

**THE EFFECTIVENESS OF POSTER DESIGNED TO
EDUCATE AGAINST INTELLECTUAL EXTREMISM**

فاعلية تصميم الملصق في التثقيف ضد التطرف الفكري

مدرس .رغد منذر احمد- جامعة بغداد- كلية الفنون الجميلة

**Teacher. Raghad Mundher Ahmed -College of Fine Arts
University of Baghdad**

الملخص

يعد موضوع الارهاب الفكري هو واحد من أهم المواضيع الحيوية وذات الخطر الكبير ، حيث ان خطره يهدد الأمن والنظام العام في المجتمع ، على الرغم من تشعبه وتوسع انماطه وأساليبه ، حيث ان صورته واسعة وآثاره كثيرة الحدوث في حياتنا اليومية ، والسبل الكفيلة بالتصدي له اعلاميا ومنها الملصق المصمم كرافيكيا الذي منع انتشاره يمكن ان يثقف ضد التطرف الفكري ، يكون البحث الحالي من مدخل واطار نظري ، وانطلق من مشكلة البحث : ما مدى قدرة الملصق المصمم كرافيكيا في التثقيف ضد التطرف الفكري ؟. فيما حدد هدفين للبحث اولهما: التعرف على النماذج العالمية للملصقات التي تعرضت لموضوع التطرف ، وثانيهما: توظيف الملصق المصمم كرافيكيا في التثقيف ضد التطرف. يتحدد البحث الحالي موضوعيا بالملصقات العالمية التي تعرضت لموضوع التطرف الفكري، المصممة في اوروبا لعام 2019 . كما قامت الباحثة بتحديد المصطلحات التي وردت في عنوان البحث، ومن ثم تطرق البحث الى الإطار النظري من خلال ثلاث مباحث هي، المبحث الاول: التطرف الفكري المبحث الثاني: الثقافة والتثقيف. تضمن المبحث الثالث : تصميم الملصقات، وتوصل البحث الى نتائج البحث اهمها المتحقق الكلي بنسبة 79,3 متحقق بدرجة جيدة، اذ حقق النموذج رقم (3) محقق بنسبة 100%، وبينما حقق النموذج رقم (1) اقل نسبة 61,1 متحقق بنسبة متوسطة. كما توصلت الباحثة الى استنتاجات اهمها:

1. تفتح الثقافة السائدة المدخل الرئيس لموجة الخطاب والتعامل مع الفئة المستهدفة بما يراعي ثقافتها فضلا عن الرموز الاجتماعية .
 2. ساعد انتشار الملصق باماكن مختلفة وباحجام متنوعة استهداف اكبر عدد من المتلقين وبالتالي وصول رسالة التثقيف ضد التطرف الفكري.
 3. تساعد الرموز التقليدية البسيطة والسريعة الفهم التركز في ذهن المتلقي وبالتالي وصول رسالة خطورة التطرف.
- الكلمات المفتاحية:** التطرف، التثقيف، الملصق.

Abstract

The topic of intellectual terrorism is one of the most important and vital topics of great danger, as its danger threatens security and public order in society, despite its complexity and the expansion of its patterns and methods, as its images are wide and its effects are frequent in our daily life, and ways to address it media, including the poster The graphic designer who, to prevent its spread, can educate against intellectual extremism, the current research is from a theoretical entrance and framework,

I start from the research problem: What is the role of the graphic designer poster in educating against extremist intellectual extremism? While he identified two goals for the first: identifying global models of posters that were subjected to the topic of extremism, and second: employing the graphic design poster in education against extremism.

The research is determined and the researcher has identified the global educational posters that address the topic of intellectual extremism designed in Europe until 2019.

The researcher also defined the terms that were mentioned in the title of the research, touched on a theoretical framework through three topics: the first topic: intellectual extremism, the second topic: culture and education

The third topic: poster design,

The research reached the results of the research, the most important of which is the overall investigator with a ratio of 79.3 achieved with a good degree, as Model No. (3) achieved a percentage of 100%, while Model No. 1 achieved the lowest percentage of 61.1 achieved by an average rate. The researcher also reached the most important conclusions:

1- The prevailing culture opens the main entrance for the leader of the discourse and deals with the target group in a manner that respects its culture as well as social symbols.

2- It helped spread the poster in different places and in different sizes targeting the largest number of recipients and thus the message of education against intellectual extremism.

3- Simple and quick traditional symbols help comprehend the recipient's mind and thus reach the message of the danger of extremism.

Key words: extremism, education, poster

المدخل :

يعد موضوع الارهاب الفكري هو واحد من أهم المواضيع الحيوية وذات الخطر الكبير ، وإن خطره يهدد الأمن والنظام العام في المجتمع ، على الرغم من تشعبه وتوسع انماطه وأساليبه ، إذ إن صورته واسعة وآثاره كثيرة الحدوث في حياتنا اليومية من فتن وحروب طائفية، وانتشار التطرف والأفكار المتطرفة ، وكذلك التحريض على العنف والذي ساهمت فيه وسائل الاعلام المرئية والمسموعة والمقروءة .

الثقافة هي المحرك الأساس للفعل الإنساني ، فمقياس تحضر الأمم و رقيها مرتبط بتقدمها الثقافي بكل دلالات اللفظ و محتوياته ، و هذا ما تشهد به المدنية المعاصرة فالأمم المتقدمة في عالمنا هي التي استطاعت أن تأخذ بتلابيب الثقافة في كافة جوانبها الإنسانية و العلمية و أن تحول وعيها الثقافي إلى فعل عام تتقدم به على غيرها ، على الرغم من الخلل الذي يلف بعض جوانب ثقافتها .

تعد الملصقات الإعلانية المؤثر ثقافيا في المتلقي ومن أهم وسائل الإعلان التقليدية التي تلصق عن طريق تركيبات أو دونها ويتم وضعها في أماكن مختلفة خاصة تلك التي يتواجد بها عدد كبير من الجماهير مثل محطات المواصلات أو دور الرياضة أو محلات التسوق الكبرى وهذا لغرض إيصال الرسالة الإعلانية إلى أكبر عدد ممكن من المتلقين. وهذا ما سنتطرق اليه في بحثنا من مشكلة البحث من خلال التساؤل : ما مدى قدرة الملصق المصمم كرافيكيا في التثقيف ضد التطرف الفكري ؟

أهمية البحث :

تتلخص أهمية البحث الحالي ب:

1. تسليط الضوء على الضرر الذي يصيب المجتمع من الارهاب الفكري ، إذ انه من المواضيع التي يدفع المصمم فيها لتثقيف وتوعية المجتمع بمخاطر التطرف الفكري
2. التأثير الكبير للملصق وانتشاره وقوة تأثيره في المجتمع.

هدف البحث:

يهدف البحث الحالي الى:

1. التعرف على النماذج العالمية للملصقات التي تعرضت لموضوع التطرف.
2. توظيف الملصق المصمم كرافيكيا في التثقيف ضد التطرف.

منهج البحث :

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لملائمته طبيعة المشكلة موضوع الدراسة واستخدام.

مجتمع الدراسة وعينة الدراسة :

ضم مجتمع البحث 30 ملصق مصممه عالميا منشورة على الشبكة الدولية للمعلومات لعام 2019، وقد اختارت الباحثة عينة قصدية تكونت من 3 نماذج وبنسبة مئوية 10% تتلائم مع اهداف هذه الدراسة. للأسباب الآتية:

- 1- حداثة طروحات المواضيع.
- 2- تنوع الافكار وملائمتها ومضمون البحث.
- 3- جمالية الدلالات الفكرية والرمزية.

أداة البحث:

اعدت الباحثة استمارة تحليل* لإتمام متطلبات البحث ، من الادبيات والاطار النظري ,وبعد إن قامت بعرض الاستمارة بصورتها الأولية على (3) محكمين التصميم الكرافيكى* ، تم إجراء التعديلات التي اقرها السادة المحكمين وحذف العبارات التي لم يتفقوا عليها ، وتم وضع الاستبانة بصورتها النهائية والتي احتوت على (5) محاور.

* ملحق رقم (1).

1. ا.م. د. شيماء كامل داخل/ تصميم طباعي/ قسم التصميم /كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد.
2. ا.م. د. رافي صباح نجم الدين /تصميم طباعي/ قسم التصميم /كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد.
3. ا.م. د. ليلى عماد فتحي/ تصميم طباعي/ قسم التصميم /كلية الفنون الجميلة /جامعة بغداد

حدود البحث:

يتحدد البحث : موضوعيا : بالملصقات العالمية التي تتعرض لموضوع التطرف الفكري.

مكانيا: المصممة في اوربا

زمنيا لعام 2019

تحديد المصطلحات:

1. الفاعلية

فاعلية: (اسم) ,الفاعلية : وصف في كل ما هو فاعل,مصدر صناعي من فاعل : مقدرة الشيء على التأثير (/ <https://www.almaany.com/ar/dict/ar>) عرفها هولاند وآخرون "بأنها مجموعة التوقعات التي تجعل شخصا ما يعتقد ان المسار الذي سيتخذه سلوكا ما سيحظى بالنجاح"(هولاند , 1986, ص 143). ويعرفها Sherer وآخرون بأنها "مجموعة عامة من التوقعات الذاتية لدى الفرد بشأن قابليته حول أداء السلوك وتحقيق الغايات والتغلب على العقبات في مواقف الحياة اليومية" (, 1982 , Shere, p664).

2. الملصق

"الملصق هو عرض ترويجي مؤقت لفكرة أو منتج أو حدث يتم طرحه في مكان عام للاستهلاك الشامل." (Stephen . 2012. pp. 7)

3. الثقافة

عرّفها ثومبسون Thompson: بأنها مميزات أو خصائص جماعة تتضمن القيم والمعتقدات ومعايير السلوك التي تختلف في عضوية جماعة أخرى و تساعد على تمييز هذه الجماعة عن جماعة أخرى ، بينما عرفها Omrod: بأنها "نظم السلوك و المعتقدات التي تميّز جماعة اجتماعية" فيما عرفها (Arends): أنها "تصف الطريقة الكلية لحياة جماعة بتاريخها و اتجاهاتها و قيمها ، و الثقافة تُتعلّم ، و ليست ثابتة ، و تتغير بشكل مستمر ، والثقافات لا تمثل الجماعات ، وإنما هي ما أوجدت من قبل الجماعات" .

4. التطرف

التطرف في اللغة : انحرف عنه وتحرف واحرورف أي مال وعدل. وحرف الشيء عن وجهه أي صرفه وإذا مال الانسان عن شيء يقال انحرف. وانحرف بمعنى مال معناه الوقوف في الطرف بعيداً عن

الوسط أو الأخذ بأحد الطرفين والميل إليه، إما للطرف الأدنى أو إلى الطرف الأقصى (القزويني، 1979، ص 447).

التطرف اصطلاحيا:

عرفه الشبل: بانه يعني الغلو ومجاوزة الحد المقبول والتعصب لعقيدة أو فكرة أو مذهب يختص به دين، أو جماعة، أو حزب، فيوصف بالتطرف الديني والحركي والسياسي (الشبل، الجذور، 2010، ص 9) بينما عرفه ال حسن بانه: نشاط يستهدف إفساد أي معتقد -أو- سلوك باستخدام الوسائل والأساليب المعنوية التي تحلّ بأمن وأمان الوطن وتؤثر على المواطنين (آل حسن ، <http://www.alsharq.net.sa/2013/09/27/9>)

المبحث الاول: التطرف الفكري

يتخذ الانحراف الفكري اشكالا متعدد ، وهو الركيزة الاساس التي تحدد الاطار المرجعي للأفراد والجماعات، والانحراف الفكري هو سلوك غير سوي يدفع نحو السلوك الاجرامي، وبشكل عام يمكن تناول الانحراف الفكري والايديولوجي من خلال مدارس و نظريات أرساها علم الاجتماع عولجت هذه الظاهرة عن طريق ثلاثة اتجاهات تفسيرية وهي:

الاتجاه الاول الذاتي:، وتضم النظرية التي تنتمي إلى المدرسة النفسية.

الاتجاه الثاني: يضم نظريات تعاملت مع هذه الظاهرة من خلال عوامل خارجية وعوامل تعتمد على تركيبة الافراد الذاتية في تفسير الانحراف الفكري ويضم هذا الاتجاه المدارس الجغرافية والاقتصادية والاجتماعية والسلوكية والاجتماعية الثقافية والاجتماعية الدينية.

الاتجاه الثالث: اتجاه تكاملي يجمع بين الاتجاهين السابقين (المجلة العربية ، 2015، ص 69) .

التطرف الديني

يشمل مجموعة التطرف الديني من الافكار والفتاوى التي تتناول كل جوانب الحياة وتدعو الى تحريم كل شيء من نعم الحضارة والحياة المعاصرة ، حيث أنه في جميع قضايا المجتمع والحضارة لهم رأي مخالف للعلم والمنطق ، بل حتى مخالف لدين الوسطية التي نادى بها الاسلام ، حيث ميز الله تعالى الامة الاسلامية وجعلها أمة وسطاً لقوله تعالى في سورة البقرة الآية (143) (وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِيَتَّكِفُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ) (بوادي ، 2006 ، ص 13).

ويبدو أن القول بأن التطرف هو أحد أوسع الأبواب التي تؤدي إلى الإرهاب يحتمل الكثير من الواقعية، خاصة بعد أن ثبت ان أكثر موجات الارهاب التي اجتاحت العالم العربي كانت نتاجاً

للتطرف، وذلك لان التطرف الفكري قد يقود الى السلوك الارهابي ويرتبط به (العيسوي، د.ت، ص165)، وبالتالي فإن التطرف يسبب افكار منحرفة، وأن هذه الافكار المتطرفة هي التي تقود الى القيام بعمليات ارهابية واقتتال طائفي وحروب واخ ، وبالتالي نلاحظ مدى العلاقة بين التطرف والإرهاب الفكري ، حيث ان الارهاب الفكري هو من نتاج الافكار المتطرفة.

حرية التعبير عن الرأي

إن حرية الرأي والتعبير المقصود بها كفالة تمتع كل انسان بالحق في ابداء رأيه وتلقي المعلومات والأفكار دون تدخل من جانب الغير (فهومي، 2008، ص 17)، ويعرفها آخرون بأنها فتح مجال واسع أمام الانسان لالتماس ضروب المعرفة والإحاطة بأسرارها سواء للاستفادة الشخصية منها في تكوين رأيه الذي يؤمن به أو تمهيداً لنقل الاستفادة بها الى غيره من الاشخاص بشتى الطرق والوسائل المكتوبة او الشفهية ومنها الملصق(عفيفي ، د.ت ، ص 94)، ويرى البعض بأنها أمكانية كل فرد في التعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته الدينية بكافة الوسائل المشروعة سواء كان ذلك بالقول أو بالرسائل أو بوسائل الاعلام المختلفة.

حرية الراي في القوانين والمواثيق الدولية

وقد نصت الاعلانات الدولية على حرية الرأي والتعبير ومنها ، المادة 19 من الاعلان العالمي لحقوق الانسان لسنة 1948 والذي نص على (أن لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير ، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل ، واستقاء الأنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت دون تقيد بالحدود الجغرافية) ، وكذلك المادة (10) من الاتفاقية الاوربية لسنة 1950 والمادة (19) من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية لسنة 1966 والمادة (13) من الاتفاقية الامريكية لعام 1969 والمادة (32) من الميثاق العربي لحقوق الانسان 2004، أما الدساتير الوطنية والمقارنة فقد نصت على هذا الحق ايضاً ، مثل المادة (65) من الدستور المصري الحالي لسنة 2014 ، والمادة (38 أولاً) من الدستور العراقي لسنة 2005 . وإن التعبير عن الرأي أما أن يكون بالكلمة أو بالصورة أو بالرسم أو بالكاريكاتور ، وهناك قيود توضع على حرية الرأي والتعبير الهدف منها هو حماية مبدأ الشرعية والالتزام بحماية حقوق الاخرين وعدم المساس بسمعتهم ونزاهتهم وشرفهم وعدم الاخلال بالنظام المجتمعي والنظام والآداب العامة ، فليس من حرية الرأي والتعبير نشر وبعث النزعات العنصرية أو التحريض عليها أو ارتكاب اعمال العنف(عفيفي ، المصدر السابق ، ص96) .

وبعد كل ما ذكرناه فإن توجيه الاهانات الى الرموز الدينية أو الاساءة الى الديانات السماوية أو الازدراء بالأنبياء أو الرسل أو السخرية منهم يشكل انتهاكاً للحرمة والحرية الدينية ، وبالتالي فان هذه

الاساءات سواء كانت موجهة الى الاديان او المذاهب او الرموز الدينية هي نمط من انماط التطرف والارهاب الفكري، وذلك لان هذه الاساءات لا تتناسب مع جوهر الدين، وبالتالي فهي تخلق اخطر اشكال الفتن .

المبحث الثاني: الثقافة والتثقيف

ان الثقافة هي الوساطة التي تعيد بها الطبيعة صياغة ذاتها على نحو متواصل دون إنقطاع (سميسم , 1982, ص 136), وتظهر هنا الحاجة الى معرفة العلاقة بين الانسان والثقافة التي يتعرض اليها دارسوا الانثروبولوجيا الثقافية (Culture Anthropology) التي تعنى بدراسة الانسان, أصله ونشأته وتطوره ودراسة المجتمعات والثقافات المتعددة لبني البشر، ومع تطور العلاقة بين الثقافة والمجتمع والحياة الاجتماعية (هاميل, 1992, ص 18), هناك من يرى اخراج الثقافة وعناصرها المختلفة هي خارج اهتماماتهم, حتى في المواضيع التي تبدو فيها الآثار الثقافية واضحة، فالثقافة من صنع الإنسان بصفتها ظاهرة طبيعية (عاطف, بيروت 1986, ص 4), والانسان هو عضو في المجتمع له ثقافة معينة, ويمارس سلوكا مع سلوك الأفراد في الجماعة وقد شاع كلمة ثقافة (culture) عند شيوع فكرة علم الإنسان وتطوره الانثروبولوجيا الطبيعية والحضارية والاجتماعية وقليل من الانثروبولوجيون يطلقون على أنفسهم (حضاريين) و يجعلون اهتمامهم منصبا على الحضارة , ومن يدرس المجتمع. وهنا نجد الترابط الوثيق بين الثقافة والمواقف الاجتماعية , حتى انه ليصعب الفصل ما بين هو ثقافي , والحاجات الانسانية, التي تفسر تفسيراً اجتماعياً يرشد الى عناصر الثقافة (الشماس , 2004, ص 27).

تنظر الموسوعة الثقافية العلمية الى موضوع الثقافة على انها (متعلمة) , أي ان التراث يكتسب من جيل الى اخر عن طريق التعليم, كما انها تراكمية وسهلة التفكير والمعرفة, في المجال النظري والعملي , وانها انسانية , تخص الكائن الانساني الوحيد الذي يملك جهازا عصبيا راقيا وقدرات عقلية فريدة, وانها مستمرة يرثها أفراد المجتمع من جيل الى جيل, وهي متصلة بالماضي والحاضر وانها خاصة بالنبأ بالمستقبل, وهي متغيرة , تتكيف مع واقعها وتستجيب لحاجاتها , وهي مثالية وواقعية , ولكنها متغيرة , والتغير لا يمكن قياسه الا من خلال العناصر التي تكون ثابتة نسبياً , كما لا يمكن قياس الثبات الا عن طريق تلك العناصر التي تتغير باستمرار (الموسوعة الثقافية العلمية 1981 , ص 24).

كلمة ثقافة تدل اساساً على اتجاه النمو الطبيعي قبل القرن التاسع عشر، ثم أصبح معناها عن طريق التماثل , عملية تدريب , وهذا الاستخدام الثاني , قد تغير من تهذيب شيء ما الى ان اصبح اللفظ يعني شيئاً مستقلاً في حد ذاته (وليامز , 1986, ص 67), وذلك أصبح معناها حالة أو عادة

لفكر كمي حيال عقلية عامة , التي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بما يهيم الانسان ثم اخذ معنى آخر , فأصبح حالة عامة للتطور الفكري في مجتمع ما وهناك معنى ثالث , وهو الكيان العام للفنون , وفي أواخر القرن التاسع عشر اصبحت تعني الطريقة الشاملة للحياة, مادياً وعقلياً وروحياً والسلوك الذي ينتقل عن طريق التعلم من جيل الى جيل يسمى (الثقافة) ,والانسان وحده هو الذي له ثقافة وان لم تكن بهذا التعقيد الذي عليه الان , وفق ما يصطلح عليه الثقافة المادية (culture Material). والثقافية اللامادية (culture immaterial), و كلاهما ينتظمان حول اشباع الحاجات الرئيسة الأمر الذي يعطي نظامها الاجتماعي الذي هو جوهر الثقافة, لتكوّن نمطاً (pattern) لكل مجتمع على حدة (عاطف , مصدر سبق , ص 46).

ان التطور الذي طرأ على لفظة ثقافة , هو سجل مهم ومتواصل , من ردود الافعال لهذه التغيرات في حياتنا الاجتماعية والاقتصادية , ويظهر ان هناك تنافسا بين من ينظر الى الثقافة على انها تكوين من القيم والمعتقدات والمعايير والرموز , ومن يراها كمنتجات العقلية, وبين من ينظر اليها فيربطها بنمط الحياة الكلي لمجتمع ما , والتي تربط بين أفراد وتوجهات المجتمع , ولذلك استمدوا مفاهيم ثلاثة تمثل الثقافة بنظرهم وهي: (العبادي , 1981, ص 13) :

اولا- التحيزات الثقافية

ثانيا- العلاقات الاجتماعية

ثالثا- انماط و اساليب الحياة

إلا ان اشهر التقسيمات وأوسعها هو التقسيم الثلاثي الى: (الشيبياني, 1986 , ص 15)

1. العموميات

2. الخصوصيات

3. البدائل

يقصد بالعموميات الثقافية انها جميع الافكار والتصرفات والمشاعر والمعطيات والعادات والتقاليد والاستجابات العاطفية المختلفة المشتركة بين جميع الناس في مجتمع من المجتمعات وطرق التفكير التي يشير فيها جميع افراد المجتمع واللغة والانماط السياسية للعلاقات الانسانية السائدة في مرحلة معينة بالنسبة لجميع الافراد.

اما الخصوصيات الثقافية , فهي الظواهر التي يشار فيها سوى أفراد من مجموعات اجتماعية معينة متميزة كالأطباء والمهندسين والمحامين والمعلمين .

ويقصد بالبدائل تلك التي تتدرج تحت العموميات والخصوصيات وهي تتمثل في الاهتمامات, والتي تتغير باستمرار , فالبدائل الثقافية تتغير بسرعة , وتحل محلها مظاهر أخرى , سرعان ما تتغير بسبب ما تعرض اليه سابقاتها من تغير.

المبحث الثالث : تصميم الملصقات

تعد الملصقات الإعلانية واللافتات بالشوارع أو على المحلات والمتاجر أو العيادات وأعمدة الإضاءة من أقدم وسائل الإعلان، إذ يرجع استخدامها إلى 3000 سنة قبل الميلاد، وقدماء المصريون هم أول من استخدموها، وتتميز هذه الوسيلة بإمكانية تحكم المعلن فيها من حيث الحجم والشكل وإعادة الطبع... إلخ، هذا ولا يوجد شكل محدد أو مثالي لمثل هذه اللافتات أو الإعلانات، وعلى العموم يوجد حتى الآن أعلى عدد كبير من الأشكال لمثل هذه الإعلانات ويتوقف تخطيط اللوحة على مضمون الإعلان أو المعلومات والصور المطلوب عرضها، وقد تأخذ هذه اللافتات أشكال مختلفة فمن الأشياء الأكثر ارتباطا بتطور هذا الفن هي تلك المطبوعات والإعلانات التي بدأت في الظهور على الحوائط العامة مع اختراع فن الطباعة (أبو قحف 2001، ص 235).

يرتبط ظهور الملصق الحديث في الحضارة الأوروبية بالتحول الحادث في دور الصورة والكلمة والذي ظهر في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، ففي ذلك الوقت بدأت الثورة الصناعية في خلق جو اقتصادي استهلاكي وأصبح دور الملصق هو العمل على الإقناع وترويج البيع، وفي تلك الأثناء بدأ التطور في أجهزة الطباعة إلى أخرى أكثر تعقيدا مما سهل إمكانية إعادة الإنتاج الواسع (عمرو 1998، ص 36).

خصائص الملصقات :

تعتبر الملصقات الإعلانية من أكثر الاستخدامات المتاحة في مجال الإعلان والتي يمكن استخدامها لنشر الكثير من الرسائل الإعلانية الموجهة لجمهور مستهدف في الشارع، بغرض إعلامهم عن رسالة ترويجية أو توجيهية أو تثقيفية. ويرجع هذا الاستخدام للملصقات الإعلانية للعديد من المميزات التي تحملها منها:

1. يمكن تفصيل مجموعة من الملصقات التي تغطي السوق ككل أو تغطي أسواقا محددة أو حتى أحيانا أجزاء محددة من سوق محلي.
2. وجود جمهور متحرك: فالأفراد يشاهدون الملصقات بينما هم يتحركون من مكان إلى آخر، وقد يكون الفرد في طريقه إلى شراء سلعة أو خدمة معينة وتساعد هذه الإعلانات في تقرير نوع العلامة أو الخدمة التي يرغب في الحصول عليها (مصطفى، 2004، ص 110).
3. التعرض المتكرر للإعلان: إن فرصة تعرض الفرد لنفس الإعلان مرات عدة تزداد مع استخدام اللافتات الإعلانية (السيد، 2002، ص 244).

4. تعد الملصقات إحدى قنوات الاتصال الجمعي، كونها قناة اتصال إقناعية، إذ تتميز بقدرتها على التعبير المركز، فهي بذلك تتضمن الكثير من العيوب الناتجة عن سوء استخدام الألفاظ التي قد يساء فهم دلالاتها.
 5. كما أنها لا تحتاج إلى جهد أو وقت لقراءتها، إذ يدرك محتواها في ثوان قليلة، فضلا عن إمكانية فهمها وادراكها بسهولة.
 6. يشكل الملصق من لوحات مصورة على صحائف كبيرة من الورق تلصق داخل إطارات وتعلق على الجدران أو على جوانب الطرق ومداخل المدن والمعارض والمتاحف، وعند التقاطعات الرئيسة لشوارع المدن، ويكون الاعتماد في مشاهدتها على ضوء الشمس نهارا، وعلى الضوء الاصطناعي الذي يتخلل بعضها ليلا.
 7. وعادة ما يتضمن الملصق فكرة يعبر عنها بالرسم والكتابة، بطريقة بسيطة وفعالة ومركزة تجذب الانتباه وتثير الاهتمام وتدفع المشاهد إلى الانفعال أو أداء عمل معين.
 8. تستخدم الطباعة في إعداد الملصقات، عندما يكون الهدف إنتاج أعداد كبيرة منها مثل الملصقات الإرشادية والتوجيهية والإعلامية، وتستخدم في إعدادها المواد والخامات الأكثر مقاومة للأمطار وعوامل التعرية المختلفة (المصري، 2001، ص 65).
- من خلال ما سبق نلاحظ كفاءة الملصقات الاعلانية كأقدم وسيلة إعلان وأكثرها تأثيرا في المتلقي وايصال الرسالة المطلوبة في كل الاغراض ومنها التوعوية موضوع البحث الحالي عن طريق استعراض عناصر التصميم الملصق.

عناصر تصميم الملصقات

عادةً ما تثير ملصقات الأحداث الإثارة والاهتمام بالحدث إذا تم القيام به بشكل فعال، إذا تجدد العديد من ملصقات الأحداث التي تتضمن جميعها عناصر مختلفة، بعضها يركز على النص بينما يركز البعض الآخر على الصور، إذ يمكن أن تأتي الملصقات بتصاميم متنوعة إذا كان الهدف النهائي هو الطباعة والتوزيع، فيما يلي 6 عناصر يجب مراعاتها عند تصميم الملصق (Roger . 1977. p. 7):

1. الهدف

يحدد الهدف بشكل مباشر للتصميم المطلوب، إذ يجب أن تكون الرسالة التي تحاول نقلها واضحة ويجب أن تظل في مقدمة التفكير أثناء عملية التصميم بأكملها، من المفيد معرفة كيفية استجابة المتلقي في حالة إنشاء المزيد من الملصقات في المستقبل في ذات الموضوع.

2. المتلقي

يعد المتلقي الحلقة المستهدفة من التصميم اذا من المهم أن يفهم المتلقي والفئة المستهدفة ، فيجب أن تكون للمصمم فكرة جيدة عن المتلقي الذي يستهدفه الملصق ومراعاة مختلف فئات المتلقين في اختيار الالوان والرموز الموظفة في التصميم.

3. الصورة

تعد الصور وسيلة فعالة لاجداث تأثير , سواء استخدمت كصورة خلفية أو كإضافة في المقدمة ؛ الصور تجذب الانتباه , ذات جودة عالية. مع شعار واضح في الصورة. من المهم أن تطابق الألوان الموجودة على الصفحة.

4. اللون

يمكن القول أن اللون هو أحد العناصر الأكثر أهمية عندما يتعلق الأمر بالتصميم المرئي. يجذب الملصق انتباه الجمهور دون زيادة المبالغة باستخدام الالون. أيضاً عند استخدام العلامة التجارية. يمكن أن يكون الاختيار للألوان ذا تأثير على عاطفة المستخدم.

5. الشكل والبنية

إن بناء الشكل التصميمي الجديد للملصق يتم بقصدية لكي يؤدي الى نسق مثير سيكولوجياً وجمالياً فضلاً الى الديناميكية والعلائقية التي يظهر بها فعل التصميم ليجعل المتلقي سريع التعاطف ومستمتعاً ببنائه بوصفه وحدة بنائية متكاملة لوظيفة الرسالة الاعلانية.

6. النص الكتابي

يلعب النص دوراً مهماً في عرض كل المعلومات وتوصيل الخطاب البصري الى المتلقي, إذ يجب التأكد من أن النص يسيطر ويتفاعل ويبرز من مسافة بعيدة. ويمكن إضافة النصوص لجذب انتباه الجميع, ويجب التأكد من سهولة قراءة الخط والتأكد من الوضوح والمقروئية في المقدمة, مع استخدام عناوين جريئة وجذابة ، تمكن المتلقي من سهولة قراءة النص والرسالة ، وما يسمى بالحدث الأهم إذ يمكن أن يكون ملصق الحدث مصمم بشكل فعال يدفع المتلقي الى الإثارة والمشاركة.

وصف وتحليل النماذج, نموذج رقم(1)



الملصق في النموذج عبارة عن تصميم لراس جانبي باللون الاسود للدلالة على عتمة التفكير والضياع الشخصي وداخله الدماغ وقاعدته مصباح كدلالة لاشعاع

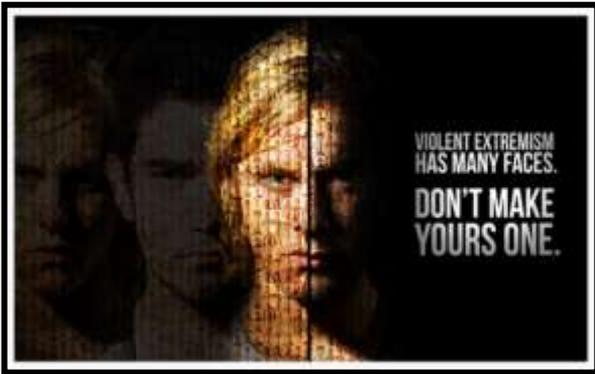
الفكري والمعرفي ونهايته من الاعلى فتيل قبلة تكاد ان تنفجر وهي دعوة لاطفاء هذا الفتيل قبل الانفجار والاستفادة من الفكر النير بشكل ايجابي بعيد عن التطرف⁽¹⁾

ويمثل الجدول رقم (2) الفقرات ومقدار المحقق كل فقرة في النموذج رقم(1)

غير متحقق	متحقق الى حد ما	متحقق	الفقرة	
		*	يتوافق تصميم المصلق مع التثقيف ضد التطرف من خلال رسالة واضحة	1
		*	وصول الفكرة للمتلقي الذي يستهدفه المصلق وتراعي مختلف فئات المتلقين في اختيار الالوان والرموز الموظفة في التصميم	2
	*		يسمح للمتلقي بإلقاء نظرة سريعة على كل المعلومات ذات الصلة بوضوح وسهولة	3
		*	يجتذب المصلق انتباه الجمهور من خلال سيادة موضوعة التطرف دون زيادة او مبالغة	4
*			للنص دورًا مهمًا في عرض كل المعلومات وتوصيل الخطاب البصري الى المتلقي	6
61,1%			المتحقق الكلي للنموذج	

الجدول رقم (2) الفقرات ومقدار المحقق كل فقرة في النموذج رقم(1)

نموذج رقم(2)



يحمل المصلق رسالة معبرة مفادها ان للتطرف الفكري اوجه عديدة وقد عبر عنها المصمم من خلال الوجوه المتعددة المنطلقة من نصف الوجه والعتمة التي تسيطر على الوجه الاخر من التطرف واستغلها المصمم لتوجيه خطاب عن طريق نص كتابي مباشر⁽²⁾

غير متحقق	متحقق الى حد ما	متحقق	الفقرة	
		*	يتوافق تصميم المصلق مع التثقيف ضد التطرف من خلال	1

¹<https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fharfandfasela.com>

²<https://www.google.com/imgres?imgurl=https>

			رسالة واضحة	
		*	وصول الفكرة للمتلقي الذي يستهدفه الملصق وتراعي مختلف فئات المتلقين في اختيار الالوان والرموز الموظفة في التصميم	2
	*		يسمح للمتلقي بإلقاء نظرة سريعة على كل المعلومات ذات الصلة بوضوح وسهولة	3
		*	يجتذب الملصق انتباه الجمهور من خلال سيادة موضوعة التطرف دون زيادة او مبالغة	4
		*	لنص دورًا مهمًا في عرض كل المعلومات وتوصيل الخطاب البصري الى المتلقي	6
	%77,7		المتحقق الكلي للنموذج	

ويمثل الجدول رقم (3) الفقرات ومقدار المحقق كل فقرة في النموذج رقم(2)



نموذج رقم(3)

يحث الملصق على الكف عن التطرف باستخدام التحذير المباشر من خلال طبعة الكف البيضاء وكلمة توقف (stop) دلالة للسلام على جدار التطرف الاحمر الدموي والمستفز انسانيًا واستخدم كلمة التطرف (Extremism) باللون الاصفر ليعطي على الخلفية الحمراء تنبيهًا حادًا من خطر التطرف⁽³⁾

	الفقرة	متحقق	متحقق الى حد ما	غير متحقق
		*		
	يتوافق تصميم الملصق مع التثقيف ضد التطرف من خلال رسالة واضحة			1

³<https://www.google.com/imgres?imgurl=>

		*	وصول الفكرة للمتلقي الذي يستهدفه المصنق وتراعي مختلف فئات المتلقين في اختيار الالوان والرموز الموظفة في التصميم	2
		*	يسمح للمتلقي بالقاء نظرة سريعة على كل المعلومات ذات الصلة بوضوح وسهولة	3
		*	يجتذب المصنق انتباه الجمهور من خلال سيادة موضوعة التطرف دون زيادة او مبالغة	4
		*	للنص دورًا مهمًا في عرض كل المعلومات وتوصيل الخطاب البصري الى المتلقي	5
%100			المتحقق الكلي للنموذج	

ويمثل الجدول رقم (4) الفقرات ومقدار المحقق كل فقرة في النموذج رقم (3)

نتائج البحث

تمخض البحث الحالي الى النتائج التالية:

اولا: المتحقق الكلي بنسبة 79,3 متحقق بدرجة جيدة , اذ حقق النموذج رقم (3) متحقق بنسبة 100% , بينما حقق النموذج رقم (1) اقل نسبة 61,1 متحقق بنسبة متوسطة.

ثانيا:

1. حققت الفقرة (يتوافق تصميم المصنق مع التثقيف ضد التطرف من خلال رسالة واضحة) متحقق في جميع النماذج.
2. حققت الفقرة (وصول الفكرة للمتلقي الذي يستهدفه المصنق وتراعي مختلف فئات المتلقين في اختيار الالوان والرموز الموظفة في التصميم) متحقق في جميع النماذج عدا النموذج (2) متحقق الى حد ما.
3. حققت الفقرة (يسمح للمتلقي بالقاء نظرة سريعة على كل المعلومات ذات الصلة بوضوح وسهولة) متحقق في جميع النماذج عدا النموذج (1,2) متحقق الى حد ما).
4. حققت الفقرة (يجتذب المصنق انتباه الجمهور من خلال سيادة موضوعة التطرف دون زيادة او مبالغة) متحقق في جميع النماذج.
5. حققت الفقرة (للنص دورًا مهمًا في عرض كل المعلومات وتوصيل الخطاب البصري الى المتلقي) متحقق في جميع النماذج عدا النموذج (1) غير متحقق.

الاستنتاجات:

1. يعد التطرف الفكري من اخطر الانواع التطرف ويتطلب مواجهته وعي ودراية من المؤسسات والمصمم الكرافيكى للتصدي لها.
2. تفتح الثقافة السائدة المدخل الرئيس لموجة الخطاب والتعامل مع الفئة المستهدفة بما يراعي ثقافتها فضلا عن الرموز الاجتماعية .
3. ساعد انتشار الملصق باماكن مختلفة وباحجام متنوعة استهداف اكبر عدد من المتلقين وبالتالي وصول رسالة التنقيف ضد التطرف الفكري.
4. تساعد الرموز التقليدية البسيطة والسريعة الفهم والتركز في ذهن المتلقي، وبالتالي وصول رسالة خطورة التطرف.
5. تهدف تصاميم المصق الى تحقيق استجابات مباشرة من خلال تصميمها وموقعها .
6. يعد النص المختزل ذو تاثير مباشر على المتلقي سيما النص المختصر على عدد قليل من المفردات الكتابية.

المصادر

1. ابن منظور " لسان العرب " دار صادر ، بيروت ، ط 1 ج 11.
2. أحمد وحيد مصطفى، الحاسبات الآلية، مفاهيم وأساسيات، الطبعة الأولى، مطابع روز اليوسف الجديدة، القاهرة. 1999.
3. إيلوار، رونالد، مدخل إلى اللسانيات، ترجمة بدر الدين القاسم، وزارة التعليم العالي، دمشق، 1980.
4. الجابري، مظفر علي ، تطوير الشوارع الرئيسية في مدينة بغداد ،مقالة مطبوعة مقدمة الى المركز القومي للاستشارات الهندسية والمعمارية ،بغداد ، العراق ، 1985 .
5. جميل صليبا: المعجم الفلسفي، ج1، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1982م.
6. خليل، خليل احمد: معجم المصطلحات الفلسفية، دار الفكر اللبناني، بيروت، 1995م.
7. سوسر، فردينان، محاضرات في الألسنية العامة، ترجمة يوسف غازي ومجيد النصر، دار نعمان، جونيه، لبنان، 1984.
8. الصوفي، حاتم حازم ، مفهوم الفضاء الحضري في المدينة العربية "دراسة تحليلية لمنطقة منتخبة في مدينة الموصل ،" أطروحة ماجستير ، الهندسة المعمارية ، جامعة بغداد ، بغداد ، العراق ، 1988 .

9. عبد الباري، إبراهيم درة، تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات: الأسس النظرية و دلالاتها في البيئة العربية المعاصرة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003 .
10. غسان قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا (مفاهيم و مداخل تقنيات تطبيقات علمية)، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان، 2006 .
11. الفيروز أبادي القاموس " المحيط " ج3 الهيئة المصرية العامة للكتاب ط 3 1979 م .
12. لمين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تأثيرها على تحسين الأداء الإقتصادي للمؤسسة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004 .
13. مُجّد ، غسان جاسم ، فضاء الشارع في مراكز المدن " الدراسة الميدانية - مركز مدينة بغداد ، " رسالة ، الهندسة المعمارية ، الجامعة التكنولوجية ، بغداد ،العراق ، 1988
14. مُجّد يونس علي " المعنى وظلال المعنى " دار المدار الاسلامي، ط2 ، 2007
15. النوري، قيس، بيئة الانسان من منظور الثقافة والمجتمع ، عمادة البحث العلمي ، جامعة اليرموك، الاردن ، 1998 .
16. نوفيل حديد، تكنولوجيا الإنترنت و تأهيل المؤسسة للإندماج في الإقتصاد العالمي، أطروحة دكتوراه دولة، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007 .
17. Toronto street furniture: garbage in, garbage out, Globe and Mail, 2009
18. Wors Kett , Roy; The Character Of Towns ;Architectural Press ; London ; P.P.(146-155) ; 1969 . 18- WWW . Scribd . Com.

مصادر الانترنت

19. <http://fastconnect.info/idea/>
20. http://www.memoireonline.com/01/10/3125/m_Limpact-des-TIC-sur-lentreprise3.html#toc5
21. <https://www.coolthings.com/points-digital-street-signs/>
22. <https://www.google.com/imgres?imgurl>
23. <https://www.google.com/search?q=digital+street+signs>
24. <https://www.google.com/search?q=digital+street+signs&source>
25. <https://www.google.com/search?q=digital+street+signs&source=1>
26. <https://www.leddisplayls.com/>
27. <https://www.quora.com/What-is-digital-design-1>

ملحق رقم (1) (استمارة تحليل)

تحتاج الى تعديل	غير مناسب	مناسب	الفقرة	
			يتوافق تصميم الملصق مع التثقيف ضد التطرف من خلال رسالة واضحة	1
			وصول الفكرة للمتلقي الذي يستهدفه الملصق وتراعي مختلف فئات المتلقين في اختيار الالوان والرموز الموظفة في التصميم	2
			يسمح للمتلقي بإلقاء نظرة سريعة على كل المعلومات ذات الصلة بوضوح وسهولة	3
			يجتذب الملصق انتباه الجمهور من خلال سيادة موضوعة التطرف دون زيادة او مبالغة	4
			لنص دورًا مهمًا في عرض كل المعلومات وتوصيل الخطاب البصري الى المتلقي	6