

Social Graphic Design and its Reflections on The Practices of The Saudi Designer in Designing Awareness Posters

Lama Abdulrahman Al-Harkan¹

Al-Academy Journal-Issue 108

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

Date of receipt: 15/3/2023

Date of acceptance: 29/3/2023

Date of publication: 15/6/2023



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

Abstract

The concept of social graphic design is one of the most critical areas that highlight the designer's knowledge of social responsibility by employing design skills in community awareness. This study focused on defining social graphic design, the meaning, practices, and strategies for designing awareness posters. This study reviewed two examples of awareness posters that reflect the Saudi designer's practices. The results summarized that social graphic design is a concept not taught directly but gained from permanent practice in designing awareness posters that interact with community issues. The designer's understanding of his social events and their sensing in the visual form of a poster reflects the designer's social awareness. Social graphic design plays several roles and functions that significantly address and define societal phenomena, behaviours, and toxic habits in society. Therefore, it is essential to address the concept of social design in design research by interpreting its various theories and studies.

Keywords: *Design for social awareness, social design. Social Graphic design, poster*

⁽¹⁾ Design Department, College of Arts at King Saud University. Lalharkan@ksu.edu.sa

التصميم الجرافيكي الإجتماعي و انعكاساته على ممارسات المصمم السعودي في تصميم الملصقات التوعوية

لى عبد الرحمن الحركان¹

الخلاصة:

يعد مفهوم التصميم الجرافيكي الاجتماعي من أهم المجالات التي تسلط الضوء على إمكانيات المصمم وإمامه بالمسؤولية الاجتماعية من خلال توظيف مهاراته التصميمية في توعية المجتمع. وركزت الدراسة على التعريف بمفهوم التصميم الاجتماعي في مجال الجرافيك ومعنى ممارسات التصميم والأساليب والاستراتيجيات التي تطبق في تصميم الملصق التوعوي، واستعرضت الدراسة أسلوبين في تصميم الملصقات التوعوية كعينة تطبيقية من مسابقة وعي والتي تعكس ممارسات المصمم السعودي ووعيه الاجتماعي. وتلخصت أهم النتائج في أن التصميم الجرافيكي الاجتماعي مفهوم لا يتم تعليمه بشكل مباشر، بل يُكتسب من الممارسة الدائمة في تصميم الملصقات التوعوية التي تتفاعل مع قضايا المجتمع. بالإضافة أن التصميم الاجتماعي الجرافيكي يلعب أدواراً ووظائف عدة والتي تسهم بشكل كبير في التعريف بالظواهر، والسلوكيات، والتصرفات، والعادات السلبية في المجتمع. وأن استيعاب المصمم بأحداثه الاجتماعية واستشعارها في هيئة بصرية على شكل ملصق توعوي يعكس الوعي الاجتماعي للمصمم. وتوصي الدراسة بتناول مفهوم التصميم الاجتماعي في الأبحاث العلمية العربية الخاصة بالتصميم عبر تفسير النظريات والاتجاهات المتنوعة فيه.

الكلمات المفتاحية: التصميم للوعي الاجتماعي، التصميم الاجتماعي، التصميم الجرافيكي الاجتماعي، الملصقات

المقدمة

يُعد التصميم الجرافيكي من المجالات التي تعتمد على تعزيز لغة التواصل البصري والتفاعل بين العمل والمتلقي وهو سلسلة من العمليات والممارسات الإبداعية التي يقوم بها المصمم خلال عملية التصميم. حيث يوظف فيها إمكاناته بناءً على عدد من المعطيات التي تلعب دوراً في توجيه أعماله سواءً كانت اجتماعية، أو دينية، أو ثقافية، أو سياسية، أو تاريخية. وتشكل هذه المعطيات الأساسية مصدراً لتصميم موضوعات إما فنية وجمالية، أو وظيفية، أو تفاعلية، أو أدائية وبالتالي، تلعب دوراً في تحفيز عقل

¹ قسم التصميم، كلية الفنون بجامعة الملك سعود Lalharkan@ksu.edu.sa

المصمم والطريقة التي ينظم بها تفكيره في إخراج أعماله وتصاميمه بشكل مميز ومبتكر. وبذلك تطور تدريجياً في مفهوم التصميم الجرافيكي لمسمى تصميم الاتصالات المرئية (Visual communication design) كمسمى حديث تأكيداً على تعزيز مفهوم التواصل البصري باستخدام أساليب واستراتيجيات تساعد في إيصال الأفكار بطريق مبتكرة.

ونظراً للتواصل المستمر في مواقع التواصل الاجتماعي مؤخراً؛ ظهرت فكرة مشاركة الأفكار التصميمية للعديد من المصممين على هذه المنصات. وأصبحت فكرة الوعي الاجتماعي تُقدم بطريقة جذابة ومنافسة؛ تظهر فيها قدرة المصمم على تبني الظاهرة المجتمعية وتناولها بصرياً. حيث أظهر المصمم مسؤوليته الاجتماعية في التوعية - بصرياً- من خلال توظيف التصميم الجرافيكي عبر السياق الاجتماعي في معالجة السلوك أو نشر الوعي بطريقة تعزز الاستجابة بشكل غير مباشر، أو في توظيف التصميم بما يعود بالمنفعة مجتمعياً فيما يعرف علمياً بمفهوم التصميم الاجتماعي (Social Design). حيث يلخص هذا المفهوم دور المصمم بشكل عام -والمصمم الجرافيكي بشكل خاص- في توظيف المهارات اللازمة لرفع الوعي في المجتمع وتوظيف طاقته الإبداعية. وظهرت مسؤولية المصمم الجرافيكي في تطويع مهاراته الجرافيكية في تصميم الملصقات التوعوية من خلال توظيف الصور الفوتوغرافية المؤثرة في الملصق، أو تطبيق التأثيرات البصرية الجرافيكية على الأشكال الرسومية للمشاركة في التوعية المجتمعية المؤثرة بصرياً والتي تلعب دوراً في تهذيب السلوك الفردي داخل المجتمع. ويذكر عسيري أن فن الملصقات هو أحد فنون التصميم والوسائط التي لها وظائف عديدة ويمكنها التعامل بشكل ملحوظ وفعال مع المظاهر السلوكية المتعلقة بسلوك الأفراد في المجتمع، سواء كانت تلك السلوكيات إيجابية يراد غرسها ودعمها لتتنامى وتزايدها أو سلوكيات سلبية تؤثر على أخلاقيات وآداب الفرد والمجتمع وجب التصدي لها بكل الوسائل المتاحة، لإتباع أسلوب حياة سليمة (i, 1428HASir). وبناء على تعزيز التوعية الاجتماعية ودور المصمم في دعم المحتوى التوعوي بصرياً، تتلخص مشكلة البحث في التساؤل التالي: ما مدى وعي المصمم السعودي بدور التصميم الجرافيكي الاجتماعي في توعية المجتمع السعودي بالقضايا المعاصرة؟

ثانياً: أهمية البحث

تقع أهمية البحث بالآتي:

1. إمكانية المصمم السعودي الجرافيكية بالتعبير عن قضايا مجتمعه عبر تصميم الملصقات التوعوية لتحقيق تواصل مؤثر ومفهوم بين التصميم والمتلقي.
2. تعزيز الأفكار التصميمية التي تتناول قضايا المجتمع السعودي والتي تعبر عن الموضوعات الصحية، والنفسية، والثقافية، وغيرها.
3. إثراء المصادر العربية بمفهوم التصميم الاجتماعي وعلاقته في تطوير سلوك المصمم.
4. التثقيف المجتمعي بالتصميم الجرافيكي في إطار علمي.

ثالثاً: أهداف البحث

يهدف البحث الحالي إلى:

- كشف مدى وعي المصمم السعودي بالقضايا المجتمعية المعاصرة في تصاميمه.
- التعرف بمفهوم التصميم الاجتماعي وتأثيره في توعية المجتمع كأداة لتنمية سلوك المتلقي.

رابعاً: حدود البحث:

- الحدود الموضوعية: التعريف بمفهوم التصميم الجرافيكي ودوره الاجتماعي في رفع نسبة الوعي المعرفي في المملكة العربية السعودية.
- الحدود المكانية: المملكة العربية السعودية
- الحدود الزمانية: الملصقات التوعوية السعودية الفائزة بمسابقة وعي النسخة الخامسة 2022

مصطلحات البحث:

التصميم الجرافيكي (Graphic Design)

يذكر جورج فراسكارا أن التصميم الجرافيكي نشاط ينظم الاتصال البصري في المجتمع والذي يهتم بكفاءة الاتصال والتأثير الاجتماعي (Frascara, 1988, p. 20). والتصميم الجرافيكي هو طريقة وأسلوب يعتمد على تطوير أدوات التصميم، وفهم المعرفة السياقية للمتلقى لتعزيز الخبرة البصرية الخاصة به (Taffe, 2021, p.52).

التعريف الإجرائي:

التصميم الجرافيكي هو لغة اتصال بصرية تعتمد على توزيع العناصر الجرافيكية وأساسيات التصميم في التعبير عن اتجاه أو موضوع معين كونه نظام بصري يستند على أفكار إبداعية تساهم في إخراج العمل الجرافيكي.

التصميم الاجتماعي (Social Design)

أجمعت الدراسات على أن مفهوم التصميم الاجتماعي هو تطبيق ممارسات ومهارات التصميم من أجل منفعة المجتمع. وعرف كلاً من ترومب وهيكرت التصميم الاجتماعي بأنه مجموعة من الأفكار والأنشطة التي يمكن تنفيذها عبر العديد من المجالات التطبيقية (Tromp & Hekkert, 2019, p. 14). وهي الآلية التي تمكن مصممي الجرافيك من الاندماج بشكل أكثر فاعلية في ممارسات التصميم المسؤولة اجتماعياً. (Normoyle, 2019)

التعريف الإجرائي:

التصميم الاجتماعي الجرافيكي هو مفهوم يركز على تأثير التصميم في تغيير أفكار المجتمع وتبني احتياجاته، بالإضافة على أنه يركز على مسؤولية المصمم تجاه مجتمعه وما يمكن أن تحدثه الرسالة التصميمية التي يوجهها إلى المجتمع.

ممارسات المصمم (Designer Practices)

ذكر جوردن وليام لي أن الممارس المصمم هو الذي يستخدم الأدوات والوسيط المناسب في تنفيذ التصميم المطلوب. وفي مجال التصميم الرقمي تتكون هذه الأدوات من تطبيقات التصميم الجرافيكي، والنماذج الأولية، تحرير الصور، وتطوير الواجهة الأمامية، وتصميم الفيديو والحركة، والعديد من الأدوات الأخرى. (William, 2017).

التعريف الإجرائي:

هي الممارسات التي تمكن المصمم من إتقان مهارات التصميم وتطبيق استراتيجيات التفكير في إنتاج أعماله التصميمية بعد ممارسته لفترة طويلة بحيث تؤهله لأن يكون المختص في تصميم موضوعات معينة في أحد مجالات التصميم.

الملصق (Poster)

الملصق هو عرض تقديمي مرئي وجذاب وتفاعلي وديناميكي حيث يتم من خلاله تقديم الأفكار الجذابة (Montúfar-Chaveznavá et al., 2008, p.2). وذكر (Alkhalidy, 2021) أن الملصق " وسيلة اتصال تحمل قيما جمالية وفنية هدفها إحداث الأثر في المتلقي لتحقيق غاية ويؤدي هدفا محددًا ليخاطب به مجموعة غير متجانسة من المتلقين" (p.355).

التعريف الإجرائي:

الملصق هو أداة تواصل بصرية تحتوي على عناصر محددة ولغة بصرية تؤثر في المتلقي، وقد تكون مطبوعة على شكل ملصق طباعي أو رقمية على شكل منشور يتناول موضوع ما يتم مشاركته عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الملصق التوعوي (Awareness Poster)

الملصق التوعوي كما ذكرت ربهام زكي هو "وسيلة اتصال وتعبير فنية بصرية مطبوعة تهدف إلى تركيز انتباه الجمهور وتوعيته حول موضوعات دينية وأخلاقية واجتماعية وصحية ومعرفية وتكنولوجية ومدرسية وبيئية واقتصادية ومرورية وترفيهية للتأثير عليهم في اتجاه الأهداف المنشودة. (Zaki, 2018, p.) (236)

التعريف الإجرائي:

الملصق التوعوي هو تصور بصري لموضوعات تقع تحت تصنيف الملصق من حيث الوظيفة أو الاستخدام، بحيث يتناول موضوعات محددة في إطار اجتماعي، أو صحي، أو إرشادي وغيرها؛ عبر توظيف عناصر التصميم الجرافيكي في إخراج ملصقات ثابتة أو مقاطع/فيديوهات متحركة تساعد في إيصال الرسالة التوعوية بطريقة إبداعية.

الإطار النظري

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات التي تناولت أثر تصميم الملصقات على توعية المجتمع
دراسة الجراح، إسماعيل (2017)، بعنوان "أثر الملصق الإعلاني في مكافحة التطرف الفكري والإرهاب". هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مجموعة من الملصقات التي تناولت موضوع التطرف والإرهاب عبر تطبيق المنهج الوصفي التحليلي، حيث استنتجت الدراسة أثر الملصق التوعوي في التأثير على ثقافة المجتمع ومواجهة التطرف والإرهاب من خلال تصميم الرسائل التوعوية للمجتمع التي يحملها الملصق.
دراسة عبد السلام، زهيم محيي الدين محمد (2015)، بعنوان "البعد الثقافي لفنون التصميم الجرافيكي ودورها في التنمية البصرية للمجتمع". حيث ركزت الدراسة على دراسة الأثر والبعد الثقافي لفنون التصميم الجرافيكي ودورها في الوعي الثقافي والتنمية للبصرية للمجتمع عبر تطبيق المنهج التحليلي الوصفي. وخلصت الدراسة إلى تعزيز دور التصميم في تحليل وتسجيل أنماط متعددة من قضايا المجتمع.

ثانياً: الدراسات التي تناولت مفهوم التصميم الاجتماعي في التصميم الجرافيكي

دراسة الزبيدي، محمد (2021)، بعنوان "التصميم الجرافيكي الاجتماعي وانعكاساته في مكافحة تعاطي المخدرات". تناول هذا البحث مفهوم التصميم الجرافيكي الاجتماعي وتأثيره في تصميم ملصقات مكافحة تعاطي المخدرات، حيث ركز الباحث تفسير التصميم الجرافيكي الاجتماعي من منظور النظريات والسلوكيات الاجتماعية، وتطرق بذلك نحو دور وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على انتشار هذا المفهوم. وكانت أبرز النتائج ن التصميم الاجتماعي الجرافيكي يؤدي أدواراً مهمة في معالجة ظواهر وسلوكيات المجتمع. واستنتج البحث أن الملصقات التوعوية تعد من مفاهيم التصميم الجرافيكي الاجتماعي لما تحمله من معاني فكرية متداولة اجتماعياً تمس المجتمع واحتياجاته.

دراسة نورمويل، كاثرين. (2019)، بعنوان "منظور مختلط: تقييم الأثر الاجتماعي في التصميم الجرافيكي". تقييم الأثر الاجتماعي من منظورين - التصميم والاجتماعي والعلوم - وتقترح الدراسة أن المنهجيات الرئيسية المستمدة من العلوم الاجتماعية التتب يتم دمجها في عملية التصميم لتحسين عملية صنع القرار وإعلامها على نطاق أوسع المصممين والمتعاونين معهم. حيث تناولت الدراسة مدى اهتمام المصممين الجرافيكين بحل المشكلات المعقدة في ممارسات التصميم الاجتماعي. لذلك يجب أن يكون لدى المصممين فهم أعمق لمنهجيات البحث القائمة على الأدلة التي تسمح لهم بمراقبة العواقب الاجتماعية، الإيجابية والسلبية على حد سواء لأنظمة التصميم التي يقومون بإنشائها. وطبقت الدراسة آلية تقييم الأثر الاجتماعي، أو "SIA" وهي عملية يمكن استخدامها لتحديد وإدارة الآثار الاجتماعية لمجموعة واسعة من السياسات والخطط والبرامج العامة والخاصة، وكذلك المشاريع الصناعية والمبادرات المجتمعية الكبيرة والصغيرة التي تساعد في إدارة التصميم الاجتماعي.

أولاً: مفهوم التصميم الاجتماعي

يعد التصميم مظلة ضخمة يقع تحتها مجموعة من المفاهيم والمجالات والتخصصات والتقنيات التي تتنوع وتتداخل فيما بينها لإنتاج أعمال مبتكرة تعكس الشكل الإبداعي أو الوظيفي للتصميم المراد عرضه أو إنتاجه. ويعتبر فن التصميم الجرافيكي من الفنون التي تساعد على الحس والإدراك المجتمعي للبيئة التي يشارك في بنائها أفراد المجتمع بشكل جمالي" (Elbetety, 2015, p.4). وبالتالي فإن التصميم الاجتماعي كما ذكره الزبيدي مفهوم يعبر عن التطبيقات الجرافيكية التي توظف التصميم الجرافيكي لإحداث تغيير اجتماعي يساعد بالنهوض بالمجتمع وتعزيز وعيه الثقافي والاجتماعي عن طريق التواصل البصري (Alzaidi, 2021, p. 815). وبناء على تفاعل الإنسان مع محيطه من خلال التصميم، فالمسؤولية الاجتماعية للمصمم الجرافيكي تستند على الرغبة في المشاركة في خلق العالم بشكل أفضل (Almasri, 2020, p. 40). وترى الباحثة أن التصميم الاجتماعي مفهوم يركز على تطوير ممارسات المصمم من خلال إدراكه للقضايا المجتمعية حوله والتعبير عنها بشكل إبداعي، وهو توجه أكاديمي متشعب في دراسات التصميم وتم إطلاق عدد من المصطلحات والتسميات للتعبير عنه. حيث ذكر (Nasadowski, 2015) بناءً على الاستطلاع الذي أجراه على عدد من المصممين والأكاديميين أن التصميم الاجتماعي يشار له بعدة مسميات مثل: التصميم المسؤول اجتماعياً (Socially Responsible Design)، والتصميم للمصلحة العامة (Public Interest Design)، وتصميم التغيير الاجتماعي (Design for Social Change)، والتصميم العام (Public Design)، والابتكار الاجتماعي (Social Innovation)، وتصميم التأثير الاجتماعي (Social Impact Design)، والتصميم الاجتماعي (Social Design)، وتصميم الخدمة العامة -وخاصة في المجتمعات المحرومة- (Public Service Design) هي أحد المصطلحات المتعارف عليها في مجال التصميم.

والتصميم الجرافيكي الاجتماعي يعد أحد المفاهيم التي تمكن المصمم من توظيف تقنياته في التصميم لابتكار مطبوعات أو ملصقات تهدف إلى توعية المجتمع في مواضيع متنوعة مثل الاهتمام بالصحة، التوعية ضد الفيروسات والأمراض المزمنة، التنمر في وسائل التواصل الاجتماعي، الصحة النفسية وغيرها من الموضوعات التي من شأنها أن تشجع المجتمع على اكتساب عادات وثقافات جيدة. والملصق الاجتماعي هو إعلان مطبوع يؤدي إلى التأثير في المتلقي بحيث يشارك ويولي المضمون الذي يحتويه التصميم. وبالتالي، يساعد التثقيف المجتمعي بالتصميم والفن على تعزيز التواصل الاجتماعي بين فئات المجتمع من خلال مشاركة احتياجاته والتعبير عنها (Muwafi, et al., 2017). وذكرت أن من الجوانب التي يتألق فيها التثقيف بالفن هي عبر التبصر بقضايا المجتمع ومشكلاته وتبادل الآراء حولها والتواصل في التعبير عن مشكلات المجتمع والوصول لحل عملي لها من خلال الفن (Khalil, 2010).

وترى الباحثة أن التصميم الجرافيكي يؤدي دور فعال، حيث تساعد التقنية الحديثة في التصميم ومجالاته على جذب فئات المجتمع وفهم احتياجاته بالتعبير عنها بصرياً. وبالتالي، يتجلى دور المصمم في تبسيط المفهوم أو الموضوع المراد توجيهه للفئات المستهدفة، وذلك عن طريق مشاركته التصاميم بقوالب متنوعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وهكذا، يتكون نطاق من الفهم المجتمعي من قبل المصمم حول قضايا بيئته أو مجتمعه المحيط به. ويؤكد الشعراوي وسيف الدين أن التفاعل الذي يحدث بين

المصمم والبيئة المحيطة به هو ما يتولد عنه تعبيراته الموجهة في تسليط الضوء على المتغيرات التي تواجه المجتمع، والمصمم يمثل فرداً من هذا المجتمع القابل للتغيير والتطور (Alsharawi & Saif Aldeen, 2020). وبالتالي، تنشأ أدوار خفية تقع تحت المسؤولية الأخلاقية للمصمم في توعية أو تثقيف مجتمعه تحت ما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية في التصميم الجرافيكي، والتي أكد عليها (Frascara, 1988, p.21-22) أن التصميم يهتم بالتواصل البصري والتأكد من سلامة الرسالة البصرية الموجه من خلال:

1. الاهتمام بتأثير محتوى التواصل البصري (Visual communication) الموجه في المجتمع والطريقة التي يتفاعل معها المجتمع.
 2. الحرص على أن وجود تأثير للاتصالات البصرية في البيئة المرئية (Visual Environment) أو تأثيرها في بيئة العرض.
 3. الحاجة إلى ضمان تصميم أو تنفيذ اللغة البصرية ومحتوياتها بشكل متعلق بسلامة المجتمع وتوظيفها بشكل صحيح.
- ولذلك تؤكد الباحثة أن ممارسات المصمم هي انعكاس لخبرته في توظيف واستخدام الأدوات أو البرامج المناسبة لتنفيذ وإخراج الموضوع المطلوب بطريقة احترافية، والتي بدورها تقود إلى فهم أكثر لمسؤوليته الأخلاقية والاجتماعية.

ثانياً: الملصق و أنواعه ومكوناته

الملصق وسيلة وأداة لتحقيق رسالة ما عبر تحديد المجال المناسب والفئة المستهدفة والموضوع المراد تناوله. وتتحدد أهداف الرسالة التصميمية وفق المجال الخاص بالملصق، حيث حددت (Zaki, 2017) اثنا عشرة مجالاً من المجالات التي توظف الملصق وهي:

1. المجال الديني
2. المجال الاقتصادي
3. المجال الاجتماعي
4. المجال المروري
5. المجال الصحي
6. المجال الاقتصادي
7. المجال البيئي
8. المجال الوطني
9. المجال المعرفي أو التكنولوجي
10. مجال الآداب العامة
11. المجال المدرسي
12. مجال التسلية والترفيه

وبالتالي من المهم اختيار المجال المناسب لتتوافق الرسالة التصميمية المراد إيصالها للجمهور المستهدف.

مكونات الملصق:

تخضع المكونات العامة للملصق لوحدة بنائية في التصميم والتي تركز على عدد من المعايير التي اتفق عليها كلاً من (Zaki, 2017)، (Yassin & Salman, 2020)، (Abu Khalil & Fairouz, 2022) وهي:

1. الصورة الطباعية
2. الكتابة والرسوم
3. الرسوم والأشكال
4. العناوين والنصوص
5. اللون
6. الصور

بينما ركزت (Ladd, 2010) على عدد من المكونات الأساسية التي يتم التركيز عليها أثناء تصميم الملصق في البنية التصميمية أو ما يعرف بـ (body)، حيث توضيحها كالتالي:

1. العنوان: هو أهم عنصر في أداة الاتصال. حيث يجب أن تكون العناوين قصيرة تحتوي على 5 إلى 15 كلمة فقط والتي تعزز فوائد المستهلك وتؤثر على القارئ عاطفياً.
2. البنية التصميمية: وتتضمن تحديد الهدف في مخطط الملصق، من خلال تعيين مناطق التركيز والرسالة.
3. العناوين الفرعية: التوازن في استخدام العناوين الفرعية أو القوائم المرقمة أو النقطية لتجنب التقليل من التباين والتوازن وبالتالي يفقد الملصق فعاليته.
4. سلامة اللغة: وتتضمن القواعد الإملائية والهجاء السليم للكلمات والأخذ بالاعتبار أن النصوص لغة بصرية فإن خطأ المصمم في التهجئة والإملاء فإن ذلك يؤثر في قراءة الرسالة الموجهة.
5. التوقيع: والمقصود به وجود اسم أو شعار للجهة الراعية أو معلومات الاتصال مثل العنوان ورقم الاتصال وموقع الويب في الملصق، وغالبًا ما يكون موجودًا في الجزء السفلي من التصميم أو في الزاوية اليمنى السفلية.

وترى الباحثة إعادة تعريفها بالشكل التالي بحيث يتكون الملصق مما يلي:

1. الرسوم والأشكال: والتي تمثل الأدوات التي يتم توظيفها للتعبير عن فكرة الملصق إما بالرسوم التوضيحية أو رموز الثقافة والمجتمع عبر تعيين عناصر التصميم الجرافيكي المناسبة من شكل وخط ولون وخامة وصورة ومساحة واتجاه في إيجاد حلول تصميمية خلال تنفيذ الملصق لجذب انتباه المتلقي.
2. الصورة: وهي تعد ضمن الأساسيات التي تمثل بؤرة التركيز التي يستفيد منها المصمم في بناء الملصق، وتعد الصورة من العناصر المهمة التي يفضل تواجدها ضمن عناصر الملصق لما لها من دلالة مباشرة في التعبير عن المعنى عن طريق استمالة المتلقي عاطفياً نحو الرسالة الاتصالية.
3. العناوين والنصوص: وهو أحد الأسس التي تحقق الهدف الاتصالي للملصق عن طريق اختياره بؤرة التركيز للملصق ويتم توظيف العناوين فيه على ثلاث مستويات تبعاً لطبيعة التتبع البصري لقراءة المعلومات، مع مراعاة اختيار الخط الطباعي المناسب الذي يتجانس مع المحتوى البصري للرسوم والأشكال وتوظيف قاعدة التباين في العنوان والنص لذا يجب مراعاة توظيف الكتابة المناسبة عبر تطبيق القواعد اللغوية والابتعاد عن الأخطاء الإملائية.
4. التكوين والعمق، وترى الباحثة أن التكوين مرتبط بتوظيف الأسس البنائية في توزيع عناصر الملصق بشكل يحقق الاتزان والاتصالية عبر توظيف التكوين والشبكية المناسبة، وبالتالي ينعكس هذا التنظيم في تجسيد العناصر والأشكال بشكل عميق.

وتناولت (Ladd, 2010) عدد من النقاط المهمة التي يجب على المصمم التركيز عليها لتعزيز استراتيجية الاتصال والترويج لموضوع معين أثناء تصميم الملصق، من خلال:

1. فهم الغرض الأساسي من الفكرة الترويجية أو الموضوع.

2. القيمة التي يمكن تقديمها من خلال التصميم للمتلقى.
 3. الفائدة الرئيسية من التصميم التي سيحصل عليها المتلقى.
 4. فهم الفئة المستهدفة وحاجتها.
 5. رد الفعل المتوقع بعد الترويج لفكرة معينة.
- وحيث أن المصمم دوماً يهدف من تصميم الملصق إلى إمداد الفئة المستهدفة بالمعارف والمعلومات من حيث تطبيق استراتيجيات يتم على أساسها تحقيق أهداف التصميم. توضح (Zaki, 2017) أن هذه الاستراتيجيات تتضمن كلا من استراتيجية:

-الارتباط الرمزي -الأمر والنهي -الربط بمناسبة -المحاكاة
-المقارنة -الالتزام القانوني/ المجتمعي -التحفيز: مادي/معنوي -المعلومات

وبالتالي من المهم عند بناء الملصق يجب على المصمم أن يحدد الهدف منه، ومن هي الفئة المستهدفة، وماهي الاستراتيجية المناسبة لتحقيق الهدف، ماهي عناصر الملصق التي تمثل الاتصالية وتحقق التلقي بالشكل المطلوب.

ثالثاً: الأساليب التصميمية في تصميم الملصقات التوعوية (Design Styles in Awareness Posters)

تتنوع الملصقات في عدد الأساليب المستخدمة وفقاً للغرض والموضوع نظراً لاحتواء الملصق على عناصر نصية ورسومية، أو رسومية بالكامل، أو نصية بالكامل، لأن العملية التي يتم بها تصميم الملصقات تكون موجهة وملفتة للنظر وملينة بالمعلومات؛ لذا من المهم اختيار الأسلوب المناسب والمتواكب مع الموضوع التوعوي في التصميم. وترى الباحثة أن الملصق التوعوي يعتمد على توجيه الرسالة التوعوية بتوظيف تقنيات التصميم إما عن طريق استخدام الانفوجرافيك، السرد القصصي، الصور الفوتوغرافية، الأسلوب الهندسي (الأيزوميترك)، الصور التوضيحية، الرسوم الثلاثية الأبعاد وغيرها من الأساليب المناسبة للعرض. أما بالنسبة لعناصر التصميم، فيعتمد على التلاعب بالمساحة البيضاء في التصميم، ووضع العنصر الرئيسي بشكل مهيم في مخطط التصميم، والألوان تكون متجانسة ومؤثرة للعين ويتم توظيف الأشكال الهندسية في التكوين البصري. أما بالنسبة للخطوط النصية أو التايبوغرافي، فنلاحظ توظيف نوعين من الخطوط لإحداث التباين والتأثير، من خلال استخدام الخطوط العريضة في رسالة الإعلان وخطوط رقيقة أو قريبة من العائلة الخطية المقاربة للرسالة الرئيسية.

ويعتمد تصميم الملصق على أنظمة شبكية متنوعة تعرف باسم (Grid System ID Graphic Design) تركز على تكوين وتجميع عناصر التصميم ضمن لغة بصرية منظمة تساعد في إيصال الرسالة من العمل. وأنظمة الشبكة في التصميم تعرف بأنها بنية ثنائية الأبعاد مكونة من سلسلة من الخطوط الأفقية والعمودية تساعد على تنظيم العناصر البصرية في المخطط التركيبي وتحدد مواضعها (Poulin, 2017). ويساعد الاعتماد على النظام الشبكي على ترتيب العناصر وتنسيقها ومراعاة الأبعاد والحركة والاتجاه في التصميم. وتعرّف الباحثة البناء الشبكي في برامج التصميم بأنه نظام مرن يساعد على إبقاء مكونات العمل

أسلوب السرد البصري (Storytelling Visual Style)

وهو أسلوب تصميمي يعتمد على السرد التسلسلي للأحداث باستخدام عدد من الصور، بالإضافة إلى إمكانية توظيف الكلمات والأصوات لزيادة تجربة الجمهور، فإن الاعتماد الأكبر للوصف والسرد هو على الصور المصممة بقصد محاكاة الواقع أو المبالغة فيه (Danisworo, 2002). ويعتمد هذا الأسلوب على استراتيجيات التأثير العاطفي على المتلقي من خلال بعض الصور المؤثرة للحدث مع بعض التعبيرات الكتابية التي تجعل المتلقي يفكر بالحدث البصري أمامه. ويبرز تصميم هذا النوع من الملصقات حول تصميم سلسلة مرتبطة بموضوع معين (شكل، 2 و 3) أو بواسطة تصميم منشورات متحركة تساعد في جذب الانتباه بشكل أعلى وتبع الحدث. ويذكر (Seifert & Chattaraman, 2020, p.914), أن السرد البصري في يتوهج في مجال التصميم والتسويق، مما يوفر معلومات مفاهيمية مهمة في شكل مرئي يري تصميم المنتج.



شكل 3 منشور توعوي عن استخدام الأجهزة للأطفال من منشورات الإدارة العامة للتعليم بمنطقة حائل - المملكة العربية السعودية



شكل 2 منشور توعوي عن استخدام الانترنت بمسؤولية من منشورات الإدارة العامة للتعليم بمنطقة حائل - المملكة العربية السعودية

أسلوب الانفوجرافيك (Infographic Style)



شكل 4 ملصق توعوي عن العادات الصحية
للتغلب على الأرق من إصدارات وزارة الصحة
السعودية يعكس أسلوب الانفوجرافيك

وهو أحد مجالات التصميم التي تركز على دراسة المعلومات والبيانات ومعالجتها بصريا بشكل يسهل على المتلقي استيعاب المعلومة. وذكر (Shaltout, 2018) أن الانفوجرافيك نوع عملية مزج بين الصور والبيانات والتصميم بحيث تساعد في توصيل الرسالة إلى جمهور معين. وهددت (Ketbi, 2020) الوظائف المرئية لعملية الترميز في تصميم الانفوجرافيك (شكل 4)، بحيث تتضمن:

1. التجسيد Visualization
2. التوضيح Explanation
3. الإيجاز Concision
4. الإحلال Displacement
5. الخصوصية والعمومية Privacy & Generality

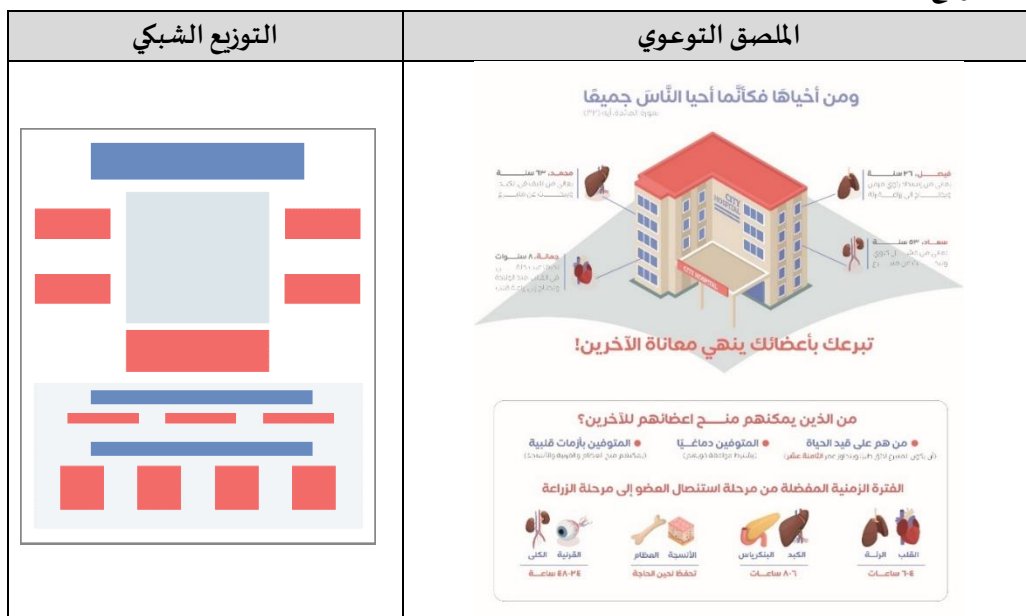
ومن حيث العمليات الاتصالية البصرية التي تتم بين عناصر الرسالة والمتلقي، ذكرت (Ketbi, 2020) أنها تركز على عملية نقل المعلومات (Information)، وعملية الإثارة (Stimulation)، وعملية الإقناع (Persuasion).

إجراءات البحث:

تضمنت عينة البحث تحليل عدد من الملصقات التوعوية السعودية التي تركز على توعية المجتمع في عدد من القضايا المعاصرة ضمن مسابقة وعي في نسختها الخامسة وهي مبادرة من وزارة الصحة السعودية بالشراكة مع مجلس الضمان الصحي التعاوني، "والتي تهدف لتشجيع مواطني العالم العربي على إنتاج محتوى إبداعي يُساهم في إثراء المحتوى التوعوي في المجال الصحي، تعزيزاً للعادات الصحية السليمة وتوعيةً بالمخاطر والآثار السلبية التي قد تؤثر على الصحة العامة". وبالاعتماد على نتائج المسابقة التي حازت على جوائز متقدمة المراكز، عكست ممارسة المصمم السعودي في المشاركة المجتمعية التوعوية في هذا المجال، وبناء عليه تم وضع ثلاث معايير أساسية في تحليل الملصق التوعوي وهي:

1. بنية التصميم وخصائصها: حيث يقصد بها نوع النظام الشبكي الذي تم الاعتماد عليه في توزيع العناصر البصرية مثل التخطيط، واختيار الخط، واللون والأشكال ومدى تناسق العناصر مع مضمون الفكرة.
2. استراتيجية التصميم: وتتناول الفكرة الرئيسية ومدى ارتباطها بقوانين التصميم الجرافيكي وما يكون خلف التصميم من أهداف وغايات يتوقع تحقيقها.
3. الرسالة التوعوية: وتركز على وضوح الرسالة، جودة النص من حيث الإيجاز والوضوح.

النموذج الأول:



موضوع الملصق: التبرع بالأعضاء

اسم المصمم: ندى محمد آل مرطان الغامدي

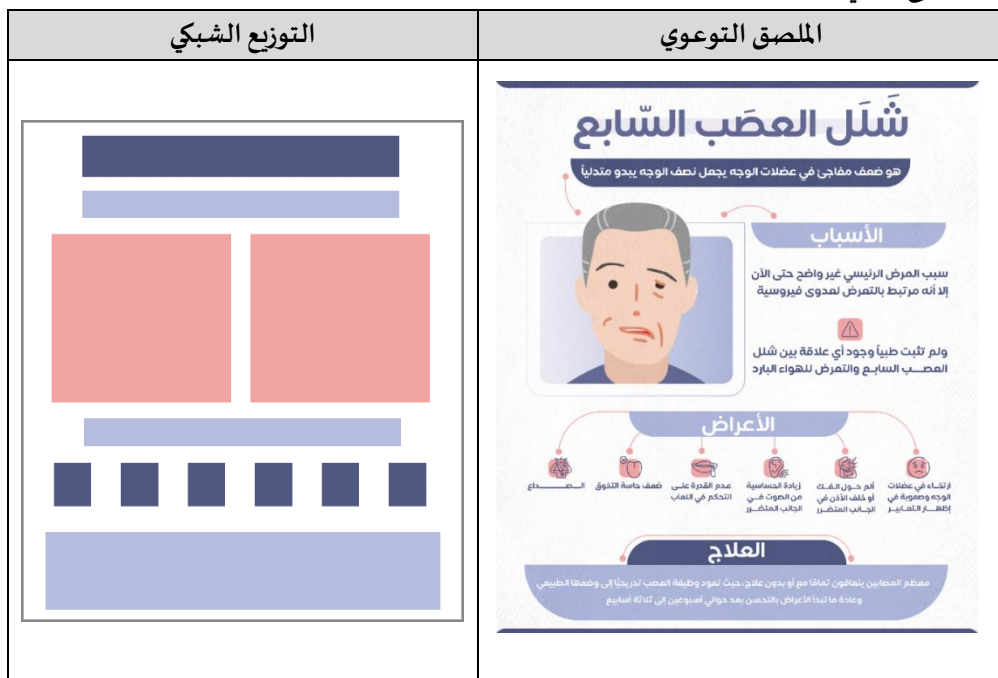
السنة: 2022

النمط: انفوجرافيك توعوي بأسلوب الأيزوميترك

المصدر: <https://waaiaaward.com>

في هذا العمل تم الاعتماد على أسلوب شبكات المعلومات المتسلسلة، حيث انقسم التصميم إلى نصفين، الجزء العلوي ركز على التوزيع الشعاعي للمعلومات. أما الجزء السفلي من التصميم فيظهر توزيع المعلومات والصور على شبكية ووحدات نمطية متساوية تمثل التسلسل المعرفي من الأعلى إلى الأسفل. وظهرت بؤرة التركيز في هذا العمل على تجسيد عنصر المستشفى بأسلوب إسقاط ايزوميتركي تظهر منه عناصر شكلية لأعضاء جسم الإنسان المتعارف عليها للتبرع بشكل درامي وكأنها تحكي قصة معاناة المرضى من خلف نوافذ المراكز الطبية. اختيار الخطوط في هذا العمل ركز على نوع واحد مع الحرص على توزيع الأوزان في الخطوط ويظهر ذلك في كلاً من التباين اللوني وحجم العناوين والنصوص الجانبية. تظهر الألوان بشكل متناسق مع مضمون الفكرة حيث ركز المصمم على توظيف أربعة ألوان أساسية في العمل تعكس ساعدت على تعزيز استراتيجية التصميم المتبنية وهي استراتيجية الالتزام المجتمعي من خلال حث المجتمع على التبرع واستعراض أهميته. وركزت الرسالة التصميمية على الإيجاز والتأثير والوضوح من خلال توظيف عناصر التصميم بشكل متنقن.

النموذج الثاني:



موضوع الملصق: شلل العصب السابع

اسم المصمم: مها عبد الرحمن الرومي

السنة: 2022

النمط: انفوجرافيك بأسلوب الرسم التوضيحي

المصدر: <https://waaiaward.com>

في هذا العمل تم الاعتماد على الأسلوب البسيط في تصوير المعلومات لتسهيل قراءتها، حيث تم تقسيم البيانات إلى ثلاث مستويات نصية متدرجة بالحجم بدأ بالعنوان ثم البنية أو المحتوى ثم القاعدة. الخط المستخدم يعد من الخطوط الناجحة في عرض المعلومات لسهولة قراءته، واستخدم المصمم عدد من الأوزان في تطبيق الخط مما أعطى تباين جميل في العمل. استند المصمم إلى ألوان مريحة للعين واكتفى بثلاث ألوان أساسية بالإضافة إلى الألوان المستخدمة في الرسم التوضيحي. واعتمد المصمم على الأسلوب المبسط في التصميم من حيث توزيع الأشكال والأيقونات. استراتيجية التصميم المطبقة تميل إلى استراتيجية تقديم المعلومات، حيث عمد المصمم تزويد المتلقي بالمعلومات اللازمة للتوعية بالموضوع.

تمثلت بؤرة التركيز في تطبيق الأسلوب اللامتائل في وسط الملصق حيث تظهر الجهة اليمنى البيانات التي تركز عليها الرسالة البصرية الأساسية والجهة اليسرى تعكس الرسم التوضيحي للموضوع. بعد بذلك تم تطبيق الأسلوب المتفرع في عرض الأعراض الخاصة بالموضوع عن طريق تطبيق الأسلوب الخطي Line art في تصميم أيقونات تعكس طبيعية المشكلة وإيصالها بطريقة مبسطة. مع العلم أن التوازن في توزيع

البيانات ضعيف نوعا ما ويفتقد إلى التوازن إلى أنه يمكن معالجته بإعادة توزيع العناصر مرة أخرى. المستوى الثالث من التصميم ركز على إيجاد ثقل في قاعدة الملصق بتوضيح الخلاصة بشكل سلس ومقروء.

نتائج الدراسة:

1. يعد مجال تصميم الملصقات التوعوية من المجالات المتخصصة في مجال تصميم المطبوعات، حيث تتطلب من المصمم الإحساس بأهمية القضية الاجتماعية لما تحمله من مفاهيم فكرية متداولة اجتماعياً تحمل تأويلاً فردياً أو جماعياً بوصفه ترجمة الوجدان المجتمع.
2. التصميم الجرافيكي الاجتماعي مفهوم لا يتم تعليمه بشكل مباشر، بل يُكتسب من الممارسة الدائمة في تصميم الملصقات التوعوية التي تتفاعل مع قضايا المجتمع.
3. يؤدي التصميم الاجتماعي الجرافيكي أدواراً ووظائف عدة والتي تسهم بشكل كبير في التعريف بالظواهر، والسلوكيات، والتصرفات، والعادات السلبية في المجتمع.
4. استيعاب المصمم بأحداثه الاجتماعية واستشعارها في هيئة بصرية على شكل ملصق توعوي يعكس الوعي الاجتماعي للمصمم.

وفي ضوء ما تقدم من نتائج توصي الباحثة بما يلي:

1. تعزيز مفهوم التصميم الجرافيكي الاجتماعي ضمن موضوعات مقررات التصميم وربط النظرية بالممارسة.
2. التأكيد على ربط الدلالات والرموز الاجتماعية والثقافية التي يمكن توظيفها ضمن استعارات بصرية في تصميم الملصقات التوعوية.
3. التركيز على دور التصميم الجرافيكي الاجتماعي في تصميم الموضوعات التوعوية.
4. تناول مفهوم التصميم الاجتماعي في الأبحاث العلمية العربية الخاصة بالتصميم عبر تفسير النظريات والاتجاهات المتنوعة فيه.

References:

1. Abu Khalil, F., & Fairouz. (2022). Design an aesthetic indicative poster about the Corona virus through the infographic. *Egyptian Journal of Specialized Studies*, 10(34), 329-355.
2. Ahmed Muwafi, A., Hajjaj, M., Abdo Qatiya., H., & Hani. (2017). Inspiration and its role in enriching the technical construction of the university poster. *Specific Education Research Magazine*, 2017 (48), 473-493
3. Al -Jarrah, I., & Summer, A. (2017). The effect of the advertising poster on combating intellectual extremism and terrorism [Unpublished Master Thesis]. Middle East University, Oman. Retrieved from <http://search.mandumah.com/RCord/903400>
4. Al-Darisa, M. (2008). *Perspective and Engineering Drawing*. Arab Society Library.
5. Alkhalidy, M. (2021). Poster design and its role in drug control. *Al-Academy*, (101), 353–372. <https://doi.org/10.35560/jcofarts101/353-372>
6. Almasri, N., & Abdulhadi, A. (2020). *Design Psychology and its Methodology*. Arab Society Library for Publishing and Distribution.
7. Alsharawi, A., Saif Aldeen, S. (2020). *Graphic Design*. Publication of the Syrian Virtual University (SUV).
8. Alzaidi, A. (2021). Social Graphic Design and its Reflection in Combating Drug Abuse. *Al-Academy*, (100), 813–828. <https://doi.org/10.35560/jcofarts100/813-828>
9. Asiri, E. (2007). *The Role of the Poster in Addressing Society Behaviour*. Saudi Arabia: Published Research, College of Education, Umm Al-Qura University.
10. Danisworo, D. (2002). *Structure of Visual Storytelling and Graphic Design*. [Master Thesis]. Rochester Institute of Technology. Accessed from <https://scholarworks.rit.edu/theses/6123>
11. Elbetety, R. (2015). *The Cultural Dimension of Graphic Design Arts And Its Role In The Visual Development of Society*. [Conference Paper]. First International Conference Fine Arts and Community Service - South Valley University – Egypt.
12. Frascara, J. (1988). Graphic design: Fine art or social science?. *Design issues*, 5(1), 18-29.
13. Gray, Krista. (2020, September 19). Isometric Art: What It Is, Examples, and How to Create Your Own. Skill Share Blog. <https://www.skillshare.com/blog/en/isometric-illustration-is-the-next-big-creative-trend-and-heres-why/>
14. Ketbi, T. (2020). *Infographic*. Takween Publisher.
15. Khalil., S. (2010). *The Basics of Societal Education in Visual Art*. The Egyptian Anglo Library.
16. Ladd, A. D. (2010). Developing Effective Marketing Materials: Promotional Posters and Flyer Design Considerations. Retrieved on March, 15, 2017.
17. Merriman, Kevin. (2016). *Digital artwork: Isometric environment*. <https://www.artstation.com/artwork/dLAoJ>
18. Montúfar-Chaveznava, R., Yousuf, M. A., & Caldelas, I. (2008, July). Poster sessions as a strategy to motivate engineering learning. In *International Conference on Engineering Education: New Challenges in Engineering Education and Research in the 21st Century* (Vol. 27, p. 31).
19. Moses, S. (2000). *Fundamentals of Engineering Drawing*. Makaba Al Yaziji
20. Nasadowski, R. S. (2015). *Social design as violence*. [Master thesis]. University of Texas at Austin.
21. Normoyle, C. (2019). A Blended Perspective: Social Impact Assessment in Graphic Design. *Dialectic*, 2(2).

22. Poulin, R. (2017). *Design School: Type: A Practical Guide for Students and Designers*. Rockport Publishers.
23. Seifert, C., & Chattaraman, V. (2020). A picture is worth a thousand words! How visual storytelling transforms the aesthetic experience of novel designs. *Journal of Product & Brand Management*.
24. Seifert, C., & Chattaraman, V. (2020). A picture is worth a thousand words! How visual storytelling transforms the aesthetic experience of novel designs. *Journal of Product & Brand Management*.
25. Shaltout., M. (2018). *The Infographic: From Planning to Production*. Al Ghad Library.
26. Taffe, S. (2021). Tensions facilitating codesign in graphic design: Working with asthma educators in Australia. *International Journal of Design*, 15(1), 51.
27. Tromp, N., & Hekkert, P. (2019). Designing for society. *Products and Services for a Better World*. Bloomsbury, 10, 9781474205221.
28. William, Jordan. (2017, February 16). The practitioner vs the Thinker. Business, Design, Lifestyle, Metamodernism. <https://jordanwlee.com/the-practitioner-vs-the-thinker/>
29. Yassin, E. T., & Salman, A. A. (2021). Functional and aesthetic integration in the design of the media poster. *Al-Adab Journal*, 2(137), 539–554. <https://doi.org/10.31973/aj.v2i137.1631>
30. Zaki, R. (2017). Evaluation of awareness posters for field training students in the Department of Educational Media in the light of social marketing theory. *The Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research*, 2018(14), 215-283.