



Volume 10, Issue 3, May 2023, p.216-234

Article Information

Article Type: Research Article

This article was checked by iThenticate.

Article History:
Received
07/05/2023
Received in revised
form
13/05/2023
Available online
15/05/2023

**AWARENESS POSTERS AND THEIR POSITIVE IMPACT ON
SOCIETY THE SHADOW OF THE PANDEMIC**

Rajaa Ibrahim Jabbar ¹

Abstract

poster has a special importance that confirms the nature of the function assigned to it, as it is a pattern of community communication and a tool to achieve the required change in accordance with the nature of the stage that societies are going through, and on this basis the (awareness) poster began to present itself without relying on other means, as it is closely linked It is closely related to our daily lives in terms of problems, concerns, and the occasions of its issuance, and thus it adopts the educational, educational, directive, and media function, achieving its positive reflection on society by strengthening morale and calling for caution and prevention, especially in light of the pandemic.

The development of awareness is the lofty goal of the individual and society, as it changes with the development of societies, and this change has important applications in the strategies of the educational poster, which clearly affects the design of the educational message through its clear and simplified semantic expressions. Therefore, the importance of research comes by contributing to strengthening the development of awareness and working on events Positive change in receiving attitudes. The research aims to reveal the role of the educational poster and the extent to which its positive repercussions on society are achieved in light of the pandemic. This was the most prominent of what was included in the first chapter, while the second chapter contained two topics, the first on the mechanisms of designing the educational poster and its relationship to the job, and the second on the factors necessary to achieve positive reflection according to the awareness development mechanism.

And emerged from the theoretical framework indicators as a scientific subject that benefited the researcher in her procedures and method of research in the descriptive analysis (content analysis) of the samples researched, and this is what was discussed in the third chapter, which is the chapter on procedures. It also contained results, including:

¹ Middle technical University, Applied Arts Institute, ragaagbaar@gmail.com.

1- Adopting the educational poster at the present time represents an urgent need and its main purpose in order to reveal the repercussions of the development of the pandemic.

2- Employing the contents of the educational poster to achieve community awareness as a kind of contribution and responsibility towards the progress of the pandemic, according to its place, time, and the nature of its local community.

The researcher includes some conclusions below

1- There is a close relationship between the clarity of the advertising idea and the positive reflection of it by members of the community.

2- The culture of society also plays a major role in the extent of the positive reflection of the educational poster campaigns, which is represented in the degree of awareness of the people and their transmission of new ideas in the interest of their future, and their willingness to be convinced of the issue raised in the campaign under the principle of accepting the opinion of the other and not rejecting it. The researcher recommended

Encouraging scientific advertising research specialized in crisis management, financing it, and financially supporting it from specialized authorities, and working on applying it at the field level and benefiting from it, by assigning specialized people or committees working in technical institutions and media agencies, and even specialists in psychology and sociology, to work on designing awareness posters and adopting them through Mechanisms activated in order to change the behavior of the individual or society.

key words: posters, positive, Community.

الملصقات التوعوية وانعكاساتها الإيجابية على المجتمع في ظل الجائحة

رجاء إبراهيم جبار²

ملخص

ينفرد الملصق التوعوي بأهمية خاصة تؤكد طبيعة الوظيفة المسندة اليه، فهو نمط من انماط الاتصال المجتمعي وأداة لتحقيق التغيير المطلوب بما يتفق مع طبيعة المرحلة التي تمر بها المجتمعات ، وعلى هذا الاساس فالملصق (التوعوي) بدأ يقدم نفسه بدون الاعتماد على وسائل اخر ، فهو مرتبط ارتباطا وثيقا بحياتنا اليومية من حيث المشاكل والهموم ومناسبات إصداره ، وبذلك يتبنى الوظيفة التثقيفية والتربوية والتوجيهية والإعلامية ، محققا انعكاسه الإيجابي على المجتمع من خلال تدعيم الروح المعنوية والدعوة الى الحذر والوقاية خاصة في ظل الجائحة .

فتمتية الوعي هو الهدف السامي للفرد والمجتمع اذ يتغير مع تطور المجتمعات ، ولهذا التغيير تطبيقاته المهمة في استراتيجيات الملصق التوعوي، مما يؤثر بوضوح في تصميم الرسالة التوعوية من خلال تعبيراته الدلالية الواضحة والمبسطة .وعليه تأتي أهمية البحث من خلال المساهمة في تدعيم تمتية الوعي والعمل على احداث تغيير ايجابي في اتجاهات التلقي ، ويهدف البحث الى كشف دور الملصق التوعوي ومدى تحقيق

² الجامعة التقنية الوسطى - معهد الفنون التطبيقية - بغداد العراق.

انعكاساته الايجابية على المجتمع في ظل الجائحة . كان هذا ابرز ما اشتمل عليه الفصل الاول ، اما الفصل الثاني فقد احتوى على مبحثين ، الاول حول آليات تصميم الملصق التوعوي وعلاقته بالوظيفة ، والثاني عن العوامل اللازمة لتحقيق الانعكاس الايجابي وفق الية تنمية الوعي .

وانبثق عن الاطار النظري مؤشرات كمادة علمية افادت الباحثة في اجراءاتها وطريقة بحثها في التحليل الوصفي (تحليل المحتوى) للعينات المبحوثة ، وهذا ما تم بحثه في الفصل الثالث وهو فصل الاجراءات ، كذلك احتوى على النتائج ومنها :-

اعتماد الملصق التوعوي في وقتنا الحاضر يمثل حاجة ماسة ورئيسه من اجل الكشف عن تداعيات تطور الجائحة .

توظيف مضامين الملصق التوعوي بما يحقق التوعية المجتمعية كنوع من المساهمة والمسؤولية نحو تقدم الجائحة بحسب مكانه وزمانه وطبيعة مجتمعه المحلي .

وتدرج الباحثة أدناه بعض الاستنتاجات

هناك علاقة وثيقة بين وضوح الفكرة الاعلانية وبين الانعكاس الايجابي لها من قبل أفراد المجتمع .

ثقافة المجتمع تلعب ايضاً دوراً كبيراً في مدى الانعكاس الإيجابي لحمالات الملصقات التوعوية والتي تتمثل في درجة وعي الشعوب ونقلهم لأفكار جديدة حرصاً على مستقبلهم ، واستعدادهم بالاعتناء بالقضية المثارة في الحملة تحت مبدأ تقبل الرأي الاخر وعدم رفضه . واوصت الباحثة

تشجيع البحوث العلمية الاعلانية المتخصصة في إدارة الازمات وتمويلها ودعمها مادياً من جهات مختصة والعمل على تطبيقها في الصعيد الميداني والاستفادة منها ، وذلك عن طريق تكليف اشخاص او لجان مختصة يعملون بالمؤسسات الفنية والجهات الاعلامية وحتى المختصين بعلم النفس والاجتماع للعمل على تصميم موضوعات الملصقات التوعوية وتبنيها من خلال اليات تفعيلها بهدف تغيير سلوك الفرد او المجتمع .

الكلمات المفتاحية : الملصقات ، الإيجابية ، المجتمع

الفصل الأول (الاطار المنهجي)

مشكلة البحث :-

الملصق التوعوي كوسيط اتصالي يمتلك من قوة التمثيل المعرفي والمصادقية ولغة الاقناع ما يمكن توظيفه في الحملات التوعوية وتعديل بعض السلوكيات والاتجاهات المجتمعية، اذا ما توافرت له روافد الضرورة الانسانية للفعل التصميمي لذا جاء البحث ليؤكد على الانعكاسات الايجابية للإعلانات التوعوية في ظل الجائحة من خلال نقل فكرة معينة الى جمهور ما ، وان تكون للفكرة معنى واضح ومؤثر وفق دلالات تعبيرية ورموز صورية .

وعلى هذا الاساس ينبغي ان يمتلك الملصق التوعوي قوة ارسال مناسبة من شأنها ان تثير انتباه المتلقي ، وتؤثر فيه محققة جذباً مهماً متصفاً في ذات الوقت بالقيم الجمالية، ويشاع استخدام الملصق التوعوي بكثرة وذلك بوصفه اكثر انواع المطبوعات انتشارا اذ يحتوي على فكرة واحدة متوحدة ومحددة

للجمهور، لذا يتحتم ان يتميز بسهولة وسرعة الفهم ليتمكن المتلقي من فهم الرسالة المراد ايصالها له بعد ان قام المصمم باختزال عناصره ثم مزجها بشكل فني متزن وجذاب. ووفق ما تقدم حددت الباحثة مشكلة البحث بالسؤال الآتي - ما الدور الذي يقدمه الملصق التوعوي ليحقق الانعكاس الإيجابي على المجتمع في ظل الجائحة؟

هدف البحث :- الكشف عن الدور الذي يقدمه الملصق التوعوي ليحقق الانعكاس الإيجابي على المجتمع في ظل الجائحة؟

أهمية البحث :-

- 1- المساهمة في تدعيم الوعي التثموي والعمل على احداث انعكاس ايجابي في اتجاهات التلقي ووضعها امام المصممين.
- 2- إمكانية الاستفادة من نتائج الدراسة البحثية الحالية للجهات ذات العلاقة وبعض المؤسسات الحكومية كوزارة الصحة العراقية / خلية الازمة الصحية والتي تتخذ من الملصق وسيلة اعلامية لها .

- 1- **حدود البحث :-** 1- **الحد الموضوعي :-** دراسة تصاميم الملصقات التوعوية وانعكاساتها الإيجابية على المجتمع في ظل الجائحة. 2- **الحد المكاني :-** الملصقات الصادرة عن وزارة الصحة العراقية والمعتمدة من خلية الازمة الصحية * . 3- **الحد الزمني :-** 2020-2021 وذلك لمزامنته وقت انتشار وتفاقم الجائحة .

https://www.facebook.com/MOH.GOV.IQ?mibextid=ZbWKwL*

تحديد المصطلحات :- الملصق :- وسيلة بصرية تعبر عن فكرة او موضوع معين ، بالصور والرسوم وكتابة الكلمات او العبارات المناسبة ، وهي وسيلة فعالة للاتصال بالجمهور والتأثير فيها (Trunball,p.183).

- وعرف ايضاً :- بأنه تعبير عن فكرة ، وهو بسيط في تكويناته مكثف في كل جزء منه يتضمن عنصراً ذهنياً عميقاً

(ادريس_ ، ب ت : ص 52) .

- وعرف ايضاً:- هو تراكيب من الصور والكلمات او احدهما ، يتسم غالباً بطابع الكرافك ؛ من اجل احداث انعكاس فعلي وردت فعل مرغوبة لدى المتلقي مثل ترغيب ، تحذير ، ارشاد ، توعيه.... الخ
(. Gallo ، 2001: p346).

التوعية :- هي تقديم المعلومات والنصائح بهدف توجيه الفرد والمجتمع ، الى الصواب وهذه واحده من مهام الملصق التوعوي ، في تنوير الرأي العام وتبصيره من خلال احاطته بكل المجريات وايجاد التفسير المناسب لها (Karam Sh،1994 :p443).

وعرفت الباحثة الملصق التوعوي تعريفاً اجرائياً :-

احدى وسائل الاتصال المهمة لكل من اقطاب العملية الاتصالية (المصمم - المتلقي - المجتمع) لما له من تأثير ايجابي على المخزون المعرفي والادراكي للفرد وسلوكه بواسطة التوصية والتحذير بفكرة مبسطة ومضمون واضح لتضمنين انعكاساً ايجابياً يخدم الاهداف السامية التي صمم من اجلها .

الانعكاس :- لغوياً :- العكس كالضرب ، قلب الكلام ونحوه ، ورد اخره الى اوله وانعكس الشيء اعتكس (الفيروز ، 1993 : ص 720) .

- اصطلاحاً :- هو تعبير يقوم على علاقة موضوع بنفسه ولا توجد انعكاسية كلية بين الموضوع وما يشير اليه (سعيد ، 2002: ص 152).

والانعكاس كمفهوم يرتبط ببحثنا هذا يأتي بمعنى الارتباط الفكري والجمالي ما بين التأثير بالبيئة من جهة ومرجعيات المصمم الفكرية وهويته وخصوصيته من جهة اخرى وما ينعكس عن كل تلك المعطيات في تصاميم الملصقات التوعوية .

الفصل الثاني (الاطار النظري)

المبحث الأول :- آليات تصميم الملصق التوعوي :-

تعد مرحلة تصميم الملصق التوعوي واخراجها الركيزة الأساسية لتحقيق الهدف لأي حملة إعلانية باستخدام الأسس النفسية والفنية بدءاً بجذب الانتباه مروراً بأثارة الاهتمام واستثارة الرغبات وانتهاءً بأحداث الاقناع لدى المتلقي بمضمون الملصق ليحقق بذلك الاستجابة المرجوة والانعكاس الايجابي ، إذ يمتاز الملصق التوعوي بأنه منظومة متكاملة من التنويعات الشكلية والعناصر المتألفة مع بعضها معتمدة بشكل أساسي على الاشكال والصور والكتابات والقيم اللونية ، مؤسسة بذلك علاقات تصميمية تخدم الهدف الوظيفي نحو الفرد والمجتمع ، وهذا ما يسمى بالتصميم الجيد وعموماً فإن أهمية تصميم الملصق التوعوي تكمن في وجود غاية ووسيلة يرتئها المصمم ويجد بها النجاح الفعلي لفكرته خاصة اذا كانت انعكاساً لما هو موجود في الواقع .

وكثيراً ما يعتمد المصمم الى استلهام بعض مفردات تصميم الملصق من تاريخ امته وشعبه ويوظفها حسب مقتضيات العصر والتكنولوجيا الحديثة وذلك لتأكيد أهمية تصميمه ، فالمتلقي الشرقي او العربي ينجذب لا اراديا الى كل ما يمت بصلة الى موروثة الشعبي او الإسلامي .



شكل رقم (1) ملصق صادر عن الموقع الرسمي لوزارة الصحة العراقية / خلية الازمة الصحية وهنا اصبح المتلقي يتعرف لأفكار وأساليب إعلانية جديدة لتغير اتجاهاته وبث قيم وعادات مرتبطة بهوية مجتمعنا العراقي ، فيعمل الملصق التوعوي هنا على اثارة مجموعة من الاستجابات العاطفية والانعكاسات الايجابية لجذب انتباه المتلقي ، اذ يقوم على تضمين هذه الاستجابات والانعكاسات من خلال التأثير على مشاعره كالفرح او الحزن



شكل رقم (2 - 3) ملصقان صادران عن الموقع الرسمي لوزارة الصحة العراقية / خلية الازمة الصحية

كما يتاثر تصميم الملصق التوعوي (بعدة عوامل خارجة عن البناء الفني ذاته اذ ان الفنان المصمم لا يعبر عن احساساته الفنية في فراغ ولكنه يستعمل في ذلك التعبير خامات وأدوات متباينة) (إسماعيل ، 1999 : ص 46)

وعليه فأن رؤية المتلقي للملصق التوعوي هي عملية نفسية (في الغالب) ، لان معظم المتلقين يتولد لديهم حب الاستطلاع والاهتمام بالملصق الذي يعبر عن اهتماماتهم واحتياجاتهم الشخصية ، لذا يتوجب على المصمم تحديد بعض المقومات السليمة في الملصقات التوعوية:-

1. توظيف الرموز اللفظية او اللغوية .

2. توظيف الرموز الصورية (الصور والرسوم التي توثق الاحداث) .
3. توظيف اللون لأضفاء الواقعية على الرموز الصورية .

ومن ثم فإن على المصمم ان يغير في اتجاه تفكير المتلقي وذلك من خلال الانتباه والادراك فهما السبيل الأول لاتصال الفرد بالمجتمع والعلاقة بينهما وثيقة جدا لان (الانتباه يسبق الادراك ويمهد له فاذا كانت عملية الانتباه هي الالتفات الى شيء معين مجهول او معلوم فالإدراك هو معرفة هذا الشيء) (ناثان ، ب ت : ص 117) .

كما ويعتمد المصمم على تنسيق العناصر التي يتكون منها الملصق التوعوي بحيث تجذب انتباه المتلقي وتثير اهتمامه بها , وغالباً ما يعتمد المصمم على مركز ثقل او جذب يشد العين الى الهدف الأساسي منه ثم يأتي بعد ذلك دور الجزئيات والتفاصيل التي تبلور جوانبه المختلفة مما يسهل مهمة المتلقي في استيعاب معنى الملصق وبالتالي ادراكه وفهمه .



شكل رقم (4) ملصق صادر عن الموقع الرسمي لوزارة الصحة العراقية / خلية الازمة الصحية وعلى ضوء ذلك فإن الفكرة هي المحرك الأساسي لنجاح الملصق التوعوي، اذ لا بد من توفر معلومات يراد توجيهها الى المجتمع كرسالة بصرية مهمة تحثه على الاخذ بها وتطبيق مضامينها خاصة في ظل الجائحة ، التي اجتاحت العالم اليوم بشكل واسع النطاق مما أدى الى وفاة نسبة غير قليلة من سكانه ، اذ عمد الكثير من المصممين الى إيجاد وسائل تعبيرية لمكافحة هذه الجائحة الكبيرة من خلال القوة التعبيرية للملصق التوعوي.

خصائص الملصق الناجح :-

هناك جملة شروط او خصائص تشكل بأجمالها نجاح اي ملصق :-

- 1- الانتقاء الامثل للمفردة النصية :- على المصمم ان ينتقي الافضل والانسب للمفردة النصية كي تؤدي دورها المهم في اسلوب التأثير على الانفعالات العاطفية للمتلقي .أخذاً بنظر

الاعتبار ضرورة الابتعاد عن الحشو غير المبرر في النصوص وحتى العناوين ، والتأكيد بالمقابل على الوحدة المنسجمة بين الشكل العام للملصق والمفردة النصية المذكورة . (مونرو ، 1992 : ص 57) .

2- التعبير عن الواقع :- اكثر مصممي الملصق التوعوي يجسدون افكاراً حقيقية حدثت او مازالت تحدث وقد تكون سياسية ، تربوية ، اجتماعية الخ لذا ينبغي ان يتسم الملصق التوعوي بدرجة عالية من الصدق لان غايته الاساس اوصول الفكرة الى المتلقي كما هي .

3- الوقت المناسب :- من ضروريات انجاح الملصق هو الالتزام للوقت الملائم لطرح موضوعاته وذلك لضمان اقصى تفاعل للمتلقي اذ تعود نسبة الاستعداد النفسي والتقبل لفكرة الملصق الى استعداد ذلك المتلقي الذي ينتظر من المصمم تصميماً مرتبطاً بالسمات الشكلية والثقافية للمجتمع الذي ينتمي اليه .



شكل رقم (5) ملصق صادر عن وزارة الصحة / عمان

وعليه فالبساطة في تصميم الملصق التوعوي ، تأتي من خلال اختيار مفردات واضحة ومختزلة وواقعية ذات تكتيف دلالي عالي يكون أكثر وضوحاً وتأثيراً من قبل افراد المجتمع هذا يعني (ان الملصق التوعوي وطريقة استلامه قد تفرض شروطاً على اختيار المصمم للقيمة الضوئية السائدة في تصميمه فمثلاً نجد ان الملصق يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالبيئة الخارجية التي تتواجد فيها ، بينما المطبوعات الأخرى لا تتأثر بالبيئة كالمجلات والتي غالباً ما تكون الخيارات فيها مفتوحة)(رجاء ، 2006 : ص 67)

القيمة الوظيفية للملصق التوعوي :- ان الشكل التصميمي بصورة عامة لا يخلو من المعاني والدلالات التي تؤكد طبيعة القيمة الوظيفية المسندة اليه ، فأصبحت الاشكال التصميمية عامة تتسم بطابع الخصوصية والمركزية لتعكس بذلك الأداء الوظيفي ؛ للغرض الذي صممت من اجله لان أي ملصق توعوي قيمته الوظيفية تكمن في قوة فكرته ووضوحها ومدى توازنها مع القيمة الفنية .

اذ تمتلك القيمة الوظيفية أهمية كبيرة في تحديد ماهية الأشياء او دورها والشئ الذي لا يمكننا تحديد وظيفته ، يبدو غامضاً (فالوظيفة هي علاقة متفردة بين شكل ملموس وهدف ملموس) (p236: 1978، Mukarovsky , Jan)

وهذا يعني ان القيمة الوظيفية للملصق التوعوي هي التي تحدد هدف العمل وعلاقته بالمجتمع والحياة والبيئة ، وهنا يأتي دور المصمم الطباعي لتحقيق حالة اتصالية مع المتلقي عن طريق (سмир ، 1977 : ص 14) .

1- تقديم الملصق التوعوي للمتلقي بشكل يؤدي الى جذب الانتباه ، عن طريق تظافر عناصره كالفكرة والنص الكتابي واللون .

2- التركيز على الأجزاء المهمة في الملصق (منها اختيار الصورة الفوتوغرافية التي تنسجم مع الية تقديمه (الملصق)) بطريقة تسهل ابرازها للمتلقي .

3- التحكم في توجيه حركة النظر للمتلقي بحيث تسير في اتجاهات معينة يتم ترتيب اجزاء الملصق على أساسها من حيث الأولوية والاهتمام .

وهذا يعني ان القيمة الوظيفية للملصق التوعوي تتمثل بتوصيل رسالة معينة الى المجتمع ، بصورة مباشرة وسهلة من اجل اتخاذ وسائل وتدابير معينة لها اثر توعوي لاسيما في ظل التأزم الصحي الذي يشهده العالم اليوم ، وهذا ما يميز الملصق التوعوي بأنه مباشر من المصمم الى المتلقي أي من صاحب الفكرة الى الذي من اجله تمت صياغة هذه الفكرة وبهذا فإن الرسالة ترحل من المصدر الى الفرد والمجتمع بشكل مكثف ومباشر ، وهذا الاتجاه كفيلا بتحقيق الانعكاس الايجابي وتأكيده في نفوس افراد المجتمع الواحد .

المبحث الثاني :- العوامل المؤثرة في مفهوم الانعكاس الايجابي وعلاقتها بالملصق التوعوي

يعد مفهوم الانعكاس الايجابي واحداً من الاتجاهات البيئية التي تتحكم في سلوكيات الافراد اذا ما تم التعرف على البيئة الاجتماعية والثقافية اللتان ترتبطان معاً فكرياً ومعرفياً بالملصق التوعوي، من خلال البرامج والأنشطة التي توجه لهم بهدف توضيح رسالة او مشكلة ما بغية اشراكهم في إيجاد الحلول المناسبة لاسيما ونحن اليوم في امس الحاجة اليه في ضوء تفاقم الجائحة وابعادها الخطيرة على المجتمع الدولي كافة لذا استدعى ذلك وقوف المصمم في مواجهة تقدم هذا المرض من خلال قوة تصميم الملصق التوعوي حيث يلعب الملصق دوراً مهماً في تحفيز الانعكاس الايجابي على المستوى الجماهيري بأعتبار ان البيئة التي نحيا بها هي محور حياتنا .

وعليه ترى الباحثة ان مفهوم الانعكاس الايجابي يكمن في تنمية وبناء اتجاهات الافراد والمجتمع من اجل تغيير سلوكياتهم وتحميلهم مسؤولية تحديد المشاكل ومنع حدوثها ، من خلال تنمية

مهاراتهم ووعيهم في متابعة القضايا التي تخص مجتمعهم من اجل رفع درجة الوعي لديهم ، وهذا المفهوم يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتصميم الملصق التوعوي لما له من دور كبير وتأثير هام في المجتمع فهو مطبوع ، يهدف الى اقناع الفرد بالمشاركة او التبرع او الحذر او حتى تغيير نمط المعيشة لما فيه من حياة افضل له ، وليس طادل على صعوبة مهمة تصميم الملصق التوعوي بحد ذاتها وذلك لان الهدف الرئيس منه يكون بأقناع الفرد بالعدول عن سلوكيات معينة قد اعتاد عليها او إقناعه بتصرف جديد لم يعتاد عليه من قبل وبوصفه وسيله إعلامية بسيطة وواضحة تتقل رساله معينة بقصد تغيير مظاهر الاستجابة ، فأن عملية الاستقطاب ستكون واسعة من الافراد بما فيهم أولئك الذين لم يتهيأ لهم ان يتعلموا القراءة والكتابة واعتماد الفكرة المطروحة مع الصور والرسوم والألوان كما في شكل (6) الذي يظهر فيه الملصق دون نص كتابي وبذلك (اصبح الملصق التوعوي وسيلة بصرية لنقل الأفكار والمعلومات الى فئات المجتمع المختلفة من اجل اتخاذ قرار من شأنه ان يساهم في بعض الانعكاسات الايجابية التي من شأنها ان تغير مسار مجتمع بأسره) (شيماء ، 2006 : ص 67) .



شكل رقم (6) ملصق صادر عن الموقع الرسمي لوزارة الصحة العراقية / خلية الازمة الصحية وهذا يعني ان كل فرد يسير في حياته وفق مجموعة من الأهداف يتم ترتيبها على نحو معين بحيث تحكم تصرفاته بهذه الحياة وعلاقاته بالمجتمع وتتحدد على ضوءها ملامح شخصيته التي يعرف بها.

ووفق ما تقدم يمكن الاستدلال ان مفهوم الانعكاس الايجابي في تصميم الملصق التوعوي ما هو الا مخاطبة العقل مع بداية الاقتناع واتخاذ القرار لتحقيق الهدفين التاليين:-

1- ترسيخ السلوكيات الإيجابية لدى الافراد من اجل التعامل مع مكونات وعناصر مجتمعه بالشكل الصحيح

2- تفعيل دور المجتمع لإكساب الفرد المعرفة والشعور بالالتزام نحو الأهداف التي من شأنها ان تتمي درجة الاستجابة لديه.

ومن هنا نجد ان الانعكاس الايجابي ينتج عن مجموعة صفات معيارية تؤدي الى الارتقاء بحياة المجتمع والنهوض بمستويات المعيشة ورفي السلوك الإنساني ،فتوعية المجتمع يشكل منظومه ثقافية أخلاقية تحدد سلوكيات الافراد وتوجه احكامهم واتجاهاتهم بما هو مرغوب فيه .

هذه بعض العوامل التي تساعد المصمم على اثاره انتباه المتلقي لفكرة الملصق التوعوي:-

اولاً - الادراك :- تتحدد عملية الادراك بتأثيرها في عقل المتلقي تبعاً لنوع المؤثر سلباً كان ام ايجاباً بتفاعل البيئة المحيطة والهئية المدركة ، ووفق ما ينتج عنهما فينشأ تصوراً عاماً للمدرك عند التلقي وعليه فأن هذه العلاقة الجدلية تؤسس لنا حركة ادراكية يمكننا الافادة منها بشكل صحيح للوصول الى مؤثر ادراك ناجح وظيفياً وجمالياً (لان فعل الادراك في الفن غاية بحد ذاته) (روبرت ، 1977 : ص 100).

وعليه فأن المتلقي يحصل على معظم المعلومات من العالم الخارجي عن طريق الادراك البصري فهو مهيمن على اشكال الادراكات الأخرى ، فمهمة الدماغ تكوين صور تعبيرية من اجل استخلاص سمات وخصائص ودوافع الأشياء من بين العدد الكبير الذي يتغير ويتبدل باستمرار من حوله ، ولذا فالمتلقي يقوم بربطها ليصل الى نتيجة معينة تختلف بالتأكيد عن تفسير شخص اخر تسلم تلك المعلومات تبعاً للاتي:- (الكامل ، 1985 : ص 48).

1- اختلاف ادراك الشخص باختلاف العمر والتجارب ومستوى التعليم والبيئة المحيطة .

2- يتغير النظام الادراكي بشكل مستمر كلما مرّ الشخص بتجربة جديدة حسب التغيير (الوظيفي ،النفسي ، والبيئي ، الاقتصادي) .

ومن هذا المنطلق فأن للملصق التوعوي خصائص بصرية تعمل على زيادة الحوافز الذهنية من خلال زيادة درجة تحفيز العين بصرياً وبالتالي يتوصل المصمم الى اغناء المخزون المعرفي لدى الفرد عن طريق التعريف بالأزمة وواقعها وتتابع احداثها ونتائجها وجهود التصدي لها كما في شكل (7) الذي يظهر زيادة تحفيز العين من خلال استخدام الجملة الأمرية (ابق امناً) .



شكل رقم (7) ملصق صادر عن الموقع الرسمي لوزارة الصحة العراقية / خلية الازمة الصحية

ثانياً - **الجذب** :- يأتي على انه عملية تحفيز بصري ترتبط بالعوامل الشكلية للملصق والتي لها القدرة على جذب المتلقي وتنشيط مراكز الاستقبال الحسية لديه وسحب الانتباه ، وهذا ينشأ من خلال تحقيق علاقات غير تقليدية في أجزاء البناء التصميمي للملصق التوعوي ، لذلك فإنه يحتاج الى قيمة جذب تكفي للاطلاع على موضوعه بطريقة مختصرة وبسيطة .

وهذا مرتبط بإمكانية المصمم الفنية والدور التقني الذي يمكن ان يلخص بأشكال تصميمية جذابة وبطريقة تحاكي الاشكال الواقعية التي من شأنها ان توجه الجذب نحوها كما في شكل (8) الذي يمثل صورة لرجل يرتدي الزي العربي المتعارف عليه في عموم البلاد.



شكل رقم (8) ملصق صادر عن الموقع الرسمي لوزارة الصحة العراقية / خلية الازمة الصحية وترى الباحثة ان على المصمم مراعاة العوامل الفاعلة في تحقيق الجذب بين المتلقي ومضمون رسالته الإعلانية وفق الفقرات الآتية :-

- 1- جذب انتباه المتلقي بموضوع الملصق التوعوي.
- 2- استثارة الرغبة للتفاعل مع الفكرة كفعل والانعكاس الايجابي كرد فعل.
- 3- اقناع المتلقي بمضامين الملصق التوعوي.
- 4- الاستجابة المطلوبة من قبل المتلقي .

ومن هنا يتضح الدور المهم الذي تقوم به الملصقات التوعوية ،وفقاً لهذا التفاعل والمتعلق بما يمكن تسميته تعديل التكيف مع البيئة او إعادة تقويم الموقف لمشكلة ما ، وترى الباحثة ان شدة المنبه او المحفز يساعد كثيراً في عملية الجذب فيلجأ المصمم الى تصميم ملصقاً توعوياً بمساحة كبيرة في الشارع او على جدران المؤسسات لجذب انتباه المتلقي محققة بذلك الرسالة المبتغاة ، وهنا تجلى واضحا دور الملصق التوعوي في تنمية كل الصفات الايجابية المرتبطة بالوعي الثقافي والاجتماعي والسياسي لدى الافراد ، بمعنى اخر ، يمكن ان يأخذ الملصق التوعوي دوراً حقيقياً وفعالاً في مواجهة بعض مشاكل المجتمع وبالمقابل فإن مفهوم الانعكاس الايجابي من الضرورات الهامة التي تستحق الدراسة اذ يتجلى بها واضحاً نجاح المصمم في اوصول فكرته للمتلقي للحد الذي يجني من خلالها قوة ارسال عميقة .

وعليه يمكن القول ان السلوك الايجابي ما هو في حقيقة الامر الا محصلة لبعض التفاعلات التي تنقسم بين عوامل شخصية واخرى اجتماعية ترتبت في ذهن الفرد وفق قيم أيديولوجيا متمركزة حوله تأثير الفرد بالأخر او المجتمع بالفرد.

وبناءً على ما ذكر فالجذب هنا لا يتم بالتأكيد على الجانب البنائي للملصق التوعوي ، فحسب وإنما على ما تضيفه عناصره على بنية الملصق من توافق فكري وتحفيزي نحو المضامين الكامنة فيه ذلك ان تنوع الاتجاهات الفكرية والانماط السلوكية والمعتقدات السائدة من شأنها ان تظهر انعكاسات ايجابية باتجاه فكرة الملصق من حيث قبلها او رفضها احياناً ،لان عملية جذب الانتباه في تصميم الملصقات التوعوية تخضع بالأساس لعملية فكرية حوله مضمون معين يتوخى المصمم ايصاله للمتلقي.

المؤشرات :-

- 1- يمكن ان يساهم الملصق التوعوي الناجح بتغيير سلوك الفرد من خلال الرسالة الاعلانية الموجهة في كيفية التعامل مع الجائحة والدور المطلوب منه للإسهام في احتوائها.
- 2- منح الهيئة او المؤسسة الحكومية فرصة اكبر لتكون عامل مؤثر في الاحداث وليس مجرد رد فعل لها.
- 3- يقوم الملصق التوعوي بدور فعال في تعزيز التغييرات التي تحدث داخل المجتمع محدثاً انعكاساً إيجابياً من خلال توليد قيم إنسانية جديدة وفقاً لاحتياج ذلك المجتمع .
- 4- ان مفهوم الانعكاس الإيجابي في تصميم الملصق التوعوي ما هو الا مخاطبة العقل مع بداية الاقناع واتخاذ القرار لتحقيق هدف ترسيخ السلوك الإيجابي لدى افراد المجتمع الواحد .
- 5- استخدام المصمم لاستراتيجية التباعد الاجتماعي وتطبيقها في الملصق التوعوي يساهم في الخروج بتصميم ذو انعكاس ايجابي وفكرة هادفة .
- 6- استخدام بعض الاستمالات العاطفية لترغيب المتلقي في اتباع سلوك معين لمواجهة الجائحة .
- 7- حققت التكنولوجيا الحديثة ظهور نتائج فاعلة في بنية تصميم الملصق التوعوي كمتغير اخراجي من شأنه ان يحقق انعكاساً ايجابياً للفرد والمجتمع ، اذ يحمل هذا الفعل خصائص مؤثرة لها القدرة على جذب الانتباه من خلال بعض المعالجات التقنية المتنوعة التي يجريها المصمم للعناصر المكونة للملصق التوعوي

8- ان البيئة الاجتماعية والثقافية كمتغير تؤدي دوراً هاماً ومؤثراً في الملصق التوعوي وكيفية التعبير عن ذلك تصميمياً اذ ان ما يهم في العملية التصميمية قدرة المصمم على ان يستوحي بعض المفاهيم من بيئته الاجتماعية وتكون محدداً له في

الفصل الثالث : -

اولاً - إجراءات البحث :-

أ- منهج البحث :- اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي لتحليل المحتوى لأغراض التحليل بغية الوصول الى هدف البحث كونه (يعتمد على تجميع الحقائق والمعلومات وتحليلها وتفسيرها للوصول الى قواعد واسس مقبولة ثلاثم موضوعية البحث) (احمد ، 1977 : ص 182).
ب- مجتمع البحث وعينته :-

حددت الباحثة الملصقات التوعوية الصادرة عن وزارة الصحة العراقية / خلية الازمة الصحية والمنشورة على الموقع الرسمي لها ، وذلك للمسوغات الاتية :-

- 1- متزامنه مع جائحة كورونا .
- 2- توفرها مطبوعة محلياً ضمن الحد الزمني للحد الزمني للبحث الحالي .
- 3- افراد خلية الازمة الصحية العراقية بنشرها .

وتمثل مجتمع البحث (21) نموذج استبعدت الباحثة نموذجاً واحداً لتكرار الفكرة التصميمية وبهذا اصبح مجتمع البحث (20) نموذج تم اختيار (5) عينات بصوره قصديه وبنسبة (25%) من مجموع مجتمع البحث الحالي ، جاء اختيارها مع مجريات وسياقات البحث .

ج- أداة البحث :-

ارتكز تحليل العينات المبحوثة على ما تمخض عنه الاطار النظري من مؤشرات مثلت خلاصة ادبيات التخصص فضلاً عن المحاور الأساسية التي تناولها لتسهم في تحقيق هدف البحث .

ثانياً - تحليل نماذج البحث :-

نموذج رقم (1) :- حملت فكرة الملصق مضموناً توعوياً وتوجيهياً واضحاً دعت الى الاهتمام بموضوعه التباعد من خلال التعريف بترك مسافة تتراوح من 2 - 1 م بين شخصاً واخر وهي واحده من شروط الوقاية التي عملت على نشرها خلية الازمة الصحية باعتبارها واحده من اهم واجبات السلامة المجتمعية وأكدت بضرورة المحافظة عليه بنشر صور مكررة لشكل فايروس كورونا دلالة على تفشي انتشاره ، وعد هذا واحدا من العوامل الفاعلة لجذب المتلقي ، عزز ذلك النص الكتابي الذي وضع فيه بعض الارشادات المكملة لألية التباعد الاجتماعي وبأسلوب مباشر حقق عملية جذب وأدراك من خلال حجم الخط ولونه

فجاء هذا الملصق لغة بصرية مباشرة قدمت معلومات كاملة لأفراد المجتمع عن الجائحة وانعكست الياته بشكل ايجابي بعد ما اعتاد اغلب افراد مجتمعاتنا العربية على المزاحمة في اي مكان يتواجدوا فيه .



نموذج رقم (2) :- اعتمد المصمم في إيصال فكرته على توظيف صورة فوتوغرافية لعائلة تعلن فيها واحدة من تدابير الوقاية من الجائحة وهي ترجمة لعبارة (خليك بالبيت) ، هذه العبارة التي اتخذتها الدول اجمع لتصبح نصاً عالمياً وبكل اللغات لإيصال رسالة خطابة توعوية والتي جاءت بفضاء الملصق كله عززها نصاً كتابياً يرشد على أهمية اخذ اللقاح لحماية العائلة وترى الباحثة ان المصمم قد اجاد في توظيف مفرداته التصميمية لإظهار فكرة اعلانه وفق تقنية عالية التأثير فليس اصدق من الصور الواقعية لنقل الاحداث كما هي .



نموذج رقم (3) :- ضم الملصق التوعوي هنا نوعين من الاتصال بالمجتمع ، الأول نصي بكلمات كتبت باللون الأحمر وبدأت بكلمة (لا) كدلالة تحذيرية ارشادية استهدفها المصمم ، والثاني صورة فوتوغرافية واقعية حملت دلالات تعبيرية عن النهي والتحذير بإشارة اليد ، فجاء التوافق واضحاً بين الصورة والنص الكتابي وهذا يعني نجاح المصمم في توصيل فكرة مختزلة وواضحة الى المجتمع باعتماده على تشكيله للمفردات التصميمية التي اعتمدت الشكل واللون فجاءت كلها عوامل ساهمت في عملية الادراك البصري للمتلقي .



نموذج رقم (4) :- وظف المصمم الصورة الفوتوغرافية الواقعية في ملصقه التوعوي هذا لما لها من دور في التعبير البصري الفعال والترجمة الرمزية الصادقة وقدرتها في توصيل الرسالة التوعوية بصورة بسيطة واضحة ووظف النص الكتابي وفق آلية منسجمة خلقت حالة من الجذب البصري السريع الذي اسهم في تفعيل انعكاساً ايجابياً للفرد من خلال اعلامه ان اللقاح ضد فايروس كورونا لا يغنيك عن اخذ الحيطة والحذر بالتزامك بوسائل الوقاية الشخصية والمجتمعية .



نموذج رقم (5) :- اعتمد المصمم في إيصال فكرته على آلية تقسيم فضاء اعلانه الى نصفين الأول كان لصورة فوتوغرافية لطفلة ترتدي زياً مدرسياً جاءت ذات دلالة تعبيرية عن غلق المدارس بسبب الجائحة ، والثاني جاءت بمجمل النصائح والارشادات الوقائية التي من شأنها ان تساهم بشكل فعال بتحقيق انعكاساً ايجابياً وفق آلية النصوص الكتابية ، وترى الباحثة ان كلا نصفي الإعلان قد حققا هدف الفكرة الأساسية ومضمونها فالتبسيط الذي ظهر في فضاء الملصق مع عناصره حقق وحدة تصميمية ترابطية وفق آلية عمل الجزء بالكل .



وترى الباحثة من خلال العينات المبحوثة اعلاه انها عكست في الواقع بعض المفاهيم الفكرية والاجتماعية المتداولة في المجتمع العراقي والتي حملت بين طياتها تأويلات فردية او جماعية ، ترجمت ثقافة ووجدان مجتمعنا ، فضلاً عن ان هذه الملصقات يمكن عدّها ملصقات جماهيرية التلقي والتأثير اذ مثلت خطاباً اتصالاً مكثفاً ذو دلالة وانعكاس ايجابيين واضحين جداً وعليه من الممكن ان تكون لفكرة الملصق التوعوي ، دوراً بالغ الاهمية في تحقيق وانشاء نظام مجتمعي وثقافي مستدام من خلال ما يطرحه من افكار وقيم تمتاز بقدرتها التعبيرية متخذة من الكلمة والصورة واللون والرمز مادة غنية له .

النتائج :-

- 1- اعتماد الملصق التوعوي في وقتنا الحاضر يمثل حاجة ماسة ورئيسه من اجل الكشف عن تداعيات تطور الجائحة، وتحديد اخطارها والتصدي لها عبر رسائل واضحة لأفراد المجتمع، يدون فيها الدور المطلوب منهم للإسهام في احتواء الجائحة وتجلى هذا في كل العينات المبحوثة.
- 2- دقة صياغة الرسالة الاعلانية الموجهة لاسيما ما يرتبط منها بالتمثيل الحقيقي لطبيعة الازمة الصحية العالمية والتنبيه لمواجهتها من خلال القوة التصميمية التي يجب ان تتميز بها الملصقات التوعوية مؤكداً بها على هذا الجانب وبدا هذا واضحاً في نموذج رقم (3) اذ تظافر النهي والتحذير بين كلمة (لا) واشارة اليد ونموذج رقم (5) عبر النص الكتابي (كمامتك وقايتك) الذي جاء حجم حروفه متبايناً عن مجمل النصائح والارشادات الواردة في نصف الإعلان الأيمن.
- 3- توظيف مضامين الملصق التوعوي بما يحقق التوعية المجتمعية كنوع من المساهمة والمسؤولية نحو تقدم الجائحة بحسب مكانه وزمانه وطبيعة مجتمعه المحلي التي تنعكس بالتأكيد على جمالية توظيف الملصق من خلال تظافر اللون والشكل والجذب وغيرها والتي برزت من خلال خبرة المصمم في انتقاء اشكاله التصميمية كما في نموذج رقم (2) ونموذج رقم (5) .
- 4- تبدأ مرحلة الانعكاس الايجابي بحضور المحفزات من حولنا ثم عملية تنظيم المعلومات المستقبلية من خلال الحواس ثم تفسيرها لكي نصل الى مرحلة الاستجابة الفعلية للحالة وأليات

مواجهتها والوقوف لصددها بأعتماد المصمم للصور الفوتوغرافية الواقعية في تنفيذ فكرته التصميمية لما لها من دور في نقل الحدث بمصدقية تؤثر في عملية الإدراك البصري كما في النماذج رقم (2- 3- 4- 5).

- 5- ..يمكن توظيف الملصق التوعوي بإدخال مفردات تعبر عن حاجات اجتماعية ترتبط بالعقيدة قد يكسبه قدراً كبيراً من الخصوصية والتميز كما في نموذج رقم (1) .
- 6- صنع الاختزال الشكلي لعناصر الملصق التوعوي حاله إيجابية حققت إدراكاً بصرياً ناجحاً ومعنى صريح للفكرة التصميمية المباشرة لان هذا الأسلوب اسهم في إبقاء عين المتلقي أطول مدة ممكنة في متابعة هذه العناصر .

الاستنتاجات :-

- 1- هناك علاقة وثيقة بين وضوح الفكرة الاعلانية وبين الانعكاس الايجابي لها من قبل أفراد المجتمع .
- 2- يتحقق للملصق التوعوي عنصر الجاذبية من خلال عدة معايير شكلية أهمها الفكرة المبتكرة وعلاقتها بمضمونه .
- 3- ثقافة المجتمع تلعب ايضاً دوراً كبيراً في مدى الانعكاس الإيجابي لحمات الملصقات التوعوية ، والتي تتمثل في درجة وعي الشعوب ونقلهم لأفكار جديدة حرصاً على مستقبلهم ، واستعدادهم بالافتتاح بالقضية المثارة في الحملة تحت مبدأ تقبل الرأي الاخر وعدم رفضه .

التوصيات :-

- 1- توظيف الدلالات الشكلية التي تتلائم مع ثقافة الفرد المستهدف بالرسالة الاعلانية التوعوية مع مراعاة التقاليد والأعراف الخاصة بالمجتمع .
- 2- الابتعاد عن النمطية في فكرة الملصق التوعوي حتى تضمن الرسالة فاعليتها وتحقيق الأهداف المرجوة منها ، بالتأكيد على دور المصمم العراقي من خلال الإفادة من الكوادر المتخصصة لأعداد تصاميم تنهض بالواقع التوعوي .
- 3- تشجيع البحوث العلمية الاعلانية المتخصصة في إدارة الازمات وتمويلها ودعمها مادياً من جهات مختصة والعمل على تطبيقها في الصعيد الميداني والاستفادة منها وذلك عن طريق تكليف اشخاص او لجان مختصة يعملون بالمؤسسات الفنية والجهات الاعلامية وحتى المختصين بعلمي النفس والاجتماع للعمل على تصميم موضوعة الملصقات التوعوية وتبنيها من خلال اليات تفعيلها بهدف تغيير سلوك الفرد او المجتمع.

المصادر :-

- إسماعيل شوقي ، 1999 ، الفن والتصميم ، كلية التربية الفنية ، جامعة حلوان ، القاهرة.
- احمد بدر ، 1977 ، أصول البحث العلمي ومناهجه ، دار الغريب للمطبوعات.
- السامرائي ، شيماء،، 2006 ، الاتصال البصري في تصاميم الملصقات الارشادية ، رسالة ماجستير ، كلية الفنون الجميلة ، بغداد .
- الفيروز ابادي ، 1993 ، القاموس المحيط ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، ط 3 .
- الكامل، فرج ، 1985 ، تأثير وسائل الاتصال ، الاسس النفسية والاجتماعية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة .
- النعمي ، رجاء، 2006 أساليب التباين في الفضاء المرئي لتصاميم المطبوعات ، رسالة ماجستير ، كلية الفنون الجميلة ، بغداد ، .
- روبرت شولز، 1977 ، البنيوية في الادب، منشورات اتحاد الكتاب العرب، ط7، ترجمة حنا عبود، ، ص 100
- سعيد علوش ، 2002 ، معجم المصطلحات الادبية المعاصرة ، دار الكتاب اللبناني ، بيروت .
- سمير محمد حسين ، 1977 ، فن الإعلان ، القاهرة .
- فرج الله د .ادريس ، ب ، ت التشكيل اللوني في الطباعة، المكتب الجامعي الحديث الاسكندرية .
- مونرو توماس ، 1992 ، التطور والفنون ، تر ، محمد علي ، الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة
- ناثان نوبلر ، ب . ت ، حوار الرؤية ، مدخل الى تذوق الفن والتجربة الجمالية ، تر ، فخري خليل ، دار المأمون للترجمة والنشر .

Trunball, Arthur & Russel , The Graphics of Communcation

Typography: layout, second edition , New Yorkp.62

14- Gallo, 2001, Quintavalle,

Karam Sh-(1994) Dictionary of Media – Beirut , Dar AL – jeel 15-

16-Mukarovsky , Jan ,1978, Art As Asemiotic Fact in Structure Sign and Fun

CtionK , ranslated by Burbark & P.Steiner.New York