

The Role of Context in Graphic Design

Akram jirjis Nehme ¹

Ayass Abbas Yssin ²

Al-Academy Journal-Issue 107

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

Date of receipt: 15/1/2023

Date of acceptance: 5/3/2023

Date of publication: 15/3/2023



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

Abstract:

The need for an intellectual understanding of the context from many aspects' dictates understanding the ways through which the graphic designer walks in simulating the intent of the design process and elevating it to levels of communicative perception that leads to communicating the idea to the recipient, and it is thus a need closely related to the context, if it is historical. Culturally or socially, and between the mechanisms of selecting and operating the elements and units of the graphic and design achievement. On this basis, the role of context in graphic design can be studied.

The research included four chapters, the first chapter of the research problem and the need for it, and the aim of the research was (discovering the role of context in graphic design), and then the importance of the research. As for the second chapter, it included the theoretical framework, and it may consist of two chapters, the first is (the concept of context and its types), and the second chapter is (context in design), and then the third chapter (research procedures), as the researchers adopted the descriptive approach as a way to analyze the content, based on what emerged The theoretical framework of the indicators, and then the research sample was intentionally chosen, for models of global slogans, to achieve the goal of the research, and then the research came out with results and conclusions, including:

1- Following the historical context in designing logos resulted in belonging to the inherited ideas of each time period and embodying them within their temporal transformations, and this appeared in the two models.

2- Employing shorthand treatment, specifically in the first model, led to achieving ease of reception.

Keywords: context, graphic design.

¹ University of Baghdad / College of Fine Arts. dr.akram@cofarts.uobaghdad.edu.iq .

² University of Baghdad / College of Fine Arts. ayassabbas76@gmail.com

دور السياق في التصميم الجرافيكي

أكرم جرجيس نعمة¹

إياس عباس ياسين²

ملخص البحث:

تملي الحاجة الى الفهم الفكري للسياق من عدة جوانب الى فهم السبل التي يسير من خلالها المصمم الجرافيكي في محاكاة المبتغى من العملية التصميمية والارتقاء بها الى مستويات من الادراك الاتصالي الذي يؤدي الى ايصال الفكرة الى المتلقي، وهي بذلك حاجة ذات ارتباط وثيق بين السياق ان كان تاريخيا او ثقافيا او اجتماعيا وبين آليات اختيار واشتغال عناصر ووحدات المنجز التصميمي والجرافيكي ، وعلى هذا الاساس يمكن دراسة دور السياق في التصميم الجرافيكي .

تضمن البحث اربعة فصول تكون الفصل الاول من مشكلة البحث والحاجة اليه، وكان هدف البحث هو (الكشف عن دور السياق في التصميم الجرافيكي)، ومن ثم اهمية البحث، وحدد البحث بثلاثة حدود موضوعية وزمانية ومكانية، فضلاً عن تحديد مصطلحات البحث. أما الفصل الثاني فقد تضمن الاطار النظري، وقد تكون من مبحثين، الاول هو (مفهوم السياق وانواعه) ، والمبحث الثاني (السياق في التصميم)، ومن ثم الفصل الثالث (إجراءات البحث)، إذ اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي طريقة لتحليل المحتوى، استناداً لما تمخض عنه الاطار النظري من مؤشرات، ومن ثم تم اختيار عينة البحث بصورة قصدية، لنماذج من الشعارات العالمية . لتحقيق هدف البحث، ومن ثم خرج البحث بنتائج واستنتاجات، منها:

- 1- نتج عن اتباع السياق التاريخي في تصميم الشعارات انتماء للأفكار الموروثة لكل حقبة زمنية وتجسيدا لها ضمن تحولاتها الزمنية، وظهر ذلك في النموذجين.
- 2- ادى توظيف المعالجة بالاحترال وتحديد اى الانموذج الاول الى تحقيق سهولة في التلقي.

الكلمات المفتاحية: السياق، التصميم الجرافيكي.

الفصل الأول:

1-1 مشكلة البحث

تهدف العملية التصميمية من خلال جملة العمليات الفكرية والتقنية الاظهارية الى ايصال رسالة محددة احياناً ومفتوحة المعنى احياناً اخرى ، وفي سبيل الوصول لتلك المعاني لا بد من السير ضمن طريق محدد لقرأة تلك المعاني من خلال قواعد واسس وعلاقات تسير بجملتها ضمن سياق ، والسياق هنا جاء بمعناه التصميمي الباب الذي ندخل من خلاله الى الفهم للعملية الاتصالية برمتها ، واذا ما ارتبط السياق بالفهم

¹ جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة/ dr.akram@cofarts.uobaghdad.edu.iq

² جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة/ ayassabbas76@gmail.com

كان الاتصال مفعول ، ومن هذا المنطلق يسبر الباحثان اغوار موضوعة دور السياق في فهم وقراءة المنجز الجرافيكي كنتائج لعلمية الاتصال البصري ، من خلال طرح التساؤل التالي :

ما هو دور السياق في التصميم الجرافيكي؟

1-2 اهمية البحث:

افادة العاملين والدارسين في حقل التصميم الجرافيكي فيما يخص دور السياق في قراءة المنجز الجرافيكي.

1-3: هدف البحث :

التعرف على دور السياق في قراءة وفهم المنجز الجرافيكي.

1-4 : حدود البحث:

1- الحد الموضوعي : دراسة دور السياق في قراءة المنجز الجرافيكي .

2 – الحد المكاني: الولايات المتحدة الامريكية .

• المبرر: مقرر شركة (الليغو) لإنتاج العاب الاطفال والوكالات التجارية الاعلانية التي انتجت الاعلانات الخاصة بالشركة .

3 – الحد الزمني : 2014 – 2018

• المبرر: وذلك بغية تتبع الحملة التي اطلقتها الشركة المنتجة (الليغو) لحملة اعلانية ذات توجه تظهر فيها التوليدية بشكل واضح ، وكذلك حازت الاعلانات المذكورة على تصنيف افضل اعلان في الازمنة المذكورة حسب تصنيف موقع -<https://www.designer-daily.com/the-best-lego-ads-with-a-touch-of-humor-56584>

4 1 – 5 : تحديد المصطلحات :

- السياق :

لغويًا: مصدر ساق سياق الكلام: مَجْرَاهُ، سَرْدُهُ سياقٌ فِكْرِهِ ، السِّيقُ: النَّزْعُ الأخيرُ، أيُّ في حالةِ اختِضارٍ ، السِّيقُ : المَهْرُ ، وفي (العلوم اللغوية) ظروف يقع فيها الحدث أو يُساق فيها الكلام (Al Waseet, p. 465) اصطلاحاً: السياق هو البيئة التي تحيط بالكلمة أو العبارة أو الجملة وتستمد ايضاً من السياق الاجتماعي وسياق الموقف وهو المقام الذي يقال فيه الكلام بجميع عناصره من متكلم ومستمع . (Foze,2013,p111)

إجرائياً: جملة العناصر المكونة للموقف او الحال الذي يكون فيه مقام التكوين او الانشاء وما يتطلبه من عمليات وكذلك القراءة للمنجز الجرافيكي المتحققة من خلال عملية الاتصال البصري بين المتلقي والمنجز النهائي بمعناه ووظيفته .

الفصل الثاني : المبحث الاول :

1-1-2 مفهوم السياق وأنواعه :

يعد السياق في الشأن الثقافي عموماً والشأن الفني خصوصاً من الاهمية التي تضعه كركن لا يستغنى عنه ، اذ يكون المعنى اللفظي او البصري احياناً ليس المقصود به في الخطاب ولا يوجد له مرادف في القاموس

للغوي ، بمعنى استعمال اللفظ بدلالة أخرى مغايرة أو متقاربه ، وهو ما يطلق عليه العلماء العرب بالاتساع أو سعة الكلام ، ويكون السياق بمفهومه منقسم إلى لغوي لفظي لساني ومفهوم الحال والموقف ، (فالمفهوم الأول هو الأكثر شيوعاً في البحث المعاصر ويتضح بهذا المفهوم أنه تجسيد لتلك التتابعات اللغوية في شكل الخطاب ، من وحدات صرفية وصوتية ومعجمية وما بينهما من ترتيب وعلاقات تركيبية ، أما في القسم المفهومي الثاني للسياق وهو الظروف والمواقف والاحداث التي ورد فيها الخطاب بصريا أو لغويا) (Abduljalil,2002,p.549) ، لذا فإن السياق هو المكان الذي يسمح للمشتغل الفني الخوض فيه متخذاً من المواقف التاريخية والحال الاجتماعي مرتكزا في ابداعه الفني ، وفي رأي الباحثان يكون هذا المرتكز بوابة الحصول على الافكار ومن ثم التشكيل البصري لها من خلال البحث القائم على مقتريات الموضوع المصمم له .

وفي سياق متصل فإن النظر من منظار السياق الاجتماعي والتاريخي والثقافي يسمح للمتلقي بأن يخرج بعناصر جد مهمة لقراءة الخطاب واستكشاف توجهاته الفنية والابداعية والوظيفية ، فإن كل ابداع انساني هو في ارتباط وثيق بما يعيشه ويحيط به ويؤثر فيه ، ومن تلك العناصر المستخرجة من العمل الفني وخصوصا المنجز الجرافيكي هي (الفكرة – المعنى – الفائدة – الوظيفة – النفعية) وغيرها من العناصر ذات الارتباط بالسلعة او الخدمة و بشكلها الاعلاني .

وللسياق عناصر ومكونات لا بد من الوقوف عندها بشكل موجز ، اذ شبه جون لاينز* عناصر السياق ((بنسيج العنكبوت الواسع المتعدد الابعاد والذي يمثل كل خيط فيه احد هذه العناصر وتمثل كل عقدة فيه وحدة ذات ارتباط بالمعنى الفكري ، وانه من غير الممكن اعطاء معنى لفكرة من دون وضعها في تركيب)) (John,1987,p.83) ، والتركيب هنا ومن باب المقاربة التصميمية يتكون من مجموع العناصر المكونة للمنجز الجرافيكي بما يتضمن من نواة او عنصر اساس الا وهو الفكرة وما يتبعها من عناصر تصميم تتشكل وتراكم على اساس علاقات محددة تظهر لنا المنجز الجرافيكي بشكله النهائي مرتكزا على السياق الذي جاءت فيه من حيث المعنى والظهار .

وفي رأي الباحثان فإن السياق لا ينشئ قبل التصميم ولا بعده ، ولكن السياق هو بالاصل موجود وانما المصمم يتعامل معه ويصمم من اجله وينجز على غرار القوة السياقية بالاساس ، وللقوف اكثر على ما للسياق من دور في قراءة المنجز الجرافيكي ، لا بد من الاشارة الى ان هناك انواع للسياق ، التي يجدر على المشتغلين في تخصص التصميم عموما والجرافيكي خصوصا الانتباه لها ولو بأقل القليل ، لذا لا بد من استعراض تلك الانواع للاستزادة المعرفية .

2-1-2 السياق الثقافي : يمثل هذا السياق منظومة المعتقدات والمعارف والثقافات التي يعيش المتلقي بين ظهرانها ، ويتأثر بها ويؤثر فيها ، والسياق الثقافي (له معنى معين وحدود واضحة وسمات محددة غير قابلة للتعدد والاشترك) ، (Al-Obaidi,2013,p.180) ، بمعنى ان الثقافة المصمّم لها مكونة من عناصر يتفق معها المصمم في عملية البناء التصميمي للرسالة الاتصالية ولا يحيد عنها كونها تمثل الثقافة التي

* جون لاينز : من مواليد 23 مايو 1932 ، هو عالم لسانيات إنجليزي ، يعمل على مجال السيميائيات. بين سنتي 1965 و1969 أصبح رئيس تحرير جريدة اللسانيات. وبين سنتي 1964 و1984 عمل أستاذا للسانيات بجامعة إدنبرة وجامعة ساكس.

ينتمي إليها وكذلك هي التي يصمم من أجلها ، ويؤثر السياق الثقافي بشكل كبير على المصمم من حيث ان الأخير هو نتاج لبيئة تتأثر بالاتجاهات الثقافية السائدة في مجتمع تنتشر فيه مفاهيم ومعتقدات تتغير تبعاً لطبيعة تلك البيئة والمتغيرات التي يمكن ان تطرأ عليها .

3-1-2 السياق الازهارى : تتعدد اساليب الازهار فى التصميم الجرافيكى بحسب نوع المنجز احياناً أو نوع الفكرة احياناً اخرى ، وفي هذا التعدد تظهر طاقة السياق بشكل فاعل ومؤثر فى العملية التصميمية من حيث اختيار النوع أو الاسلوب الازهارى ، فتصميم الشعارات على سبيل المثال تحتاج الى اسلوب اذهارى اختزالى يحمل بين طياته فكرة الرسالة الاتصالية ، (اذ يسعى الفنان - المصمم - دائماً الى تخطي الصورة و التمثيل الصوري رافضاً المحاكاة و التقييد بالمنظور أو الطبيعة و يمكن تخطي الواقع بواسطة اشارات و رموز تحكى المعانى الكامنة خلف الأشياء و بحسب طبيعة العمل الفنى عن طريق الخطوط و الألوان و المساحات و الأشكال الهندسية (Imhaz, 1996, p. 214) .

وهنا يرى الباحثان ان الغرض الوظيفي والجمالي وبحسب طبيعة الخدمة المقدمة يساهم فى تحديد الاساليب التصميمية والتي ما دامت لا تتقيد بقواعد شكلية معينة سوى تأدية الغرض المقصود ، فالتعدد هنا يساهم فى زيادة تحقيق نجاح المصممات بالتلقى والاستفادة من هذا التلقى ايضاً ، لذا فان المصمم يختار الاسلوب المناسب فى التعبير عن فكرته والعناصر المجسدة لها والتي ترتبط بنظام يعزز من فاعليته واتباع اساليب مبتكرة غير مطروقة سابقاً وتحاشي اتباع اساليب تقليدية .

4-1-2 السياق الاجتماعى : يقصد بالسياق الاجتماعى كافة العناصر المرتبطة بالمجتمع وثقافته والنظام الاجتماعى العام السائد فيه ، وبمعنى أكثر وضوح وشمول ، هو البيئة الاجتماعية ذات التأثير على نشاط وممارسات الانسان ويدخل فى هذا الصدد متغيرات البناء الاجتماعى وعناصر الثقافة والنظم الاجتماعية والتركيب الثقافى والتعليمى وحجم السكان وخصائصهم الديموغرافية ، كذلك يشمل السياق الاجتماعى عدداً من العوامل من بينها المجموعات الاجتماعية التي ينتمي إليها المتحدث أو المرسل للرسالة البصرية ، والعلاقات الاجتماعية بينه وبين المتلقى والتعامل الاجتماعى بينهما ونوعية هذا التعامل والمعرفة المشتركة بين المشتركين سواء كان ذلك لغوياً أو بصرياً شكلياً .

وفي معرض الحديث ضمن متطلبات البحث وفى السياق الاجتماعى تفصيلاً ، يكون الفن عموماً والتصميم الجرافيكى بالتحديد (اداةً مهمةً من ادوات التعبير والتغيير التي يوظفها الفنان - المصمم - ويستخدمها للتعبير عن قضايا المجتمع ، بحيث يحول القضايا الاجتماعية وينقلها من الحيز الخاص حيز الفنان ومحيطه الى الحيز العام) (Raafat, 2020, p. 272)

وفي سياق متصل ايضاً تكمن درجة الربط بين الفن والمجتمع عتبات فكرية يرتقمها المصمم والمتلقى فى أن واحد ليشكلا معاً الفهم للعملية الاتصالية ، وهو مدعاة حقيقية للوقوف أكثر عند تلك العتبة الاجتماعية ومعرفة تأثيراتها على البناء الفكرى للمنجز الجرافيكى .

الفصل الثاني : المبحث الثاني :

2-2-1 السياق في التصميم : من الواضح ان على المصمم ان يبحث كثيراً قبل ان يشرع في عملية التصميم ، الا ان بحثه لا يكون بحث عشوائي ، بمعنى ان الانتقائية يجب ان تكون حاضرة في عملية التقصي ضمن السياق الذي تحدده جملة عوامل ومنها (نوع المنجز الجرافيكي - الجمهور المستهدف - اساليب الازهار - المكان والزمان) وغيرها من العوامل التي يمكن ان تحدد السياق الذي يجب السير ضمن حدوده في عملية البحث ، على سبيل المثال في الحملات الدعائية لأي شركة لديها منتج غذائي او مشروب غازي او طبيعي تقوم الشركات والوكالات الاعلانية بعمليات بحث وتقصي تشمل جملة من المعطيات التي تحدد



المرتكزات الاولية للحملة الاعلانية ، ومنها الزمن المراد طرح المنتج خلاله كشهر رمضان الذي طالما تنتشر فيه الاعلانات الخاصة بالاعذية فتتخذ الشركات المنتجة من خلال وكالاتها الاعلانية اختيار الاشكال والعناصر التي تلائم الشهر الفضيل ولها تأثير على المستهلك بشكل كبير وكما موضح في الشكل رقم 1 .



لذا فأن السياق هنا يعد كل من البيئة والظروف والزمان والمكان والجمهور المستهدف وعوامل اخرى يتم فيها انتاج المنجز الجرافيكي وبعبارة اخرى ، هو كل من الافكار والتوجهات الفكرية والمفاهيمية والبودقه التي تنصهر بداخلها التفسيرات والاحكام ، لذا فأن السياق هو المفتاح الذي يمكن من خلاله فهم كل شيء ، والسعي لفهم التصميم عبر طبيعة التصميم كفن تطبيقي ، لا يتجزأ عن العلوم الاخرى والفلسفات التي لا تنفصل عن ثقافة المجتمع ، (Kantor, 1982, p. 244).

مما تقدم يرى الباحثان الى ان اعتماد عدد كبير من الشركات في اعلاناتها على المواد الازهارية خصوصا الاعلانات الطرقية الخارجية يحتم عليها - اي الشركات - ان تخضع لسياق البيئة والظروف التي تحيط بمكان الاعلان من حيث الاستقطاب وشد البصر للجمهور المستهدف وكذلك العوامل البيئية التي يمكن ان تسبب تلف باللوحات الاعلانية وايضاً استغلال تعاقب الليل والنهار في اظهار الفكرة الاعلانية واستخدام الانارة الليلية على اللوحة الاعلانية للأشارة الى ان مكان البيع متاح ليلاً كما في الصورة رقم (2) .

والجدير بالذكر ان المصمم او فريق الحملة الاعلانية يصعب عليهم التحكم بمزاج المتلقي وتجاربه الشخصية ، الا ان اتباع سياق ثقافي واجتماعي معين يحفز المتلقي للدخول الى دائرة العقل الجمعي ليكون محيط تلك الدائرة ضاغظ باتجاه تبني فكره او اعجاب بمنجز جرافيكي اعلاني يؤدي الى اتخاذ قرارات سواء كانت رغبة شرائية او شكل يحفظ في الذاكرة طويلة الامد .

ووللوقوف أكثر على حيثيات دور السياق التصميمي في تحديد هوية العمل البصري وقراءته – اي المنجز الجرافيكي – لابد من تسليط الضوء على الاساليب الفنية التصميمية التي يتبناها المصمم كطريق يسلكه وكسياق يتبعه لظهار المنجز ، ولأهمية موضوعه السياق الازهارى يورد الباحثان عدد من الاساليب الازهارية والمعالجات التصميمية .

2-2-2 السياق التصميمي من حيث الاساليب الازهارية :

أولاً: الاسلوب الفكتوري (Victorian) : ظهر هذا الاسلوب في فترة العصر الفيكتوري لبريطانيا - فترة حكم الملكة فيكتوريا - التي استمرت من عام 1837 إلى عام 1901 ، أحب الفيكتوريون الأشياء المعقدة والمزخرفة ، وانتشر هذا التأثير على جميع مجالات التصميم بما في ذلك الهندسة المعمارية والطباعة ، كما موضح في الشكل رقم (3) (Faizan, bhattifaizan.medium.com)



شكل رقم (3) اعلانات مصممة بالأسلوب الفكتوري - المصدر Pinterest

ثانياً: اسلوب الفن الحديث (Art Nouveau) : اسلوب الفن الحديث هو نمط من الفن الزخرفي ، وتصميم بارز في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية من حوالي 1890 حتى حوالي 1920 ، اذ تتميز التصميمات بالخطوط المعقدة والمنحنيات الكثيفة على أساس الأشكال المستمدة من الطبيعة النباتية ، كذلك من اهم ما يميز هذا الاسلوب استخدام الاشكال الانثوية. كما موضح في الشكل رقم (4) . (Faizan, bhattifaizan.medium.com)



شكل رقم (4) اعلانات مصممة بأسلوب الفن الحديث - المصدر Pinterest

ثالثاً: الاسلوب المستقبلي (Futurism) : لم تكن المستقبلية حركة فنية فحسب ، بل كانت أيضا حركة اجتماعية تطورت في إيطاليا في أوائل القرن العشرين ، اذ شددت على السرعة والتكنولوجيا والشباب

والعنف واستخدام اشكال ورموز تعبر عن ذلك مثل السيارة والطائرة والمدينة الصناعية . كما موضح في الشكل رقم (5) . (Meggs,1998,p122)



شكل رقم (٥) اعلانات مصممة بالأسلوب المستقبلي - المصدر Pinterest

رابعاً: أسلوب المدرسة السويسرية (Swiss/International Style Graphic Design): لقد كان أسلوب التصميم الذي نشأ في سويسرا في الأربعينيات من القرن الماضي الذي غالباً ما يشار إليه بالنمط الطباعي الدولي أو النمط الدولي، هو الأساس الذي يقوم عليه تطور التصميم الجرافيكي خلال منتصف القرن العشرين وحتى أواخر القرن العشرين بقيادة المصممين في مدرسة زيوريخ للفنون ومدرسة بازل للتصميم، وهو أسلوب يفضل البساطة، والوضوح والموضوعية. كما موضح في الشكل رقم (6) (Meggs,1998,p207)



شكل رقم (٦) اعلانات مصممة بأسلوب المدرسة السويسرية - المصدر Pinterest

خامساً: أسلوب الواقعية البطولية (Heroic Realism): الواقعية البطولية هو مصطلح يصف الفن والتصميم الجرافيكي المستخدم كدعاية مرتبطة بالنمط الواقعي الاشتراكي التابع للنظام الفكري الشيوعي، ومن خصائصه يمكن التعرف عليها بسهولة من الاسم. والواقعية، وتصوير الأرقام بأنواع مثالية، أبطال أو رموز، استخدمت التصورات الواقعية البطولية لنشر الثورة في الاتحاد السوفيتي خلال زمن لينين. شكل رقم (7) (Stefan, www.mediaheroes.com.au)



شكل رقم (٧) اعلانات مصممة بأسلوب الواقعية البطولية - المصدر www.onlinedesignteacher.com

سادساً: أسلوب الحداثة المبكرة (Early Modern): كسر الفنانين والمصممين من التقليد من خلال أسلوب الحداثة المبكرة، وهو نمط جديد من التصميم الذي من شأنه ترك أثر على جميع الفنانين والمصممين في جميع أنحاء العالم، ووصف الفنانين الحديثين هذا الأسلوب بأنه جديد أو تجريبي، لأنه غير الطريقة التي اعتادها الآخرون في التصميم والفن. كما في الشكل رقم (8). (Stefan, www.mediaheroes.com.au)



سابعاً: أسلوب الحداثة المتأخرة (Late Modern): وتشمل الحداثة المتأخرة الإنتاج العام للفن الأخير الذي تم ما بعد الحرب العالمية الثانية والسنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين، المصطلحات غالباً ما تشير إلى أوجه الشبه بين الحداثة المتأخرة وما بعد الحداثة على الرغم من وجود اختلافات، في حين أن المصطلح الغالب للعمل الفني المنتجة منذ 1950 هو الفن المعاصر. كما في الشكل رقم (9) (Meggs,1998,p254)



2-2-3 السياق التصميمي من خلال المعالجات التصميمية:

أولاً- المعالجة بالاختزال: الاختزال بوصفه فعل تقني يستخدمه الفنان المصمم في انجاز ابداعاته الفنية الرقمية او الطباعية، هو من التقنيات التصميمية القديمة جداً، فقد استخدم في الرسوم البدائية على جدران الكهوف التي استخدمها الانسان كماوى له وقد عبرت بشكل واضح عن بدايات الاختزال الشكلي الاولى، ويعد الاختزال من الاساليب التقنية المهمة في العملية التصميمية التي توصف بأنها متعددة وذات تداخلات طالما يحاول المصمم فك ذلك التشابك ويعمل من خلاله الى تحقيق الرسالة الاتصالية محققاً

بذلك الهدف الوظيفي والجمالي لها ، وفي نظرة متفحصة لخارطة العمل التصميمي وسبل تصنيع الافكار وتطوير جودة استقبالها نجد ان في عمليات الاختزال الشكلي تنامياً شكلياً من خلال شبكة معرفية تؤدي دوراً هاماً في حسن تداول الفكرة بشكلها النهائي كمنجز تصميمي جرافيكي وحسن ادراكها كذلك من قبل المتلقي الذي بات يميل الى المختصرات والايقونة بفعل التراكم البصري المستند على انتشار الثقافة الرقمية التي نعيش اثارها اليوم .

وتجدر الاشارة الى ان المعالجة بفعل الاختزال ينتج اشكالاً (ناتجة عن معالجات اختزالية تبقى شيئاً من دلالات تلك الاشكال الواضحة في قوتها الوظيفية وليس كما في الفن التجريدي ، حيث يعد الفن التجريدي مسألة شخصية تماماً تابعة لمنظورالفنان الشخصي) (Wajih,1980,p.5) وتلك الاشكال الناتجة عن الفعل الاختزالي تتمظهر كثيراً في تصميم الشعارات والايقونات التي تصمم لخدمة الاستخدام الرقمي سواء في المواقع الالكترونية او الاستخدام في واجهات اجهزة الهواتف المحمولة الحديثة شكل رقم (10) .



وهنا يرى الباحثان ان النتاج التصميمي بفعل المعالجة الاختزالية ، يستند المصمم فيه على الموروث وعلى ما يحويه صندوق الذاكرة البصرية لديه اولاً وعند المتلقي ثانياً ، وكل ذلك بالتأكيد خاضع الى شروط ضاغطة ومحددات عمرية واجتماعية وجنسية بطبيعة الحال ، وهذا النتاج التصميمي المختزل انما يكون خاضع لعملية التجريب وتحديد آليات انتاجه في العملية البنائية التصميمية الى جانب الاستشفاف لعملية التلقي لدى المتلقي ، ومثال على ما تقدم ، يستلهم المصمم الجرافيكي في كثير من الاحيان الاشكال المصممة من الواقع والطبيعة ، وفي كثير من الاحيان ايضا يعمل على استنباط الافكار من العمليات التي تتم في انتاج مادة او منتج معين ، ويقوم بفعل الاختزال هنا وتحويل تلك الافعال الى رموز تختصر الفعل الانتاجي ، كما هو واضح في صورة ل احد برامج المونتاج الرقمية الفديوية تحديداً . شكل رقم (11) .



شكل رقم (١١) يوضح استنباط الاختزال من الواقع - تصميم الباحث

وبما أننا نأزاء فعل تصميمي تقني مرتكز على الحذف والاستغناء عن كل ما يثقل الفكرة التصميمية ويقف حائلاً في أحيان كثيرة عن إجراء التوصيل للرسالة الاتصالية ، فلا بد من الإشارة الى دور المتلقي او المستخدم في عملية الاستلام والتلقي من خلال ادراكه للتصور النهائي للمنجز التصميمي وفرصة مشاركته في التفسير والفهم ، وهو بذلك – أي المتلقي – ومن خلال استقراء الافكار ناتجة عن ذلك الفعل التصميمي يسهم في تطوير الافكار وانتاج المزيد منها ضمن حيز التغذية الراجعة والتي دائماً ما تتخذها الوكالات الاعانية الكبيرة مرتكزا لها في العمل .

ثانياً: **المعالجة بالتكثيف** : يستخدم التكثيف كمعالجة اظهرية للتعبير عن معنى غني بالوحدات والمفردات التصميمية فكراً وشكلاً ، فالمكون التصميمي الناتج عن استخدام هذه المعالجة يعبر بالضرورة عن حاجة وظيفية يرتأى المصمم من خلالها تقديم الفكرة التصميمية بأستخدامها دون ان يسبب ذلك تشويشاً او اثار يسبب هروب للمعنى .

ويعد التكثيف حالة من حالات تنظيم الاشكال في الفضاء ، وهو طريقة تقتضيها الفكرة التصميمية من اجل ايصالها ، وهناك محددات في عملية التكثيف اهمها عدم الافراط في استخدام الافكار والاشكال ، اذ يسعى المصمم الجرافيكي من خلال هذه المعالجة لتحقيق استقطاب المتلقي الى بؤرة مركزية في الناتج التصميمي ينطلق منها الى فهم وادراك بصري لباقي الوحدات سعياً من الاثنتين – المصمم والمتلقي – الى ربط المعنى واستكمال الصورة ، (فالتكثيف هنا نقصد به هو قراءة النص ودالته بصورة واضحة ومعلومة لدى المتلقي مما يخلق نوعاً من اللذة الحسية والذهنية تجاه النص والصورة والشكل ، والابتعاد عن الصور المركبة حتى لا ترهق عين المتلقي. فلا بد من التصميم أن يحرك ادراك وسلوك المتلقي في اختياره لمفردات واشكال لها التأثير في قوة وجمال التصميم . (Al-Akabi 2014 p. 282)

ونظراً لتعدد الوحدات وتنوع صفاتها البنائية التي اتخذت موضعاً في الفضاء التصميمي ، يتشكل التكثيف كمعالجة اظهرية سعياً من المصمم لتحقيق الهيمنة الابصارية من خلال المجال المرئي لكافة الوحدات والعناصر المكونة للمنجز التصميمي ، والذي يمكن ان يتحقق بالاستناد على المبدأ التصميمي في قيادة العين مباشرة الى اكثر المواقع تأكيداً في البناء الشكلي الاخير ، من ثم انتقالها الى الأجزاء الأخرى بحسب ترتيب أهميتها الوظيفية وفعاليتها في الناتج التصميمي، وفي رأي الباحثان ومن اجل التوصل الى نوع من الموازنة الشكلية لعملية التلقي على المصمم ان يتوصل الى حلول تنظم الحالة التكثيفية هذه وتوحد صفاتها البنائية ومعالجة علاقات عناصرها وربطها ببعض من خلال التعكز على (التدرج – الايقاع - القيم الضوئية) بغية الوصول الى تحقيق الوحدة كأحد الاسس والوحدة الفكرية للرسالة الاتصالية وهي الهدف في نهاية المطاف .

وإذا ما تم التسليم بأن المعالجة الأظهرية من خلال التكثيف تعتمد على المبالغة في توظيف عدد من الوحدات التصميمية المتنوعة في انتاج المنجز الجرافيكي المتنوع (كأغلفة الكتب او الملصقات او حتى الشعارات) وباعتماد التكنولوجيا المتطورة للحاسوب من خلال إضفاء المتعة الابصارية بالتعكس مع فكرة البساطة في التشكيل ، فنحن هنا امام كسر للقواعد التصميمية التي تؤدي الى تحقيق القوة البصرية المرتكزة في موقع ما ، أي بمعنى التركيز على البؤرة ، وهو ما نهجته واتسمت به مدارس الفن الحديث

الدادائية والمستقبلية كنوع من التنوع في الاظهار وإضفاء تعبيرات توحى بالحركة والانتقالية الزمانية والمكانية في ذات الحيز الفضائي للمنجز التصميمي . شكل رقم (12)



شكل رقم (١٢) غلاف مجلة مصمم بأسلوب المدرسة المستقبلية
تظهر في المعالجة بالتكثيف - المصدر
www.pinterest.com

مؤشرات الاطار النظري :

- 1 - السياق لا ينشئ قبل التصميم ولا بعده ، ولكن السياق هو بالأصل موجود وانما المصمم يتعامل معه ويصمم من اجله وينجز على غرار القوة السياقية بالأساس .
- 2 - الثقافة المصمّم لها مكونة من عناصر يتفق معها المصمم في عملية البناء التصميمي للرسالة الاتصالية ولا يحيد عنها كونها تمثل الثقافة التي ينتمي اليها وكذلك هي التي يصمم من اجلها في احيان كثيرة .
- 3 - ان الغرض الوظيفي والجمالي وبحسب طبيعة الخدمة المقدمة يساهم في تحديد الاساليب التصميمية والتي ما دامت لا تتقيد بقواعد شكلية معينة .
- 4 - الشكل الناتج عن المعالجات الاختزالية لا بد أن تبقي شيء من دلالاته الواضحة في قوة الوظيفة وليس كما في التجريد الفني .
- 5 - يستخدم التكثيف كمعالجة اظهرية للتعبير عن معنى غني بالوحدات والمفردات التصميمية فكرا وشكلا ، فالمنجز التصميمي الناتج عن اتباع هذه المعالجة يعبر بالضرورة عن حاجة وظيفية يرتأي المصمم من خلالها تقديم الفكرة التصميمية باستخدامها دون ان يسبب ذلك تشويشاً او اكلار يسبب هروب للمعنى .

اجراءات البحث :

مجتمع البحث مجموعة مختارة من الملتصقات التوعوية والاعلانية التحفيزية الاكثر قرباً من موضوعه البحث من حيث سياق الشكل والاسلوب الفني والتقنية الاظهرية والتي انتجتها وكالة اعلانية لصالح شركة (ليغو) المتخصصة في انتاج لعب الاطفال ، والتي تتضمن حملات دعائية ، ونظراً لسعة المجتمع اعتمد الباحث في اختيار نماذج الدراسة بشكل قصدي وذلك للأسباب التالية :

1 - قرب النماذج المصممة من الطرح التوليدي في الافكار التصميمية .

2 - رصانة البناء التصميمي للفكرة الاعلانية .

التحليل : انموذج رقم 1

الوصف العام :



• نوع المنجز : ملصق ترويجي .

• الوكالة المنتجة للاعلان : Blattner Brunner

• قياس المنجز : 70X50 سم

• المصمم : Derek Julin

• سنة النشر : 2014

• رابط موقع الوكالة المنتجة

<https://www.brunnerworks.com>

• صمم العمل لصالح شركة انتاج الالعاب LEGO

أ - تحليل الانموذج وفق السياق الثقافي والتاريخي :

يتجلى السياق التصميمي للمحتوى البصري لانموذج العينة المختارة من خلال عدد من الاسقاطات التي يمكن الباحث ان يستقرأ بها هذا المحتوى وتلك الاسقاطات من حيث ارتباط فكرة المنجز التصميمي او دخولها الى السياق الثقافي من باب السياق الاظهاري ، بمعنى ان الفكرة التصميمية لهذا الانموذج جاءت ضمن تركيب شكلي يراد منه صنع نسيج من الخيال في التلقي وما بعده ، وهذا الاثر الفكري انما جاء بصيغة عدم نقل الواقع كما هو بل اعادة تصنيع ، والتصنيع الاظهاري هنا في حد ذاته عملية بكر ، اي لا يكون قبلها شيء ويكون بعدها اشياء مثل الجذب والتأثير ومن ثم الاقناع ، لذا فأن الانموذج التصميمي الذي نحن في صدد تحليل محتواه الشكلي والفكري ، يتمتع بقوة التأثير من خلال استخدام الفضاء الازرق اولاً ، ومن تحديد بؤرة للعمل مركزة ثانياً ، ومن اطلاق العنان للخيال بواسطة الظل المصنع بطريقة حاسوبية ثالثاً .

وإذا ما اردنا ان نموقع هذا المنجز التصميمي من حيث السياق الذي جاء به فيكون السياق الثقافي المرتبط بحتمية التداول هو الركيزة الاساسية التي نقف عليها اثناء قراءة وتحليل مستند على ادوات علمية مجردة ومعاول تنقب عن المعنى ضمن هذا الباب السياقي ، ولعل في امعان النظر بالمستوى الذي ظهر به هذا الاعلان يمكن التأشير الى ما كان يمكن ان يظهر به السياق الاظهاري ، ويثير التساؤل على كم المحاولات التي نفذت للوصول الى هذه الفكرة ، وهل كان من الممكن بناء سفينة كاملة صغيرة وبذلك يتحقق الظل دون تدخل حاسوبي ، وفي رأي الباحث ان الجدوى من الاعلان في تلك الحالة ستكون معدومة وغير ذات نفع من حيث شحذ الخيال واشعال فتيل التلقي المفتوح .

ب - تحليل الانموذج وفق سياق المعالجات الازهارية :

في هذا الانموذج التصميمي هناك نوع من الالزام او ضاغط من حيث الفكرة التصميمية لأستخدام صورة فوتوغرافية معالجة حاسوبياً لقطع الليغو بلونها الابيض الى جانب الظل الساقط بتأثير تقني ، وهذا الاستخدام المقتضب للوحدات التصميمية حقق الفعل الاختزالي بشكل واضح ، والذي بدوره حقق قيماً وظيفية اتصالية جاذبة من خلال معالجاته التنظيمية، فقد قدمت نظم التباين الناتجة عن الاختزالات الشكلية (قطع الليغو والظل فقط) واللونية (الابيض والازرق) وضوح المفردات ورسوخها .

وقد جاء اختزال قيم المفردة الأساس بالابيض والتي اضيفت له هيمنة على مجمل التصميم وقدمت من خلاله مرتكزاً للشد الفضائي واهفت عليه ثقلاً بصرياً ، وقد جاء تموضع شعار الشركة في قاعدة الاعلان بألوانه الاحمر والاصفر والابيض ليحقق سحب للنظر ويخفف من ثقل الوانه ، فيما اضافة الفضاء الازرق الذي هو يقرأ مرة لون للسماء ومرة اخرى لون البحر ، وهو توظيف ناجح من قبل المصمم .

انموذج رقم 2

الوصف العام :

- نوع المنجز : ملصق ترويجي .
- الوكالة المنتجة للاعلان : Ogilvy
- قياس المنجز : 70X50 سم
- المصمم : Nopadol Srikieatikajohn
- سنة النشر : 2016
- رابط موقع الوكالة المنتجة [/https://www.ogilvy.com](https://www.ogilvy.com)
- صمم العمل لصالح شركة انتاج الالعاب LEGO



2 - تحليل الانموذج وفق محور السياق الثقافي والتاريخي :

السياق الذي ظهر فيه هذا العمل الفني - انموذج التحليل - يشتمل على الظروف المحيطة بالإنتاج وتأثيرات ومقبولية المجتمعات التي طرحت لها افكار الحملة الاعلانية والتي جاءت بعنوان (ابني او اصنع المستقبل) (build the future) ، وكذلك يشمل السياق الذي ظهر فيه العمل جميع العلاقات المتبادلة بين هوية المنتج البصرية وبين المستخدمين له ، باستثناء الجانب الجمالي المرتكز على العمل نفسه ، وبما ان البحث الحالي في هذا المحور تحديدا يدرس ويحلل العمل الفني على اساس المؤثرات التي تمتد خلف التركيبات المرئية ، اي البحث في المعاني والدلالات لكي نرسم مسار السياق الذي جاء به ، وفي المقاربة الفكرية هنا نخضع التصميم الانموذج الى سياق الاستشراق المبني على اساس ثقافي جاء من موروثات صناعة الابطال المشهورين الذي ثقفت لهم وسائل الاعلام والاتصال من خلال الافلام والمسلسلات التلفزيونية سواء كانت الكرتونية المخصصة للأطفال او تلك الاخرى ، وعلى هذا المنوال صنعت افكار هذه الحملة الاعلانية لتظهر لنا بطلا صغيرا استخدم قطع الليغو لبنى فيه مستقبه الذي تثقف عليه كما تم

الاستطراد الى ذلك آنفاً ، وبذلك حقق المصمم مع فريق الانتاج لهذا العمل الفني الرسالة الاتصالية ضمن سياق اظهاري مبني على سياق ثقافي .

3 - تحليل الانموذج وفق سياق المعالجات الازهارية :

سعى المصمم في هذا الانموذج الى تنظيم حالة تعدد المفردات التصميمية وتوحيد صفاتها البنائية ومعالجة علاقات ربطها ببعض، وذلك باعتماد التدرج الايقاعي او التلاعب بالقيم الضوئية للون ، اذ بدى الفضاء المصور فيه العناصر المكونة للمنجز فوتوغرافياً وكأنه معالج ضوئياً بالتقنيات الحاسوبية ليعطي للمتلقى بؤرة تركيز واحدة ناتج عن انسجام لوني .

ووصولاً الى تحقيق الوحدة للتوجيه الابصاري المنسجم دون حالة التناقض والتنافر ، ايضا حقق المصمم ذلك من خلال اختزال للعناصر فجعل الصورة منقوصة الشكل لشخصية رجل الاطفاء الافتراضية الكارتونية واضاف شخصية حقيقية لطفل يظهر وهو يركب قطع الليغو الصغيرة ، وبفعل هذه المعالجة وبتوظيف مدروس للوحدات المتنوعة في بنائها بحالة من (التقارب، التراكب، التجاور، التماس) حقق المصمم الاثارة والتشويق نتيجة تداخل العلاقات المكونة سواء البنائية الجزئية او الرابطة بين هذه الاجزاء، الامر الذي استوجب ان على المصمم ان يضع جميع قدراته للسيطرة في توجيه وتنظيم هذه العلاقات المتشابكة وإضفاء التوافق الشكلي ، واستخدم المصمم التكتيف الضمني من خلال المبالغة في توظيف عدد من الوحدات والعناصر ، ويمكن القول ان التكتيف ظهر في استقراء او لاثارة تساؤل حول عدد القطع المستخدمة في البناء وهو استدعاء تبني عليه رؤى كثيرة فيها من المتعة الذهنية الشيء الكثير وهذا ما يحقق نجاح للرسالة الاتصالية .

وبإضفاء تعبيرات لوجه الطفل المستخدم في الصورة الفوتوغرافية المعالجة تقنياً والتي توجي بالحركة والانتقالية الزمانية والمكانية في ذات الحيز الفضائي ، من خلال النظرة الواثقة في البناء للهيكل الذي بين يديه ، سعى المصمم لجذب المتلقي الى منطقة العاطفة والاحاسيس ، وهو الوتر الاكثر استخداماً في رأي الباحثان في عملية الترويج الاعلاني ، ليحقق بذلك رباطه شعورية بين مستقبل الطفل ومتعته وبين قطع الليغو بألونها الزاهية ، وبما يحقق للشركة مجالاً تسويقياً ناجحاً .

الفصل الرابع : نتائج البحث :

من خلال تحليل نماذج عينة البحث تم التوصل الى النتائج التالية :

- 1 - في الانموذج رقم (1) جاء اختزال المفردة (قطع الليغو المركبة) الأساس بالابيض والتي اضفت له هيمنة على مجمل التصميم وقدمت من خلاله مرتكزاً للشد الفضائي واضفت عليه ثقلاً بصرياً .
- 2 - الاستخدام المقترض للوحدات التصميمية في الانموذج رقم (1) حقق الفعل الاختزالي بشكل واضح ضمن سياق المعالجات الازهارية، والذي بدوره حقق قيماً وظيفية اتصالية جاذبة
- 3 - المقاربة الفكرية في الانموذج رقم (2) تخضع الى سياق الاستشراق المبني على اساس ثقافي والذي جاء من موروثات صناعة الابطال المشهورين الذي ثقفت لهم وسائل الاعلام والاتصال .
- 4 - بدى الفضاء المصور في الانموذج رقم (2) والعناصر المكونة للمنجز فوتوغرافياً وكأنها معالج ضوئياً بالتقنيات الحاسوبية ليعطي للمتلقى بؤرة تركيز واحدة ناتج عن انسجام لوني .

الاستنتاجات:

- 1 - تعد السياقات المتبعة في استنباط الافكار التصميمية اساسا في العملية البنائية المرتكزة على بعد ثقافي او جندي.
 - 2 - يكمن سبب استخدام فضاءات مفتوحة في المنجزات الاعلانية الجرافيكية الى توجيه النظر حيث بؤرة التركيز الاعلاني وعنصر الجذب الواحد سعيا الى تحقيق كامل للفكرة التصميمية وايصال الرسالة.
 - 3 - تموضع مفردة الشعار في التصاميم الجرافيكية بالنسبة للشركات ذات التداول الواسع في اماكن واحجام صغيرة هو سياق متبع لإيلاء الاهتمام الاكبر للفكرة الاعلانية من المنجز التصميمي .
- التوصيات :

- 1- يوصي الباحثان بدراسة دور السياقات في التوظيف الجمالي للمنجز الجرافيكي .
- 2- يوصي الباحثان بدراسة دور السياق التاريخي في تصميم الملصق السياسي .

References :

- 1- Abdel Qader Abdel Jalil, The Science of Modern Linguistics, Dar Al-Safaa Publishing House, Amman, 1st Edition, 2002.
- 2-Al-Akabi, Dr. Jassim Abdul Wahed Rahi, Simplicity and Complexity Critical and Rhetorical Terms, Contemporary Islamic Studies, University of Karbala, 2014.
- 3 -Al-Obeidi, Ali Ahmed Muhammad, Contextual Patterns and Its Significance in the Popular Poem Performed in Mosul (Al-Zuhairi as a Model), Research Published in the Journal of Mosuliya Studies, University of Mosul, Issue 43, Mosul, Iraq, 2013.
- 4- Faizan Bhatti. Graphic Design Styles. bhattifaizan.medium.com/graphic-design-styles .
- 5- Fawzi Issa - Rania Fawzi Issa: Semantics Theory and Application, University Knowledge House, Alexandria, Arab Republic of Egypt, 1st Edition, 2008
- 6 - John Lines, Language, Meaning and Context, translated by Dr. Abbas Sadiq Al-Wahhab, reviewed by Dr. Lionel Aziz, House of Cultural Affairs, Ministry of Culture and Information, Baghdad, Iraq, 1987
- 7 -Kantor, K. M. Experience of a social and philosophical explanation of the design possibilities of design / K. M. Kantor // Vopr. Philosophy, (1982) .
- 8-Mahmoud Imhaz, Contemporary Artistic Currents, Publications Company for Distribution and Publishing, Beirut, Lebanon, 1996 .
- 9- Meggs, Philip, A history of graphic design, New York: John Wiley & Sons.1998.
- 10- Raafat Asaad, Artist and Artwork in the Social Context, Educational Visions Magazine, Issue 60, A.M. Qattan Foundation, London, UK 2020 .
- 11-Stefan Mouttet, <https://news.mediaheroes.com.au/blog/graphic-design-styles>
- 12 - Wajih Magdy, A Dictionary of Arab Terms, Beirut, Lebanon, 1980.