

البعد التداولي للعلامة البصرية في الملصق العراقي المعاصر

نورس عدي علي القريشي¹

قاسم خضير عباس²

ISSN(Online) 2523-2029, ISSN(Print) 1819-5229

مجلة الأكاديمي-العدد 106

تاريخ استلام البحث 2022/10/16 , تاريخ قبول النشر 2022/11/10 , تاريخ النشر 2022/12/15



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ملخص البحث:

تناول البحث الحالي (البعد التداولي للعلامة البصرية في الملصق العراقي المعاصر) في محاولة للتعرف اهمية الملصق المعاصر ودور البعد التداولي للعلامة البصرية من أهمية استثنائية وتكون البحث من اربعة فصول , تضمن الفصل الاول الاطار المنهجي للبحث , وجاءت مشكلة البحث الحالي بالإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما البعد التداولي للعلامة البصرية ؟

- ما أثر العلامة البصرية في الملصق العراقي المعاصر ؟

ويهدف البحث الحالي الى التعرف على البعد التداولي في الملصق العراقي المعاصر.

عبر حدود البحث الزمانية من سنة (2016_2021) والمكانية في العراق. وحدود البحث الموضوعية حدود هذه الدراسة على التداولية في العلامة البصرية وتحديد العلاقة بينهما وابعادها في الملصق العراقي .

أما الفصل الثاني الاطار النظري والدراسات السابقة فقد شمل البحث على مبحثين :

- المبحث الأول (مقاربات البعد التداولي في العلامة البصرية).

- المبحث الثاني (جمالية الملصق المعاصر) .

اما الفصل الثالث فتمثل بأجراءات البحث فقد اتبع الباحثان المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المحتوى لتحقيق اهداف البحث وقد شمل مجتمع البحث مجموعة من الملصقات المعاصرة التي حصل عليها الباحثان من خلال شبكة الانترنت حيث بلغ مجتمع البحث الحالي 12 نموذج وقد تم اختيار عينة البحث بشكل قصدي وفقا لمجموعة من المبررات وقد بلغت عينة البحث 5 نماذج

اما الفصل الرابع فقد شمل نتائج البحث التي توصل اليها الباحثان من خلال تحليلها لنماذج عينة البحث ومن اهمها:

1- قُدمت الاعمال الفنية بعداً تداولياً للعلامة البصرية بحالات واساليب بالعرض متنوعة كما في جميع النماذج.

¹ جامعة النهرين – كلية الهندسة قسم هندسة العمارة، nawrasalquraeshe@yahoo.com.

² جامعة بابل – كلية الفنون الجميلة .

2- تظهر العلامة البصرية بأسلوب تصميمي رمزي من اجل تحقق غايتها التداولية كما في جميع النماذج نموذج

اما الاستنتاجات:

1_ تنوع الاظهار لبنية البعد التداولي للعلامة البصرية في المعاصر .

2_ احتوت بنية التصميم البعد التداولي للعلامة البصرية في المعاصر وظيفه لها غاية تسويقية وقد اوصى الباحثان :

يوصي الباحثان تشجيع طلبة الدراسات العليا على تقصي المفاهيم الوظيفية للعلامة البصرية ودورها الفعال في المجتمع وفي الرسم العراقي المعاصر .

وقد اقترح الباحثان اجراء دراسة مكمله لبحثها الحالي : العلامة البصرية وبعدها التداولي في العالمي المعاصر. وختم البحث بالمصادر والملاحق

الكلمت المفتاحية: البعد ، التداوليه ، الملصق .

الفصل الأول/الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث

لقد اكتسبت العلامة دلالاتها الطبيعية والأيقونية من خلال ملازمة السياق التاريخي للذهن البشري على مر العصور، وهي تعدّ بنية الثقافة الأنية بصيغة محاكاة علاماتيّة لعناصر الكون والطبيعة والكيف والإنسان على حد سواء، حتى انطلقت في رمزيّتها إلى أقصى الحدود وهو أشبه بما يكون نتيجة تراكم علاماتي ما بين الفن والطبيعة من جهة والإنسان والطبيعة من جهة أخرى، وهو ما يعدّ أمراً يفسر لنا جوهر عملية التحول العلاماتي فيما بعد ليتحول الشكل من أقصى أيقونيته إلى أقصى رمزيته وفق ذلك المنطق الرياضي المجرد الذي أدى في نهاية الأمر إلى تطور في العلامة من عصر إلى آخر، ومن دور حضاري إلى آخر، ومن ثقافة ووعي إنساني إلى آخر، حتى تم اكتشاف الكتابة واللغة حيث عبرت الأنساق الشكلية المرسومة والمرمزة بوضوح عن نظام علاماتي ذي اتجاه رمزي أشبه بتجسيد رسالة ما للتعبير عنها ولو بألية تجريدية عبر الترابط الذهني لدلالة العلامة على مدى فكر الإنسان القديم، ومحاولة تعبيره عن إشكاليات حياته المعقدة وذلك ما كان مسوغاً للتعامل مع العلامة ووجودها وتطورها على مر الأزمان (jerome,1992.p,67).

إن التيار التداولي "حقل لساني تبلور في السبعينيات من القرن الماضي ، وهو العلم اللغوي الأحدث بين بقية العلوم اللغوية الأخرى . فهو نظرية نقدية لمّا يكتمل بناؤها بعد ، استمد قوته من ميدان اهتمامه ، حيث اهتم بدراسة أفعال النطق التي ظلت ردحا من الزمن مغيبة عن الدراسة والتحليل ، بداعي وجود حواجز وهمية بين اللغة والكلام ، بين الدلالة والاستعمال...وتهدف التداولية إلى دراسة العلاقات الموجودة بين اللغة ومتداوليها من الناطقين بها. وتعنى التداولية " بالعلاقات التي تنشأ بين اللغة والسياق، والمتكلم والسامع، والظروف الزمنية والمكانية، فهي إذن تهتم بدراسة العوامل التي تؤثر في اختيار الشخص للغة وتأثير هذا الاختيار في الآخرين" (Abd al-Rahman,2000.p28) .

واتخذ الملصق المعاصر أهمية في فنون ما بعد الحداثة لما يملك من أهمية في المفهوم الاستهلاكي الذي راج في مجتمع ما بعد الحداثة ، وما يحوي من صور ورموز من علامات وصور . يحتل الملصق بوصفه احد وسائل الاتصال الجماهيري موقعاً مهماً في حياة الإنسان له شأنه في حمل وإيصال المعلومات والأفكار والتطلعات الإنسانية والسمات العاطفية إلى الآخرين ، مما يجعل منه متمتعاً بقوة داخلية موجهة للخارج ، ويصعب التحقق من هذا الدور دون معرفة أن الفن بوجهه الشمولي ، والملصق منه بوجه الخصوص ليس إلا نسيجاً من العلاقات الشكلية المترابطة فيما بينها . لذا ومن اجل إظهار الفعل الذي يشير إلى الحقل الإبداعي فقد تطلب ذلك قدراً من المهارة والتخيل في بناء تلك العلاقات التي تعد بمثابة نظام واسع الفعاليات ويعتمد في الأساس على وحدات بنائية متعددة ووسائل تنظيمية تعد هي الأخرى من أهم ركائز الإنجاز لكل تلك الفعاليات... وكيف يستطيع المصمم إن يصل بالملصق إلى أفضل الصيغ المعبرة جمالياً . ولأهمية المطبوعات ودورها لكونها أداة اتصالية مهمة فقد نال فن التصميم عامة وفن تصميم الملصق خاصة (Shaabeth,2004.p2)

ومما تقدم يتضح ما لاهمية الملصق المعاصر ودور البعد التداولي للعلامة البصرية من أهمية استثنائية، إلا أننا لا نمتلك تصوراً واقعياً عن مدى تمثلات هذه الاهمية الأمر الذي يتطلب الإجابة العلمية على مشكلة البحث الحالي والتي تتحدد بالسؤال الاتي :

– اين يظهر البعد التداولي للعلامة البصرية في الملصق العراقي المعاصر ؟
ثانياً : أهمية البحث والحاجة إليه

- 1- يؤكد على أهمية الجوانب الفنية والابداعية المطروحة للملصق المعاصر وبعده التداولي .
- 2- يسلط الضوء على الدراسات الجمالية في كيفية توظيف الخطاب التداولي للعلامة البصرية في الملصق.
- 3- يفيد هذا البحث النقاد في دراساتهم النقدية.
- 4- يفيد طلبة الدراسات الاولية في فتح آفاق لطروحات فلسفية وعلمية وفنية وغيرها .

ثالثاً : هدف البحث

يهدف البحث الحالي الى التعرف على : البعد التداولي للعلامة البصرية في الملصق العراقي المعاصر.
رابعاً : حدود البحث

- 1_ الحدود الموضوعية : البعد التداولي للعلامة البصرية في الملصق العراقي المعاصر.
 - 2_ الحدود المكانية : تتمثل الحدود المكانية في العراق
 - 3_ الحدود الزمانية : تتحدد الحدود الزمانية وللفترة الممتدة (2016- 2021).
- خامساً : تحديد المصطلحات

1_ البُعد (Dimension)

_ اصطلاحاً :

"عبارة عن امتداد قائم في الجسم ، أو نفسه ، عند القائلين بوجود الخلاء ، كأفلاطون"- (Al- Jerjani,2003.p37)

والبعد في (الهندسة) ، هو المقدار الحقيقي الذي يحدد نفسه ، أو غيره ، مقدار أو شكل قابل للقياس (كالخط أو السطح أو الحجم) مثال ذلك : أبعاد الجسم (Saliba,1982.p32) .

2_ التداولية

أ_ اصطلاحاً:

نَسَقٌ معرفيٌّ استدلائيٌّ عامٌّ يعالج الملفوظات ضمن سياقاتها ، التلفظية ، والخطابات ضمن أحوالها التخاطبية (Laland, Andre,1996.p1292-1293) .

3_ العلامة

أ_ اصطلاحاً:

بانها ادراك راهن يسوغ بكيفية اكيده نسبياً ، إقرارا متعلقاً بأي شيء اخر (وليس فقط قادراً على التذكر يتمثل من خلال لعبة الذكرى او تداعي الافكار) ك(جرس الانذار، اشارة الى الحريق). او انها: غرض مادي ، شكل صوت، يقوم مقام شيء غائب او ادراكه مستحيل، ويفيد اما في جلبه الذاكرة وأما في اندغامه بعلاقات اخرى"

(Laland, Andre,1996.p1292-1293)

ب_ اجرائياً:

اشارة بصرية لها دلالات خدمية وانتاجية يشير اليها الملصق الفني المعاصر .

4_ الملصق Poster :

أ_ اصطلاحاً:

عرف (العزاوي) على انه " مطبوع يصمم من اجل أن يفهم من نظرة سريعة ، وهو يجمع مؤثرات بصرية مباشرة ذات مقدرة على منافسة المحيط المشوش بصرياً ولكي يكون كذلك ينبغي أن يحتفظ بالوضوح والتميز "

(Al-Azzawi, Dia,1974.p11)

ب_ اجرائياً:

نتاج فني يساهم في تحقيق غرض فني وينافس المحيط بتكويناته التصميمية .

الفصل الثاني / الإطار النظري للبحث

المبحث الاول : مقاربات البعد التداولي في العلامة البصرية

ان العملية التواصلية تكون بين (المتكلم / المتلقي). وكل دراسة صرفت عنايتها أثناء التحليل إلى جميع عناصر العملية التواصلية من المتكلم وقصده والمخاطب، ومدى استجابته وإدراكه للرسالة والسياق الذي يجري فيه الحدث الكلامي كانت جديرة أن يطلق عليها اسم "التداولية"، والتي تعني في أبسط تعاريفها دراسة اللغة في التواصل. ودراسة اللغة أثناء الاستعمال أو في التواصل ليست وليدة هذا العصر، بل تمتد جذورها في عمق التراث النحوي والبلاغي، ولعل تنظيرات وتخريجات علماء العرب القدامى خير شاهد على ذلك، فالنحاة اعتمدوا في تقعيدها قسم وتوجهاتهم النحوية على جميع عناصر العملية التواصلية. وأولوا اهتماما كبيرا بطرفها (المخاطب/المخاطب)، وشكل حضورهما ضرورة في التعامل

مع مسائلم النحوية، واهتموا بالسياق بشقيه اللغوي والحالي (الموقف)، ولم يعيب البلاغيون عناصر التواصل حينما دأبوا إلى تفسير الظواهر اللغوية والآليات التي يعمد إليها المتكلم البليغ للتأثير على المتلقي " (Barbar, Issa,2016.p1)

انطلق مفهوم التداولية عند المغاربة في علم اللسانيات بمعنى تبادل الكلام ، التداول "يدل على تحول الشيء من مكان إلى اخر .. فمدار اللفظ لغة هو التناقل والتحول " (Bou Jadi, Khalifa,2009.p146) . إذ يرى موريس أن التداولية هي " العلم الذي يعالج العلامة بين الأدلة ومؤولها ، في حين اعتبرها فأن جاك تخصصا يتناول اللغة بوصفها ظاهرة خطابية وتبليغية واجتماعية في الوقت نفسه (Gad Al-Karim, Abdullah,2014.p18)

لم يقتصر مفهوم التداولية على علم اللسانيات واللغة ، وإنما تعدى ذلك بدخوله في معظم الفنون ، ومنها الفن التشكيلي عندما تدخل أعمال الفن التداول العام، فإنها لا تعود على ما كانت عليه طبيعية وأصلا. فجزء من مفهومية كل عمل منها مستمد من تكوينه الأصلي. ومن هنا يفقد عمل الفن بعضا من دلالاته إذا ما اقتلع من سياقه الأصلي (Smith, Edward,1991.p259) .

تشكل العناصر المكونة للعمل الفني إيحائية تداولية ، فتعكس قيمتها الإبداعية ' عوامل عديدة كالمثقة والتخيل والتقمص والمسافة والألفة والشخصية والثقافة والخبرة والمعرفة وغيرها من العوامل دورها المهم في التشكيل الخاص لعمليات التذوق الفني والتفضيل الجمالي لدى الأفراد (Abdel Hamid, Shaker,2007.p501)

على أن تحقيق مجال الإبداع للعلامة البصرية " يتحقق التفاعل في مجال الإبداع البصري ، إذا يقوم التبادل والتفاعل في أفكار الاتجاه الواحد ، وكذلك فيما بين الاتجاهات المختلفة ، لتحقيق انساق جديدة تعتمد في بنيتها العامة على تجديد الأفكار ، والوصول إلى كفاءة عالية وقوة تأثير تستمد سلطتها من القدرة على الاتصال ، مما يؤكد على استخدام الفن كأداة اتصال وتفاعل " (Al-Saudi, Medhat Mahmoud,2010.p11)

تعد التداولية من النظريات النقدية الحديثة التي تهتم بتحليل الخطابي والصوري ، ولها ارتباطات بمجالات متعددة ، وفي اطار معرفي دخلت التداولية في تحليل الفنون لتدرس العلاقة بين العلامة البصرية في الفنون التشكيلية ، بمستخدم تلك العلامة ، إذ يرى هوبرت غريس " أن ما يميز التفسير التداولي هو طبيعته الاستدلالية : ينبري السامع بالتواصل إلى استدلالات عن المعنى الذي قصده المتكلم اعتماداً على شيئين الأول معنى ماقاله المتكلم ،والثاني الافتراضات المسبقة أو السياقية والمبادئ التواصلية العامة التي يحرص المتكلم عادة على اتباعها أثناء المحادثة . وبهذا يصل السامع الى تضمينات الى ما قاله المتكلم " (George Paul,2010.p13)

أن علاقة التواصل بين مفهوم التداولية وعلم العلامة مبني على اساس مستوى العلامة لأن "النظر الى العلامة في ارتباطها بأصولها ،وأثر هذه الأصول او المرجعيات على المتلقي ، والعلاقة التي يعقدها هذا الأخير بين العلامة ومنابعها الأصلية " (2) ، فقدره الفنان على إثارة المتلقي مهمة صعبة في عصرنا الحالي لتحويل الفن البصري من فن تشكيلي يعتمد مدارس معينه الى فن يمزج بين النقد الأدبي وروح الفن عبر " خطاب

تفاعلي تواصل ي يحمل دلالة ومعنى ، بل بات يخلق الفن الجديد بطبيعتها المغايرة للقديم و السائد العديد من الأسئلة أثر صدمة ودهشه المتلقي ، هذه الأسئلة تعمل على الأثارة والتي تعد من اهم وظائف الفن الجديد في كسب الدهشة "(3).

العلامة البصرية

يعيش الإنسان في عالم علامات متكامل ، من شأنها أن تفسر وجود الإنسان نفسه في هذا الكون ، من خلال تعامله مع ما يحيط به من موجودات ، ذلك الشعور المتنامي أدى بالإنسان إلى تغير منظوره للحياة تغيرا جذريا ، مما جعله يقرر بان الحقيقة في هذا العالم لا تنحصر في الأشياء نفسها ، بل تعول على الحقائق التي نلاحظها في الأشياء و البنى التي تربط الأشياء نتيجة تغير المنظور من (الشيء) الى العلامة ، يتبعه منهجيا البحث في منظوري (العلامة) كمثل وبديل للشيء ، و(العلامة) كمثل وبديل للعلامة ذاتها ، أي تحول العلامة إلى علامة فنية ، مما يجعل العلامات تعمل وفقا لنظام اجتماعي ووعي داخلي للفرد لكي تصبح الأشياء داخل المجتمع قابلة للمعرفة والإدراك من قبل الفرد سواء كانت علما نظريا أو أخلاقيا أم قيما جمالية تؤكد حضور الأشياء أمام المتلقي للعلامة والتي تشكل معطى حسي داخلي " (Al-Taie, Dalal Hamza Muhammad,2017.p1).

وتعالج السيميائيات كل ما له علاقة بالضوء أو العلامة البصرية ، فيدخل تحتها كل المقاربات الآتية: سيميائية الإشهار، وسيميائية الصورة، وسيميائية السينما، وسيميائية العمران، وسيميائية الخطوط والأشكال.

وتقسم السيميائيات البصرية الرسالة البصرية إلى قسمين:

- 1_ العلامة الأيقونية: وهي العلامة الدالة على موضوعها عن طريق المشابهة أو المحاكاة.
- 2_ العلامة التشكيلية: وهي التي توظف منظومات تعتمد على الخطوط والألوان والأنسجة المستقلة عن حالة محاكية والتركيب في العلامات البصرية هو تركيب فضائي أيقوني، إلا أن الأيقونة قد تكون علامة أولى لعلامة أكثر تطورا ، فهي قد تكون علامة أولى لعلامة رمزية، كما في صورة الميزان، الذي يرمز إلى العدل أو القضاء، وقد تكون علامة أولية لعلامة قرينة كان من الدخان الذي يعد قرينة على وجود النار"- (Al- Moljamy, Alawi Ahmed.p96)

أما فيما يتعلق بسيميولوجيا " سوسير فهو يعتبر العلامة العلم الذي يدرس حياة الدلائل داخل الحياة الاجتماعية ، أي انه ركز على الوظيفة الاجتماعية للإشارة بخلاف بيرس الذي ركز على الوظيفة المنطقية للإشارة، "وقد تناول سوسير هذا العلم من وجهة نظر لغوية لا فلسفية كما فعل بيرس حتى انه يعرف اللغة على هذا الأساس ، لذلك اعتمدت السيميولوجيا هنا في تأسيسها لنفسها على البناء الإبيستيمولوجي للسانيات ذلك أن أدواتها المعرفية ومفاهيمها ووحدتها لا تعدو أن تكون غير ما أمدتها به اللسانيات السوسيرية" (Daskal, Marcello,1987.p5)

ويتخذ هذا النظام صفته الاجتماعية باعتباره نظام من الإشارات التي تعبر عن الأفكار سواء ما اتفق منها أماختلف من حيث كونه مفهوم لغوي يشمل كل الظواهر ، لذلك فالعلامة اللغوية تتكون لدى الإنسان

منذ نشوء وعيه وهو يتعمها قبل أن يتعلم أي نوع آخر من العلامات " إن كل شيء وفق بيرس يدرك بصفته علامة و يشتغل كعلامة ويدل باعتباره علامة ، فالتجربة الإنسانية كلها ليست سوى سلسلة من العلامات المترابطة و المترابطة ، إنها تدرك كتداخل المستويات ثلاثة : أول وثاني وثالث . وتلك العناصر مترابطة فيما بينها ، فلا وجود للعنصر خارج الوحدة التي تجمع هذه العناصر ، وهي وصف الظاهر ، والظاهر هو المجموع الجماعي لكل ما هو حاضر في الذهن بأية صفة وبأية طريقة من دون الاهتمام بتطابقة أو عدم تطابقه مع شيء واقعي " (Bengrad, Said,1994,p5)

فالسيميوطيقا بيرس تهدف إلى الكشف عما ينبغي أن يكون ولا تقتصر عما هو كائن في العالم كما رأى بيرس بان العلامة كيان ثلاثي يتكون من (المصورة) وهي تقابل (الدال) و (المفسرة) تقابل (المدلول) و (الموضوع) ، وقد ميز بين نوعين من الموضوعات ، الأول : الموضوع الديناميكي وهو الشيء في عالم الموجودات الذي تحيل إليه العلامة وتحاول أن تمثله ، والثاني هو الموضوع المباشر ويشكل جزءا من أجزاء العلامة وعنصرها من مكوناتها . ويؤكد بيرس إن العلامة إذا كانت متباينة مع موضوعها ، فلا بد أن يكون هناك في الفكر سياق يوضح كيف يتم ذلك وبذا تكون العلامة مع التفسير علامة أخرى والتي غالبا ما تحتاج إلى تفسير إضافي ، وبإضافة التفسير الأخير سيكون بدوره علامة أكثر اتساعا مما سبق ، وباستمرار هذا النسق حتى تصل إلى علامة تصور نفسها وتحتوي على تفسير ذاتها ، والعلامة تصور الموضوع وتخبر عنه ، وبمعنى أن العلامة تفترض معرفة قبلية بالموضوع ، وفيما يلي تقسيمات بيرس للبيانات العلامة الثلاث كالاتي "

(Al-Taie, Dalal Hamza Muhammad,2017.p3) شكل رقم (1)



شكل رقم (1)

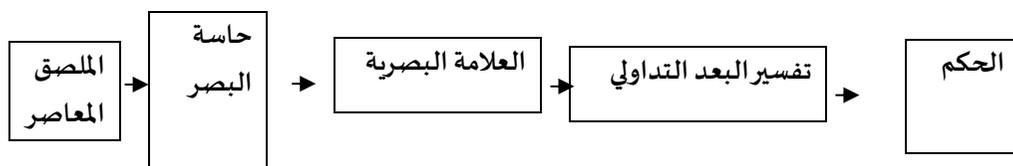
المبحث الثاني : جمالية الملصق المعاصر

ان الموضوع الجمالي موضوع فكري يرتبط بالوعي ونظم الادراك المعرفي في الفكر الإنساني ليؤسس علاقة ترتبط بالموضوع الفلسفي الجمالي . ومنه نجد إن وعي الجميل ماهو إلا فكرة ورؤية معرفية المنشأ ، لأنها تدخل في ملكة الذوق وتؤسس بنياتها الداخلية في الفهم والادراك وهذا لا يتم وفق الطرق التقليدية بما يثير فينا من أحاسيس فقط ، بل يمكن أن تكشف من خصوصية العلاقة والأجزاء التي تؤثر فينا" (Johnson, R. F: Al-Gamaliya, see,1978.p43)

وهناك التفسير الذهني يطلق عليه الصورة الذهنية في قراءة الملصق من خلال :

- 1- الحاسة البصرية للانسان والحواس الأخرى .
- 2- الادراك العقلي للشيء سواء كان هذا الشيء كتلة بنائية أو حيز فضائي أو نصب .
- 3- التفسير الحضاري للشيء وتذوقه من خلال القيم التي حملها الإنسان خلال تنشأته الاجتماعية .
- 4- اتخاذ الموقف أو الحكم على الشيء كونه جميل أو قبيح مسر أو مزعج إلى آخره من أنواع الاحكام التي يصدرها الإنسان علماً إن هذه الاحكام تتغير وفقاً لعاملي الزمان والمكان " (Ahmad, Muhammad 10-9).Shehab,2008.p10-9)

إن للحواس دور في تذوق الجمال , وادراك بهائه , علماً بأن سبل المعرفة هي هذه الحواس : البصر , السمع , الشم , اللمس , الطعم . ثلاث من هذه الخمس تحس بالشيء وهو بعيد عنها : السمع , البصر , الشم . اثنتان تحسان بالشيء مباشرة , ملامسةً : اللمس , التذوق . اللمس تفاعل ميكانيكي . التذوق تفاعل كيميائي . هذا الذوق لابد له من تهذيب فهو أساس حضاري ومقياس للحضارة . أما النقد فيأتي بعد التذوق , لأن النقد تحليل وفكر , والتذوق ادراك فني , فمن مادة هذا الإحساس , وسائل بها يتم الادراك مثل الالوان والخطوط التي تدل على حالة نفسية معينة , لأسباب بيولوجية , أو ثقافية , أو اجتماعية " (Shalak, Ali,1982.p46) . شكل رقم (2)



شكل رقم (2) (مخطط يبين عملية الإحساس بجمالية الملصق المعاصر)

و يعرف الملصق بأنه " وسيلة اتصاليه بصرية، هدفها نقل فكره معينه إلى جمهور ما، بحيث يكون للفكرة معنى واضحاً مفهوماً" (Abdul Qadir, Hamad Ahmed,1982.p3)

ومن المبادئ الهامة في تصميم الملصق أن تكون عناصر الملصق الشكلية من كتابات وصور ورسوم وألوان على صلة قوية بالفكرة الرئيسية له ، أي الفكرة التي يدور حولها محتوى الملصق ومضمونه ، وذلك لأن الملصقات في اعتمادها على الفن التشكيلي ، لا ينبغي أن تقف مهمتها عند حد إبلاغ الجماهير بالأخبار والمعلومات والموضوعات ، وإنما ينبغي أن تمتد هذه المهمة إلى مخاطبة الخيال وحاسة التذوق الفني عند الجماهير، الأمر الذي يكسب الملصقات "قيماً جمالية" تساهم في الاتصال المباشر بالجماهير بهدف خلق حالة من الوعي وترسيخ قيم المجتمع الأصيلة في أفرادها" (Al-Salami, Ali,1969,p3)

وفي تعريف آخر للملصق نجد أنه "الشكل الفني المطبوع من نسخ متعددة لأداء وظيفة إعلانية عن شيء يعرض بصوره عامه. وهذا الشيء إما أن يكون هدفه ترويج بضاعة أو سلعه أو دعوة إلى قضية وطنية، وينبغي أن يكون مثيراً للانتباه المشاهدين" (Fisher, Ernst,1971.p38).

اهم عناصر تصميم الملصق:

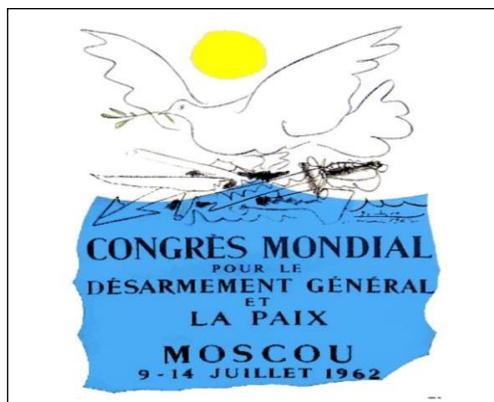
لا بد من التعرف على خصوصية عناصر التصميم وأسس وسائل التنظيم، وصولاً إلى بنية تصميم الملصق، ومنها:

- 1- الخط Line: يعد الخط من أقدم العناصر التي عرفها الإنسان على وجه الأرض، كوسيلة للتعبير عما يكتبه من رغبات، أو لنشر عقائد معينة، التي تُعد رموزاً خطية لأفكاره" (Abbou, Faraj,1982.p77) فضلاً عن الدلالات الرمزية التي ترتبط بالخطوط، مثل الاستمرارية، والانقطاع، والتعدد، والانقسام، والقياس (Ismail, Ismail Shawky,1999.p210)
- 2- اللون Color: وهو "أحد أهم العناصر البنائية في العمل التصميمي، ويعد اللون "التأثير الناتج لتفاعل الضوء مع المسطح وانعكاسه على شبكية العين، والإحساس باللون وإدراكه عقلياً وفق خبرة المتلقي ويمثل اللون العديد من الدلالات... وبالتالي يختلف إحساس العين بألوان متعددة مختلفة في طولها الموجي.. وفي اللون يتم مراعاة أصله وقيمه وكثافته/ تشبعه" (Al-Hamdani, Fayez (Al-Hamdani, Fayez, 2007.p90)
- 3- الشكل Shape: "الشكل هو الآخر، أحد أهم العناصر البنائية في العملية التصميمية فهو يستوعب جميع العناصر التشكيلية، التي تساهم في إبرازه. وقد يكون هذا الشكل نقطة بذاتها، وهو شكل بسيط أو على درجة من التعقيد والتركيب، وقد يكون هندسياً أو تجريدياً" (Rosenthal, M. and b. Youdin (Rosenthal, M. and b. Youdin, 1980.p33) and others.
- 4- الفضاء Space: أشارت (سهاد) إلى أن الفضاء هو "الارضية التي يتم عليها توزيع العناصر، أي سيكون هو المجال الحاوي لها" (Al-Douri, Suhad Abdul-Jabbar,1999.p29).
- 5- الاتجاه DIRECTION: يؤدي الاتجاه دوراً في عملية البناء و التوجيه للجذب الحركي، من خلال الصفات الظاهرة من ارتباطه مع العناصر البنائية، وتباين خصائصها ومستوى فاعليتها التوجيهية والتحفيزية خلال الحقل المرئي" (Al-Azzawi, Dia,2004.p64-65).
- 6- الملمس TEXTURE: نعى بالملمس "خصائص سطح الشكل، إذ إن كل شكل يمتلك سطحاً، وكل سطح له خصائص معينة قد توصف بالنعومة أو الخشونة، فالشكل والملمس لا ينفصلان، لأن دلالات الملمس على السطح هي أشكال في نفس الوقت" (Wong, Wucius, 1972 .p79)
- 7- الحجم SIZE: إن الحجم في البناء التصميمي هو: "الاختلاف في الخطوط والأشكال وفواصل الأحياز في القياس، وكذلك يشمل الاختلاف العناصر البنائية الأخرى كاللون والملمس والقيمة والفضاءات المصممة، وإن التفاوت في حجوم العناصر يؤدي إلى تفاوت في حالة القرب والبعد بالنسبة لنظر المتلقي" (Al-Rubaie, Abbas Jassim (Hammoud,1999.p71).

الملصق المعاصر:

يعرف الملصق بشكل مبسط بأنه " العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة في مضامين اجتماعية معينة ، وفي هذا التفاعل نقل افكار ومعلومات (منبهات) بين الافراد عن قضية معينة

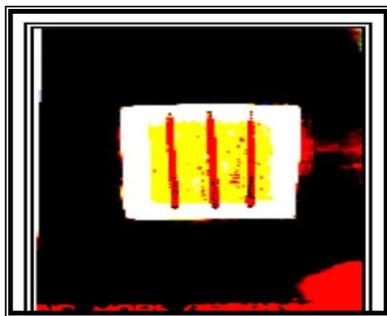
او واقع معين ، ووفق ذلك فانه يشكل نشاطا حيويًا لوجود وتطور المجتمعات البشرية ، كونه يشمل معظم عمليات التفاعل الانساني والتناقل المعرفي والحسي بين الافراد والمجمعات من خلال تعدد. تعبيراته ، ولهذا يعد الاتصال الذي من ضمنه الملصق العالمي المعاصر ظاهره انسانية تلقائية . ويتسم بأهمية اساسيه بفضل الانطلاقة العظيمة التي شهدتها العالم في مجالات العلوم المختلفه ، و أصبح يتيح لكل الشعوب امكانية ان تعيش الاحداث ذاتها في وقت واحد " وتتبادل المعلومات باستمرار وتفهم بعضها البعض على نحو افضل على الرغم من ان لكل منها خصائص فريده ، و تقدر بعضها البعض من خلال الوقوف على ما بينها من فروق. " شكل رقم (3)



شكل (3) رسم بيكاسو .حمامة السلام .1962م.

يظهر الفنان في هذا الملصق رموز و اشارات متنوعة منها اللغة الدارجة باعتبارها تداولية ، وهي تظهر باللون الاسود ، وقد صمم الفنان هذا الملصق فاختار اللون الازرق النقي وهذا ما يجعل الهوية البصرية جزءاً مهماً من علامة الملصق المعاصر مهماً في توصيل الفكرة ، نشاهد فكرة احتواء الاسلحة القابضة تحت ارجل الحمامة التي تشير الى السلام ، ونجد اللون الازرق النقي والصابي رمز له بعد تداولي في اقبال فكرة كلنا تحت سماء واحدة و صافية ، تضيئها شمس باللون الاصفر في اعلى الملصق فمن خلال تقديم هوية بصرية للملصق المتناول بحيث يجعل الفنان له منتج فني يحمل سمة الاصاله وجمالية تخلق انطباع عاطفي جذاب لدى المتلقي.

يظهر الفنان في شكل رقم (4) تصميمًا للملصق معاصر له وظيفة اخبارية له فكرة ثرية وصارخة ضد السلطات فاللون الاسود يهيمن على الفضاء ، ويحيط بمربع ابيض يوحي بشكل نافذة ، والتي يحاول ان يرمز للعالم الخارجي ، العالم الاصفر المليء بالخوف ، والامراض ، فالفنان يظهر اللون الاصفر ، الذي يرمز بجانب المرض ، فالاصفر له تلك السمة، ونلاحظ ثلاث خطوط عمودي تشير وترمز للسجن والمحيط باللون الاسود والاحمر . ويتكون الملصق المعاصر من هوية بصرية يملك جميع العناصر الملموسة التي تشكل شكل ومظهر العلامة البصرية . إنه نظام يجمع بين تصميم الشعار والطباعة والألوان وحتى الأشياء التي تقولها وكيفية ترميزها قولها. فالملصق المعاصر والعلامة البصرية القوية لا تترك شيئاً بلا تخطيط.



شكل رقم (4) هيغ ديفيد وست. لا اضطهاد بعد الأن

يطالعنا الفنان في الشكل رقم (5) بجمالية الملصق المعاصر من خلال تصوير الفكرة بشكل لطيف من خلال اختيار ايقونتان يعث منهما السلام والمحبة وهما(الاطفال , وحائم السلام) وهي تغادر الايدي الرقيقة أي الاطفال , لتحلق الى العالم من خلال رمز السلام حائم بيضاء فعملية اختيار الفكرة بالنسبة للملصق والذي يكون هادف رغم كونه يمتاز بسمة الجمالية, هي عملية قصدية تدخل في بنائية التصميم, توجد جمالية للملصق المعاصر بحكم خلق وتوظيف العلامة البصرية التي تحدد العلاقة الترابطية , مع فعالية الشكل وجمالية الشكل , تكون سببا في اطلاق مخيلة الفنان. وتحقيق الوظيفة.



شكل رقم (5) مي جي بي. الأحتفال بالسلام. 2006.2007.

الفصل الثالث/اجراءات البحث

اولاً: مجتمع البحث

تم حصر مجتمع البحث المتكون من الملصقات التي تحتوي على العلامة البصرية , أذ بلغ عدد الاعمال 12 ملصقاً, والتي نفذت من 2016. 2021.¹
ثانياً: عينة البحث تم الأخذ بأسلوب العينة القصدية , لذا تم اختيار (5) نماذج من مجموع (12) , التي تشكل نسبة (0.6%) من المجتمع الأصلي, على وفق تنوع الموضوعات التي تعالجها الملصقات وفقاً للمبررات الاتية:

1. تم اختيار نماذج العينة لانها تحقق اهداف البحث من حيث تضمها للعلامة البصرية .

¹ تابع ملحق رقم (1)

2. حذف النماذج المكررة والمتشابهة فكرتها.

3. تباين فترة الزمنية للنماذج .

4. اختلاف الموضوعات التي حققها البعد التداولي للعلامة البصرية .

ثالثاً : منهج البحث

اعتمد الباحثان المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المحتوى ، من اجل الوصول الى النتائج ، ومن أجل تحقيق هدف البحث .

رابعاً : أداة البحث

تم الاعتماد على ما ورد في الاطار النظري من مؤشرات علمية والاعتماد عليها في تحليل العينة .

خامساً : تحليل العينة

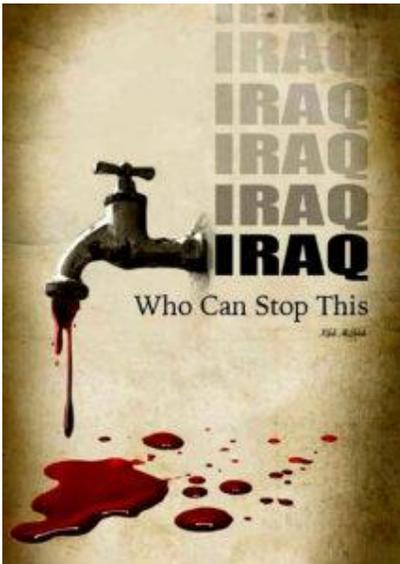
نموذج رقم (1)

اسم الفنان : كفاح فاضل آل شبيب

اسم العمل : who can stop this

تاريخ العمل : 2021 .

قياس العمل : 29.7×21 سم



وصف العمل

يجسد العمل ملصقا سياسيا في مركزه

شكل صنبور ماء ينزف دما وفي اسفل

العمل دماء منتشرة , وكتابة في وسط العمل

عبارة (Who Can Stop This) واعلاها

كلمة (IRAQ) مكررة باتجاه اعلى العمل.

تحليل ومناقشة العمل

من الواضح ان البعد التداولي للعلامة البصرية المتمثلة بصنبور الماء تحيلنا الى تفكيك النص الى فئات بنائية منها ما يتصل بالواقع الذي يعانيه الشعب العراقي على مدى احقاب زمنية طويلة , ومنها ما يتصل برؤاه وطموحاته المستقبلية ورفضه التام للمنظومة السياسية الحالية , ومن خلال القراءة العلامية للملصق المتجلية بشكل بقع الدماء وهي ترمز الى حالة الحرب المستديمة على هذه الارض وفيها يتصل الدال بالمدلول , وهو رفض انبنى على مقدمات واقعية ومانراه في الأفكار المطروحة يعبر خير تعبير عن النظرة الواقعية للحدث وان العلاجات لن تنفع , ومنها ما يتصل بنظرة المصممين للمفردات ذات الصلة بالقيم العلامية المتصلة بتاريخ العراق شعباً وقيماً واتجاهات بنوية تم تناولها بعيدا عن العقد والأزمات التي اريد لها ان تكون راسخة في عقل المواطن وان تكون حقائق لا مفر منها , وهي ما حاول المصمم ان يبرزها بتكرار كلمة العراق اكثر من مرة كأثر علامي تداولي .

لاشك ان الأفكار التي طرحها الملصق الثورية في هذا العمل انطلقت من واقع مؤلم وقاهر يعشعش فيه القمع والإرهاب ومصادرة الحريات وسلب الحقوق والحرمان الإجتماعي والإقتصادي والإجتماعي , يحاول فيه المصمم ان يتساءل من يوقف كل هذا بطرحه لعبارة(Who Can Stop This) ولنا في مختلف الإنتفاضات والثورات دروس وعبر ترجمها مختلف المصممون الى بنية علامية مرئية تحفل بالكثير من الإيقونات والرميزات والاشارات الشكلية التي تنم عن وعي ثوري يتحدث عن هموم ومشكلات وامانٍ كل من موقعه .

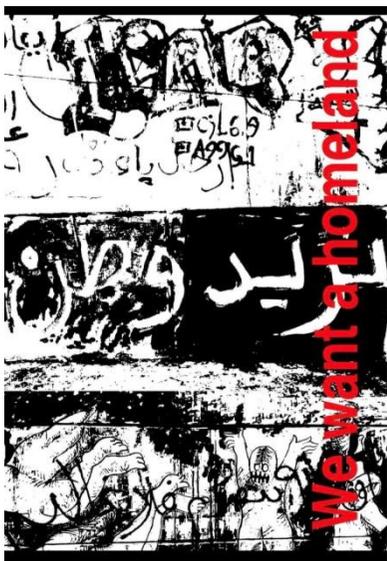
والحديث يطول عن الملصق في امم العالم والدور الذي اداه في الحراك الثوري والسياسي والإجتماعي ويشترك العراق حاله حال الأمم الأخرى بتناوله المستمر للموضوعات والهموم العراقية والأحداث التي صحبت ما مرر به ويمر من مشكلات وانشغالات تعصف ببنيتها الإجتماعية والسياسية ووضعه الإقتصادي التي ادت الى انتعاش التوجه الثوري المنتفض على واقعه لدى الشباب الذي استشعر الظروف التي يمر بها بلده منذ عقود خلت مع فقدان الأمل في الإعمار والبناء والإرتقاء النوعي وضبابية النظرة المستقبلية التي تعول عليها امم اليوم .

ان هذا التقديم الكبير المفعم بالحيوية والحرية في الطرح واجتهاد المصمم في ترجمة توجهاته, ومثلت هذه التقديمات المرئية من افضل ما قدم من تنوعات في توظيف الرموز والإفكار والقيم اللونية التي جاءت على وفق المباشر في الطرح وغير المباشر في تناول الموضوعات , متمثلا بشكل صنبور الماء في دلالة على ان العراق بلد غني بثرواته التي لا تنضب من نפט وماء ومحاصيل زراعية وثروات حيوانية ومعدن متنوعة فضلا عن كونه مهد الحضارات فارضه غنية بالاثار وما خلفته تلك الحضارات , كل ذلك اشار اليه المصمم بشكل الحنفية , لكن المفارقة هنا ان الساسة ومن بيدهم زمام الامور والدول التي تكالبت عليه حولوه كل ذلك الى دماء لا تنتهي ونهبوا خيراته .

وفي نظرة استطلاعية نرى بان ماتتماز به الملصقات الحالية انها ذات مفردات عراقية خالصة هي وليدة الحراك الثوري الحالي فالصورة عراقية أو ترميزات تتصل بتاريخ وموروث العراق معززة بروح ثورية نابضة تكلمها عبارات التحفيز والتشجيع والتذكير بدور العراقيين في هذا الظرف فأسم العراق حاضر ودماء الشهداء حاضرة ومواقف المواطنين حاضرة والقيم اللونية ذات الصلة بالحدث حاضرة والتنوع التقني حاضر واسلوبيات الطرح حاضرة ,فضلاً عن الكثير , وتمثل هذه البنية التصميم بيئة هي خليط يعبر عن ثورية الإنسان العراقي المنتفض الذي يتمنى الأفضل لنفسه ولوطنه في هذا الظرف العصيب .

والأهم وقوف المصمم في تقديم علاماته البصرية مع الشعب دون مجاملة في القول مع التحفيز والتشجيع واعلان مكنواتهم الداخلية تجاه بلدهم العراق, ومنها ماتنوع في توظيف الإستعارات الشكلية وتداولها سواء اكانت الجاهزة او المصممة في موقف تركيبى ينم عن فهم لمجريات العملية التصميمية وعلاقتها البنائية , وهناك الكثير الذي تخزنه هذه التقديمات التي صحبت الحدث ومازالت وهذا ليس بغريب عن فناني العراق وهم يشكلون استمرارية لجيل مهم من فناني التشكيل والملصق المعاصر, ولنا أن نذكر بأن العراق قاد حراك الملصق منذ سبعينيات القرن الماضي وأرخ عدداً مهماً من الأحداث وتصدر كبار الفنانين

هذا الحراك للأهمية التي يؤديها الملصق في التعبير المباشر عن مشكلات المجتمع واللغة المختزلة التي يتم فيها ذلك التعبير.



نموذج (2)

اسم الفنان : نصيف جاسم محمد

اسم العمل : نريد وطن

تاريخ العمل: 2019 .

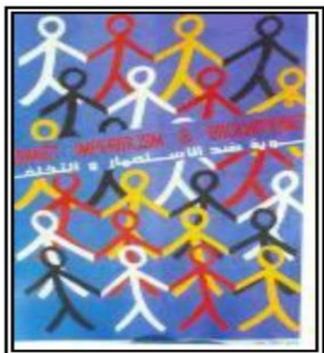
قياس العمل: 30×20 سم

وصف العمل

يجسد العمل ملصقا يشير إلى بداية الثورة الشعبية على سياسة البلد وحكامه ووجود عبارة (نريد وطن) في وسط العمل مع عبارة (we want a homeland) على الجانب الأيمن بشكل عمودي باللون الأحمر رغم ان غالبية العمل باللونين الأسود والابيض .

تحليل ومناقشة العمل

يصور المصمم بهذا الملصق فترة ثورة أكتوبر عندما علا صوت الشعب العراقي ضد الجبهة التي صادرت صوت ودماء الشهداء والمتمثلة بالكتابة (we want a homeland) بمعنى نريد وطناً , بلون أحمر وهي إشارة على التضحيات التي نذفت دماء زكية.. وقد قسم الفنان العمل الى ثلاث طبقات , فأليات قراءة هذه الملصق له طبيعة رمزية عبر استخدام العلامة وبشكل ايجائي بتوظيف الاشكال الغرائبية مخيفة, كبعد تداولي في الطبقة السفلى من العمل , في اشارة منه الى طبقة الساسة التي تنهب اموال البلد على حساب الشعب , فبنية التشفير لها ايماءات الحروف والكلمة المتمثلة بعبارة نريد وطن في وسط العمل كمطلب شعبي وطني . وهنا حاول المصمم ربط ثورة تشرين بالتاريخ الرافديني المليئ بالثورات والحروب فالتداولية بهذا المنجز لها شفرات وآليات لقراءة جديدة للتاريخ عبر طبقات العمل التي تذكرنا ب(راية اور) ذات الاشرطة المتعددة , ونلاحظ علامة في فضاء العمل في الطبقة العليا منه , يحتوي على ثيمة من الحروف (كلمة ارحل ...) والاقام (A99- 69) وغيرها من الرموز , التي تأخذ مركزية العمل التصميمي بهذا قد أعطى التصميم قيمته الرمزية وإيصال رساله تواصلية بين الفنان وبين المتلقي. وهي الثورة الشبابية , من تشرين المتداوله على اللسنة المجتمع الدولي والمجاور والعراقي بهذا قد حققت العلامة والمنجز المصمم غرض وفكرة وأهمية العمل التصميمي ودوره في إيصال رساله مغزاها المتداول .



نموذج رقم (3)

اسم الفنان : علي طالب .

اسم الملصق :سوية ضد الاستعمار والتخلف .

البلد : العراق

تاريخ العمل : 2017

قياس العمل : 100×70 سم

وصف العمل

إن هذا الملصق يوضح أن نكون سويا ضد الاستعمار والتخلف من خلال رسوم متماسكة يد بيد وكتابات توضح بعبارة (سوية ضد الاستعمار والتخلف)

تحليل ومناقشة العمل

يتخذ شكل التصميم معاني عدة تداولية حول موضع المجتمع وتواصله عبر علامات واشارات تدل على ذلك فاتخذت العلامة شكل الفرد كما هو مرسوم بالألوان الأسود والأحمر والأبيض والاصفر.

وحوار تواصلية وفق ما هو متداول حول بقاء المجتمع تحت طائلة الاستعمار والتخلف كما هو مكتوب على شريط مائل حول التصميم.. فاتخذ المصمم طريق إيصال رساله وتوضيح عبر العلامات فألية قراءة النص البصري يتخذ طبيعة العلامة والإشارة وشفرة الكلمة وله احالات خارجية يراد بها عن تماسك المجتمع عبر اختلاف انواعه العرقية كما في التصميم باختلاف الالوان

اتخذت علامات لها ملامح الأفراد على أرضية زرقاء الذي يرمز للنقاء والصفاء وعلى المجتمع المتكون من فئات مختلفة واعراق وأصول متنوعة التي مثلتها رمزية الألوان

فاتخذ التصميم مما يحتويه من علامات له بعد تداولي يأخذ طريق البناء والنقد عبر تواصلية الفنان المصمم يربط الفرد بالمجتمع من خلال أبعاد العمل الفني التشكيلية والتربوية والاجتماعية لهذا فقد حقق

التصميم بعده التداولي عبر العلامة

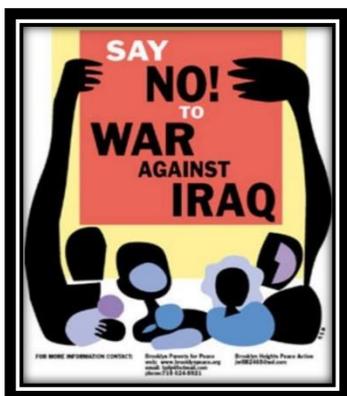
نموذج رقم (4)

اسم الفنان : نانسي

اسم الملصق : say no to war against iraq .

تاريخ العمل : 2016

البلد : العراق



وصف العمل

يجسد العمل ملصقا سياسيا حيث تكون الملصق من

عده اشكال ولافتة باللونين الاحمر والاصفر تحتوي على

كتابة لا للحرب ضد العراق .

تحليل ومناقشة العمل

يسرد التصميم ويتداول قضايا العراق التي أصابت العائلة العراقية فهناك كلمات باللغة الانجليزية تعطي إشارة كعلامة وقف الحرب التي أصابت العائلة العراقية المؤلفة من الاب والام والأطفال كما يظهرون بتصميم هندسي

قطع ملونه تشير لدلالة الرجل والمرأة والطفل وهي عبارة عن مساحات اعتبرها المصمم علامات اشرارية لها دلالات الجسد الانساني

حيث تظهر مساحة حمراء بشكل مستطيل مسكت من الجانبين باللون الأسود لها دلالة اليد... وكتب باللون الأسود وبعض الأبيض.. اقول لا الى الحرب ضد العراق يستقر

ويستقر التصميم بخلفية له فضاء اصفر.. عمد المصمم إلى تصميم هندسي يعبر به عن المتداول وهي الحرب على العراق.. لكن تلك الحرب لها بعد تداولي حول موضوعة الظلم والاضطهاد للعائلة العراقية التي ذاقت ويلات الحروب

وان المتداول في المعالجات البنائية للالوان وهو اللون الأحمر يعكس الخطر والقتل واباحة الدم وهو كما يظهر في المساحة الحمراء.. اما اللون الأصفر فهو يشير إلى الأمراض والخيانة والغدر كما هو متداول في البعد العلامي واما ايقونات العلاماتية التي تظهر كمساحات ابيض واسود وازرق فاتح وورصاصي فاتح.. فهي تشير إلى البيالي والايام والعممة والإشراق التي تمر على الإنسان.. وهذه الألوان واشاراتها كما هو المتداول في البعد العلامي للون .

نموذج (5)

اسم الفنان :حكم الكاتب

اسم الملصق : 100years iraq .

تاريخ العمل : 2021

البلد :العراق .

وصف العمل

يجسد العمل ملصقا اخبارياً حيث في مركزة

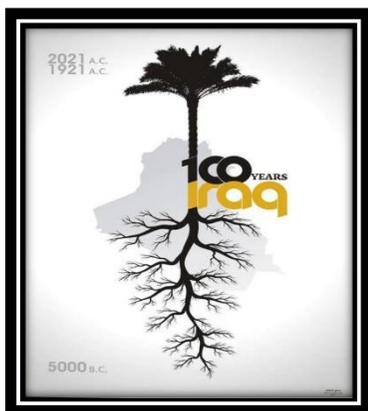
نخلة متصلة بجذور باللون الاسود

وكتابة في وسط العمل 100 years iraq .

تحليل ومناقشة العمل

يتخذ التصميم جهة اخبارية حول موضوعة تاريخية لتأسيس العراق وهو المتداول حول تلك الموضوعة فمرور 100 عام على تأسيس دولة العراق تظهر بالآليات التشفير الصوري لقراءة التصميم من خلال ايماءات كلامية وأرقام نجده يظهر بوضوح

باللون الأسود رقم 100 باللغة الإنكليزية وهو متصل بجذع النخلة العراقية كعلامة لها مدلول حول رمزية العراق بلد النخيل كما ذكر في التاريخ ولقب بارض السواد.. فإشار المصمم بهذه الايقونة النخلة واللون



الأسود حيث يرتكز اتصال الجزء العلوي الظاهر من النخلة مع الجزء المخفي اي الجذور فنقطة تلاقي في وسط خارطة العراق

وكلمة العراق باللغة الانجليزية واللون الأصفر إشارة على الوجود البريطاني الذي يعكس الوصاية البريطانية على دوله العراق.. ومنذ انطلاقة ثوره العشرين واستقلال العراق في عام 1921 المذكوره والموثقه في الجزء الأعلى من التصميم وفوقها سنة 2021

نجد في هذا المنجز ان العلامة لها بعد تداولي منذ القدم والتي اوضحت بدورها قيمة العراق ومنجزه الثوري والتاسيسي

الفصل الرابع

اولاً: نتائج

من خلال ما تقدم من عملية تحليل نماذج لعينة البحث توصل الباحثان إلى عدة نتائج منها:

- 1- قُدمت الاعمال الفنية بعداً تداولياً للعلامة البصرية بحالات واساليب بالعرض متنوعة كما في جميع النماذج.
- 2- تظهر العلامة البصرية بأسلوب تصميمي رمزي من اجل تحقق غايتها التداولية كما في جميع النماذج نموذج.
- 3- ظهر البعد التداولي للعلامة البصرية ببنية تشفير للنص الصوري له معطيات بصرية متحركة وفضاءات تأويلية كما في نموذج (1).
- 4- ظهر البعد التداولي للعلامة البصرية قراءات لهاعده محاور منها شكلية بشكل مباشر بوجود رقم وكلمة لايحتاج الى تفسير ومنها اشارية له دلالات ومعاني عميقة كما في نموذج (2).
- 5- تظهر البعد التداولي للعلامة البصرية كتوثيق تاريخي بشكل منتظم وكعلامة تداولية اجتماعية كما في نموذج (3).
- 6- يظهر البعد التداولي للعلامة البصرية بأليات التشفير الصوري لقراءة التصميم من خلال ايماءات كلامية وأرقام نجده يظهر بوضوح كما في نموذج (4).
- 7- ظهر البعد التداولي للعلامة البصرية لها غاية نقدية لها كما في نموذج (3).

ثانياً: الإستنتاجات

من خلال ما تقدم من نتائج توصل الباحثان إلى الاستنتاجات الآتية :

- 1- تنوع الاظهار لبنية البعد التداولي للعلامة البصرية في المعاصر .
- 2- احتوت بنية التصميم البعد التداولي للعلامة البصرية في المعاصروظيفة لها غاية تسويقية .
- 3- البعد التداولي للعلامة البصرية مفتاح لفهم الثقافة الحديثة.

ثالثاً: التوصيات

في ضوء ما أسفر عنه البحث من نتائج واستنتاجات ، واستكمالاً للفائدة المرجوة منه ، يوصي الباحثان بما يأتي :

- 1- تشجيع طلبة الدراسات العليا على تقصي المفاهيم الوظيفية للعلامة البصرية ودورها الفعال في المجتمع وفي الرسم العراقي المعاصر .
- 2- ضرورة إطلاع دارسي النقد و الفن لما انتهى إليه البحث، لما يحقق معرفة بآليات اشتغال بنية العلامة البصرية وبعدها التداولي في الفن المعاصر .
- 3- الإفادة من البحث الحالي في إغناء الدروس النظرية لفن التصميم والكرافيك وفلسفة الفن.
- 4- ضرورة ترجمة الكتب الاجنبية بخصوص مصطلح البعد التداولي للعلامة البصرية .

رابعاً: المقترحات

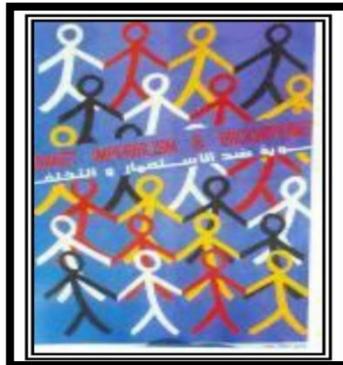
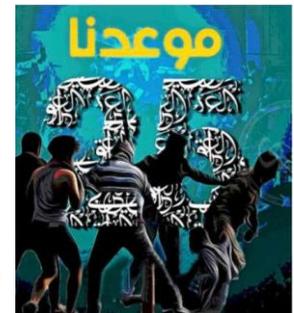
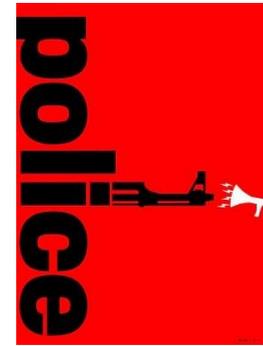
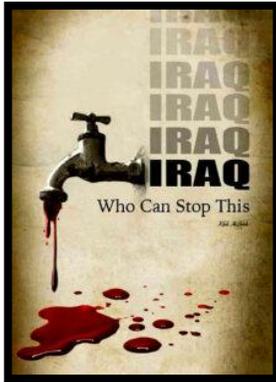
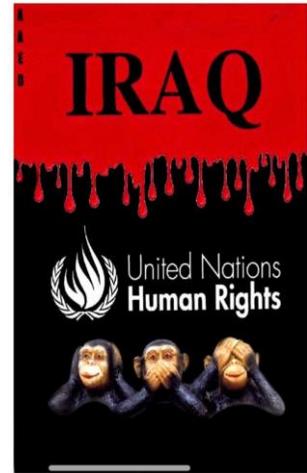
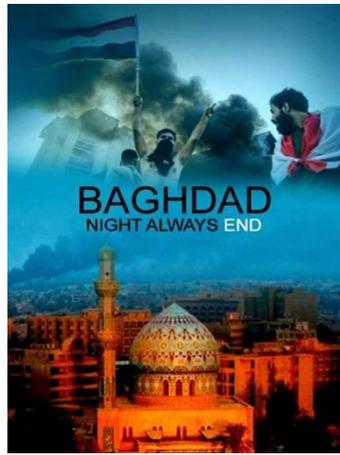
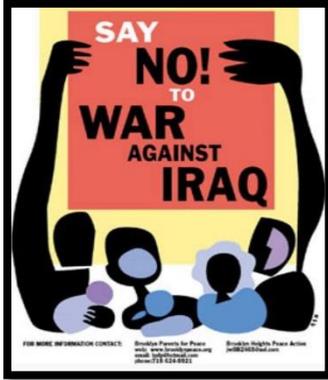
بعد استكمال متطلبات البحث . يقترح الباحثان إجراء الدراسات الآتية .:

- 1- العلامة البصرية وبعدها التداولي في الملصق العالمي المعاصر.
- 2- العلامة البصرية وبعدها التداولي في الملصق العربي المعاصر.

References

1. Ahmad, Muhammad Shehab: *Architecture, Rules and Methods of Building Evaluation*, 2nd floor, Majdalawi House for Publishing and Distribution, Amman - Jordan, 2008.
2. Blachet, Philip: *Pragmatics from Austin to Grafman*, 1st Edition, translated by: Saber Al-Habasha, Dar Al-Hiwar for Publishing and Distribution, Syria, 2007.
3. Bou Jadi, Khalifa, in *Pragmatic Linguistics with a Rooting Attempt in the Old Arabic Lesson*, House of Wisdom, Algeria, Edition 1, 2009.
4. Gad Al-Karim, Abdullah, *Deliberativeness in Development Studies*, Dar Al-Adab, Cairo, 2014. .
5. Al-Jerjani, Ali bin Muhammad: *The Book of Definitions*, House of Revival of Arab Heritage, Beirut, 2003.
6. George Paul, *Pragmatics*, translated by: Qusai Al-Atabi, Arab House for Science, 1st Edition, Beirut 2010.
7. Johnson, R. F: Al-Gamaliya, see: Abdul Wahid Lulua, Publications of the Ministry of Culture and Arts, Freedom House for Printing, Baghdad, 1978.
8. Jerome, Bayrom: *The Science of Sign (Simology)*, T: Munther Ayachi, Tlass House for Studies, Translation and Publishing, Syria, 1992.
9. Al-Hamdani, Fayez Yaqoub: *Color is Civilization*, 1st Edition, General Cultural Affairs House for printing, Baghdad, 2007.
10. Daskal, Marcello: *Contemporary Semiological Trends*, Semiotic Research Series, T: Hamid Al-Hamdani et al., Casablanca, 1987.
11. Al-Douri, Suhad Abdul-Jabbar: *The relationship of space and time and their impact on two-dimensional design*, 1999.

12. Rosenthal, M. and b. Youdin and others (: The Philosophical Encyclopedia, 2nd Edition, T: Samir Karam, Dar Al-Tali'a, Beirut, 1980).
 13. Al-Salami, Ali: Media Department, Dar Al-Maaref, Cairo, 1969.
 - 14- Smith, Edward, et al: Postmodern Art, Small Encyclopedia Series No. 234, Wesian University Press, 1991.
 15. Shalak, Ali: Art and Beauty, University Foundation for Studies, Publishing and Distribution, Cairo, 1982.
 16. Saliba, Jamil: The Philosophical Dictionary, Part 1, Lebanese Book House, Beirut, 1982.
 17. Abdel Hamid, Shaker, Visual Arts and the Genius of Perception, Ain Publishing House, Cairo 2007.
 18. Abdel Rahman, Taha: On the Origins of Dialogue and the Renewal of Theology, 2nd Edition, The Arab Cultural Center, Beirut, 2000.
 19. Abdul Qadir, Hamad Ahmed: The Role of Media in Development, Dar Al-Rasheed, Ministry of Culture and Information, Baghdad. 1982 .
 20. Abbou, Faraj: The Science of the Elements of Art, Volume 2, Delphine Publishing House, Milan, Italy, 2, 198.
 - 21- Al-Azzawi, Dia: The Art of Posters in Iraq, A Study of its Beginning and Development, Ministry of Culture and Information, Al-Adeeb Press, 1974.
 - 22- Al-Azzawi, Dia: The Art of Posters in Iraq, A Study in Its Beginning and Development, Ministry of Information, Al-Adeeb Press, Baghdad, 1974.
 - 23- Fisher, Ernst: The Necessity of Art, T: Saad Halim, The Egyptian General Authority for Authoring and Publishing, Egypt, 1971.
 24. Laland, Andre: Laland Philosophical Encyclopedia (1-2-3), see: Khalil Ahmed Khalil, Oweidat Publications, Beirut, Paris, 1996.
- Magazines and periodicals.
- 25- Bengrad, Said: Peirce's Semiotics, in Signs magazine, No. (1), Casablanca 1994.
- Letters and Letters
26. Ismail, Ismail Shawky: Art and Design, Faculty of Art Education, Helwan University, Omrania Offset Press, Egypt, 1999.
 27. Barbar, Issa: The deliberative dimension in the communicative process, the poetry of Prince Abdul Qadir Al-Jazaery - a model, an unpublished doctoral thesis, Faculty of Arts and Arts, Ahmed Ben Bella University, Oran 1, Algeria, 2016.



DOI: <https://doi.org/10.35560/jcofarts106/363-384>

The deliberative dimension of the visual sign in the contemporary Iraqi poster

Nawras Oday Ali Al quraeshe ¹

Qassem Khudair Abbas ²

Al-Academy Journal Issue 106 - year 2022

Date of receipt: 16/10/2022....Date of acceptance: 10/11/2022.....Date of publication: 15/12/2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstract:

The current research dealt with (the deliberative dimension of the visual sign in the contemporary Iraqi poster) in an attempt to identify the importance of the contemporary poster and the role of the international dimension of the visual sign of exceptional importance.

What is the international dimension of the visual mark?

-What is the effect of the visual label on the contemporary Iraqi poster?

The current research aims to identify the pragmatic dimension in the contemporary Iraqi poster.

Across the temporal and spatial research boundaries of the year (2000-2020) in Iraq. The limits of the objective research The limits of this study on the pragmatics in the visual sign and the determination of the relationship between them and its dimensions in the Iraqi poster.

As for the second chapter, the theoretical framework and previous studies, the research included two topics:

-The first topic (approaches of the deliberative dimension in the visual sign).

The second topic (the aesthetics of the contemporary poster).

As for the third chapter represented by the research procedures, the researcher followed the descriptive approach in the style of content analysis to achieve the objectives of the research.

The research community included a group of contemporary posters obtained by the researcher through the Internet. The current research community reached 12 models. The

¹ College of Engineering- AlNahrain University, nawrasalquraeshe@yahoo.com .

² Collage of fine art –Babilon University.

research sample was intentionally selected according to a set of justifications. The research sample consisted of 5 models

As for the fourth chapter, it included the results of the research that the researcher reached through her analysis of the research sample models, the most important of which are:

-1The artworks presented a pragmatic dimension of the visual sign in various cases and methods of presentation as in all models.

-2The visual sign appears in a symbolic design style in order to achieve its deliberative purpose, as in all models.

As for the conclusions:

The diversity of showing the structure of the international dimension of the visual sign in-1 contemporary times.

The design structure contained the international dimension of the visual mark in contemporary times-2 and a function with a marketing purpose

The researcher recommended:

The researcher recommends encouraging graduate students to investigate the functional concepts of the visual sign and its effective role in society and in contemporary Iraqi painting.

The researcher suggested conducting a complementary study to her current research: The Visual Sign and its Deliberative Dimension in the Contemporary World.

The research concluded with sources and appendices

Keywords: dimension, deliberative, poster.