف دبي
2012م -البلد: دبي

نموذج 5.14/الفكرة التصميمية لهذا الملصق ملصق مهرجان دمشق الدولي للمرأة(*) في دورته 17- العمل عبارة عن تصميم رأسي الاتجاه، ويعتمد علي الأسلوب الأنثوي، ظهر في الملصق التعددية اللونية الجمالية، فهذه التعددية اللونية توحي بالبعد الفني والجمالي الذي يريد ايصاله المصمم من خلال الملصق، فنجد تفاعل الألوان تفاعل حركي وكلما تعمقنا في الملصق نتضح من مكونات الملصق على عمق فني ممتع وحس فني جمالي. هناك تنظيم للعناصر الكتابية والصورة والألوان مع الخلفية، فهذا التنظيم الإبداعي يركز علي الإبداع المحسوس. اعتمد المصمم علي بنية الثقافة البصرية فجاءت الصورة عبارة عن مرحلة تفاعل داخلية للمتلقي، تتضمن المزيد من التعامل مع التصور العقلي وهو أكثر ارتباطاً مع بقية المراحل سواء حسياً أو انفعالياً، والفراغ

(*) هذا المهرجان الدولي يعتبر واحداً من المهرجانات السينمائية العربية القديمة سواء على مستوى عرض الافلام السينمائية او الافكار النقدية او الاعلامية وهذا يوحي باهمية قياس الفعل السينمائي العربي او الاجنبي داخل هذا الفضاء السينمائي العربي السوري العالمي. -<https://kapitalis.com/anbaa-tounes>

نموذج 7.14/الفكرة الرئيسية لهذا الملصق هو مهرجان اسوان الدولي لأفلام المرأة 2022م* - ينتمي التصميم إلى الأسلوب الرمزي، يأخذ الوضع الرأسي، الملصق جذب انتباه الجمهور، من حيث الصورة والألوان. أعتمد المصمم في تنظيم الأشكال اسلوب التنظيم العموي وتضمن على التصميم علي وحدة الشكل وتناغمه اللوني مؤكداً إيصال المعنى من الملصق للمتلقى المتمثل بموضوع المهرجان الفني. فالمرأة هنا تتصدر الجزء الأكبر والأهم من التصميم، فجاءت المرأة تسير في الصحراء قاصدة درب الأحلام والآمال وهي تحمل على رأسها تاريخ السينما من خلال حمل مجموعة من الشرائط السينمائية، فتلك الأشرطة تمثل تاريخ السينما وتراثها. ونري المرأة تتكرر في ثلاثة أزمنة وهي تتحرك صاعدة نحو هذا الباب المفتوح إلي السماء يتخلله السحب في شكل خيالي حالم، ويرمز بهذا الباب إلي مدينة النوبة الشهيرة في جنوب مصر فجعل المصمم النوبة كأنها محاطة بالسحب في دلالات ساحرة، تعطي مجموعة من الأفكار التي تمثل في كفاح ونضال المرأة، وجاء التصميم للمرأة بحيث لا نري وجهها فيتخيل المتلقي شكل المرأة وكل متلقي يتخيلها بشكل غير الآخر، مما جعل هناك حالة من الغموض. كما ان المرأة تسير في الصحراء التي تتميز بلونها البني، تلوها ضربات قوية لألوان الجنوب الصريحة والجريئة والمعبرة عن الملابس التراثية للنوبة بألوانها الزاهية. ولتحقيق الهدف التعبيري والوظيفي والجمالي وعن طريق اختيار الصورة والألوان وما بها من توافق مع مضمون الفكرة وارتباطها بالعناصر الكتابية التي تشغل جزء كبير من التصميم من الناحية اليسرى بالنصف السفلي، مؤكداً علي وضوحها باللون الأبيض المميز والمكتوب بالكتابة اللاتينية بحجم كبير وبالعربية بحجم اصغر، ووضع الشعار في الاعلي ناحية اليمين باللون الأسود للتأكيد علي هويته البصرية.

نموذج 6.14/الفكرة التصميمية لهذا الملصق هي ملصق مهرجان قرطاج السينمائي النسخة الثالثة والثلاثين- ينتمي التصميم إلي الأسلوب الخيالي الأنثوي، هذا الملصق هو إحدى الإبداعات الفنية المبتكرة لمصمم تونسي شاب، يظهر في الملصق صورة الممثلة الكبيرة "مبيسنت يريز ديوب" Maybesine Therese Diop، جاءت صورة الممثلة في الملصق والتي ترتدي ثوباً مزيناً بالخط العربي، باستخدام تقنية الرسم الرقمي، من خلال النص الكتابي باللغة العربية المرافق للصورة والتي استخدم فيها المصمم بريق اللون الذهبي ليعطي لمحة أولي عن الأجواء الإحتفالية المميزة المرتقبة وجاء وضع الكتابة في الوضع الرأسي نفس وضع المرأة واستخدم اللون الذهبي في الكتابة مماثلاً وترديد للون الذهبي المستخدم في زخارف الزي، بينما يعتبر الحمام في الخلفية بالحركات في اتجاه التحليق للأعلي ناحية السماء حيث لجأ له المصمم محاكاة للفكرة الكامنة في الذاكرة عن ارتباط الحمام بالحرية والإنطلاق بعيداً عن القيود، بالإضافة إلي حركة الزراعين المفتوحة والتي تؤكد علي الحرية والإنطلاقه مؤكده عليه حركة الزي المفرد بشكل يملئ النصف السفلي للملصق فضلاً عن الشكل الجمالي المتحقق والتي يعطي طاقة جذب عالية من خلال الأظهار العالي للون الأزرق في الخلفية لعمل ربط بين الخلفية والعنصر فضلاً عن رابطة الرأس والتي تغطي الشعر، في هذا التصميم كانت العلاقات التصميمية واضحة من خلال ما تعكسه علاقة التوازن بين النصف الأيمن والأيسر وحاول المصمم إضفاء سيادة على العناصر من صورته وحلول النصوص الكتابية بوصفها اساسيات في الملصق.



نموذج 6.14

ملصق مهرجان قرطاج السينمائي النسخة 33

بمختلف قارات العالم، بهدف إبراز دور المرأة في المجتمع، وتبسيط الضوء على أهم القضايا والتحديات التي تواجهها <https://ar.wikipedia.org/wiki>

(*) مهرجان أسوان الدولي لأفلام المرأة، هو مهرجان سينمائي مصري مختص بالأفلام المتعلقة بقضايا المرأة، ويعد بمثابة حوار سينمائي بين المبدعين

1- على المصمم أن يكون أكثر ادراكاً لما يدور حوله من أحداث، حيث يقوم بتقديمها بشكل احترافي لتبادل واسع للثقافات.
2- أن يمتلك المصمم من المزايا والخصائص ما يؤهله لمواكبة هذه الأحداث

3-توظيف المفردات التصميمية المناسبة للمكان والزمان واستعمال الهوية البصرية للحدث وطريقه وأسلوب تقديمها مع الحفاظ على الهوية التصميمية لتحقيق الوظيفة والمرجعية الثقافية والفكرية.

المراجع/

المراجع العربية

- 1-دينا محمد عناد: البني الأرتكازية لفن التصميم الطباعي المعاصر- بغداد – الفتح – 2018م
- 2-ساره عبدالعظيم رزق واخرون: التصميم الجرافيكي للأحداث الضخمة ودوره في تعزيز الصورة الذهنية للدولة- مجلة العمارة والفنون – العدد 17- بحث منشور – 2019م.
- 3-ساره محمد عبد الناصر: التيبوغرافيا كعنصر رئيسي في تصميم الإعلان وعلاقتها بالإختلاف الثقافي للمتلقين- مجلة العمارة والفنون والعلوم الانسانية- المجلد السادس- العدد الخامس والعشرون – بحث منشور – 2019م.
- 4- صهيب خالد محمد: درجة فاعلية التايبوغرافي في تعزيز ملصقات التوعية البيئية من وجهة نظر المصمم الأردني- رسالة ماجستير- غير منشور- كلية العمارة والتصميم – جامعة الشرق الأوسط-2020م.
- 5- طارق محمود نبيه: دور فن الجرافيك في النهوض بالوعي الثقافي للمجتمع-المؤتمر العلمي الدولي بكلية الفنون الجميلة – المنيا (الفن وثقافة الاخر) 2012م.
- 6-طلعت عيسي: الإعلان كتابة وتصميم-الجامعة الإسلامية- كلية الآداب- فلسطين-2009.
- 7-كنزه قطراني: دور الملصق في الترويج للثقافة المحلية- رسالة ماجستير- غير منشورة- جامعه العربي بن مهدي- الجزائر- 2017م .
- 8-نرمين حسين صالح: استراتيجية تصميم الإعلان المعاصر بالاستفادة من الوسائط الرقمية الحديثة- مجلة العمارة والفنون- العدد التاسع عشر – بحث منشور – 2020م.



نموذج 7.14

مهرجان اسوان الدولي لأفلام المرأة 2022م
المصمم: هشام علي
الدورة السادسة – البلد : مصر

النتائج والتوصيات /

النتائج:

- 1-تضمنت الأحداث الثقافية صوراً تحمل رموزاً متنوعة ثقافية وتاريخية وحضارية، وسياسية، واقتصادية، وتراثية.
- 2- قام التصميم الجرافيكي بدور هام وفعال في إيصال هذه الرموز إلي المتلقي من خلال الترويج والدعايه للأحداث والمناسبات فخلدتها في ذاكرة التاريخ.
- 3- أن استخدام التصميم الجرافيكي في تصميم الملصق الإعلاني ينشأ الهوية البصرية.
- 4- دور التصميم الجرافيكي كداعم رئيسي للأحداث الثقافية وتناقلاها عبر الأجيال والذي يعكس علي التصميم عرض مبتكر قادر للوصول للمشاهد وبالتالي يساعد على عملية التذكر الذهني بقوه.

التوصيات:

he presents to others, so that the art of graphic design here is the bridge of communication between the designer and the audience of the recipient. Graphic design is the language of visual communication

Graphic design is one of the most important languages of dialogue between peoples and societies that promote civilized interaction by opening up to the other world with its cultural and artistic creations. It has a fundamental role in shaping the artistic and cultural environment of society, in addition to its functional role as a community communication tool that has the character of the masses.

The research aims to shed light on the role of advertising and its relationship to awareness and social transformations and the means of using it in promoting visual culture, as it is a form of visual communication for exchanging information and ideas, responding to local and global issues and promoting products and services, and it is considered the most powerful form of contemporary graphic and the most influential.

9-نور هان صندوق : التصميم التفاعلي في صفحة الويب ودوره في التسويق الالكتروني-رسالة ماجستير غير منشورة- كلية الفنون الجميلة-جامعة دمشق-سوريا-2014م.

10- هناء عبد الحميد: التصميم الجرافيكي وسيلة إتصال للتأثير علي المجتمعات منذ القرن الثامن عشر وحتى القرن العشرين-مقالة بحثية-بحوث في التربية الفنية والفنون، المجلد 21 العدد 2 – كلية التربية الفنية- جامعة حلوان – 2021 م .

المراجع الألكترونية

11-<https://www.dw.com>

12-<https://mawdoo3.com>

13-<https://www.albayan.ae/culture-art/culture>

14-<https://ar.wikipedia.org/wiki>

15-<https://engage.moc.gov.sa/year-of-saudi-coffee>

16-<https://kapitalis.com/anbaa-tounes>

17-<https://www.sayidaty.net/node/1466266/>

18-<https://www.washwasha.org>

19-<https://en.unifrance.org/festivals-and-markets/174/locarno-film-festival>

Abstract:

In a world dominated by different ideas, graphic design has an effective role in development and other roles that fall within the scope of development and influence on the individual and society with the development of needs and necessities, so there will be a response called for by the lived design necessity in a way that enhances the intellectual concept according to its specificity and uniqueness, with its tradition and legacy, which comes Its effectiveness stems from intentionality and the ability to communicate the ideas, visions, and meanings of the artwork to the recipient by using the designer's skills, fertile imagination, and experience in creating and formulating topics and aesthetic experiences that