



الخطاب الاتصالي ما بين الشكل والمضمون في الإعلان التجاري

الدكتور فؤاد احمد

الملخص

ان ما ينبغي أن يحتفظ به الخطاب الاتصالي كمفهوم تقليدي كونه يعبر عن موضوع او فكرة معينة ذات هدف ما جاءت على وفق حاجة وظيفية موجهة الى متلقي يستفيد او محتمل ان يستفيد من تلك الرسالة البلاغية من خلال خطاب له اهميته واولويته ذو تأثير لا يقل عن تأثير تلك الرسالة ، وفي العلم ينتهي دور المضمون بمجرد استيعابه عقلياً، اما في فن التصميم فالمضمون الفكري يتجسد من خلال تفاعله مع الشكل العام للمنجز التصميمي، وغالباً ما يرتبط المضمون في ذهن المتلقي من خلال خطاب اتصالي مرتبط بالمعنى او الهدف الذي يقصده المصمم ، والمعنى في المضمون لابد ان تتعدد دلالاته ومعانيه واتحاداته من متلق الى آخر، فهو وسيلة ينتهي دورها بمجرد ان يصبح معنى العمل جزءاً عضوياً منه، لا يفصل عنه، فالمضمون لا يستطيع ان يتفتح أو يتنفس أو يعثر على حياة له دون الشكل، ومن ثم يعجز عن إيصال الخطاب الاتصالي محتوياته العقلية والفكرية والثقافية إلى المتلقي، فالشكل ليس مجرد قالب نقوم بصب المضمون في، طالما ان الشكل يجسد جزئيات المضمون الفكري على المستوى الفني، فجاءت فكرة هذا البحث من خلال تحديد مشكلة البحث بالتساؤل الاتي: كيف يعزز الشكل الخطاب الاتصالي لمضمون الرسالة في الإعلان التجاري؟ كما حددت اهمية البحث في تشكيل اطار معرفي مفاهيمي وتطبيقي للدارسين والطلبة في مجال التصميم الكرافيكي والعاملين في هذا المجال. وحدد هدف البحث وفق الاتي: الكشف عن الخصائص الشكلية التي تعزز الخطاب الاتصالي لمضمون التصميم الاعلانية. وحددت ثلاثة حدود للبحث فيما يخص الموضوع والزمان والمكان، فضلاً عن تحديد المصطلحات للخطاب والاتصال والشكل والمضمون والاعلان التجاري، واشتمل الفصل الثاني على مفهوم الخطاب ودلالاته، الشكل والمضمون مفاهيمياً، إدراك الشكل بصرياً، الاعلان التجاري، واشتمل الفصل الثالث على النتائج التي جاء منها: ان التحول في المسار (التقني) نتيجة التطور العلمي التكنولوجي اعطت صفة التوالد وظهور انماطاً جديدة للخطاب الاتصالي لبلورة الشكل وتعزيزه للرسالة الاتصالية .

الكلمات المفتاحية: الخطاب الاتصالي، الشكل والمضمون، الإعلان التجاري.



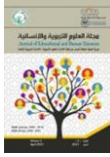
Communicative discourse between form and content in commercial advertising

Dr. Fouad Ahmed

ABSTRACT

The Main think that be kept by the speech communication as a concept traditionally being expressed on the subject or a certain idea of a goal came on as needed functional addressed to recipients of benefits or likely to benefit from those rhetorical message through a speech importance and priority of the effect of not less than the effect of that letter, in science content role ends once you absorb it mentally, either in the art of design Valamadmon intellectual embodied through its interaction with the overall shape of the finished design, and often content is associated in the mind of the receiver through a letter communicative linked to the sense or the goal that meant the designer, and try to identify and explain. And meaning in content in, as long as the figure captures particles intellectual content at the technical level, it is imperative that the artist not interfere in the context of directing a certain point, but he has to leave the artwork poses itself in accordance with the logical sequence and dramatic cohesion between particles secured, came the idea of this research by identifying the research problem by asking the following: how to enhance the shape speech communication of the place, as well as determine the terms of the speech, communication, form and content and commercial advertising, which included the second chapter on the concept of speech and its implications, the form and content conceptual, recognize the shape visually, Advertising trade, and included the third quarter results that came from: the transformation of the track (technical) as a result of scientific technological development has given a recipe for breeding and the emergence of new patterns of speech communication to crystallize shape and strengthen the communication of the message.

Keywords: communicative discourse, form and content, commercial advertising.



الفصل الأول مشكلة البحث والحاجة اليه

مشكلة البحث

يشغل الخطاب الاتصالي اليوم مناحي كبيرة في الحياة الإنسانية، فهو الوسيلة التي تتخطى جميع الحواجز لتصلنا بصورة رسالة تحمل معها شفرات عدة في التعيين والتضمين، وهذا النشاط الإنساني رافق الإنسانية منذ بواكيرها الأولى والتي جاءت بانماط عدة تبعاً لتوافر الوسائل والأماكن المتاحة في كل زمان ومكان، لتصبح تمثيلاً وتجسيدا لتلك المرحلة التي يؤلف الخطاب الاتصالي شكلاً من اشكال العلاقات بين المجتمع، واداة من ادوات التخاطب وتبادل الأفكار والميول والحاجات وانماط السلوك لذلك المجتمع، والتي تخضع بدورها الى منطق استدلال علمي ذو قواعد عرفية وتداولية تستخدم في معرفة العالم عل وفق نظام من الوظائف النفعية التي اندمجت كلها بسلاسة في مهمة تحليل الخطاب الاتصالي عن طريق ما يحمله الشكل من تضمينات فكرية ذات مدلولات على المعاني التي تكسبها منه من خلال السياق الذي تجسد بذلك، وبمعنى اخر ان الشكل جاء ليحمل معه كل المعاني والصفات التي يمثلها المحتوى والأنطباعات التي تتجلى من خلال صورة المنجز التصميمي . ومن هنا يتصدى البحث الحالي الى معرفة كيفية تأثير الشكل في تعزيز الخطاب الاتصالي لمضمون الرسالة الاعلانية منطلقاً من التساؤل الذي يعده الباحث اداةً يركز عليها في بحثه الحالي: كيف يعزز الشكل الخطاب الاتصالي لمضمون الرسالة في الاعلان التجاري؟

أهمية البحث

سيسهم هذا البحث في تشكيل اطار معرفي مفاهيمي وتطبيقي للدارسين والطلبة في مجال التصميم الكرافيكي والعاملين في هذا المجال، فضلاً عن تطوير وتحفيز المصممين في تصميم اشكالاً تعزز الخطاب الاتصالي بصيغ ابتكارية جديدة تتلائم مع مضمون تصميم الاعلان التجاري.

هدف البحث

(1) الكشف عن الخصائص الشكلية التي تعزز الخطاب الاتصالي لمضمون التصميم الاعلانية.

حدود البحث

الحدود الموضوعية: دراسة الخطاب الاتصالي الناشيء من تصميم الشكل للاعلان التجاري.
الحدود المكانية: الاعلانات التي تضمنت خطاباً بصرياً تتفق مع مجريات البحث وتخصصه الدقيق، والتي حازت تقيماً دولياً وشرت في مواقع الشبكة الدولية للمعلومات.
الحدود الزمانية : الاعلانات التجارية المشورة عام 2016 كونها السنة الأحدث في البحث الحالي.

تحديد المصطلحات

الخطاب:- لغة: (خطب: الحَظْبُ: سبب الأمر، تقول: مَاحَظْتُكَ؟

وخطبت على المنبر خطبةً بالضم، وخاطبه بالكلام مخاطبةً وخطاباً. 1

اصطلاحاً:

الخطاب الاتصالي :

سلسلة من الصور والوحدات البصرية ينتجها الفنان (المصمم) يقصد بها التأثير على المخاطب وهو الجمهور لأبلاغه رسالة معينة 2

اجرائياً: هي لغة تتألف من وحدات بصرية يستخدمها المصمم تحمل معها رسالة ضمنية بلاغية الى المتلقي بقصد التأثير وايصال الفكرة والوصول الى هدفها.

الشكل: (Shape)

- لغة (الشبه والمثل، هذا على شكل هذا، أي على مثاله فلان شكل فلان اي مثله في حالته، وهذا من شكل هذا: اي من ضربه ونحوه)، وجاء فيها ايضاً تشاكل الشيئان : شاكل كل منهما صاحبه.

1 اسماعيل حماد الجوهرى، معجم مختار الصحاح ، منشورات شركة الاعلامي للمطبوعات ،بيروت ، لبنان، ط1 2012، ص314.

2 العاني ، هند محمد سحاب ، القيم الجمالية في تصاميم اقمشة وازياء الأطفال وعلاقتها الجدلية، اطروحة دكتوراه، غير منشورة ، جامعة بغداد ،كلية الفنون الجميلة.



ويشير (ستولنتيز) إلى انه : " تنظيم عناصر الوسيط المادي التي يتضمنها العمل، وتحقيق الارتباط المتبادل بينها " . وعناصر الوسيط هي الأنغام والخطوط (3) .

ويحدد (ريد) ثلاثة معاني للشكل " ثمة شكل بالمعنى الإدراكي الحسي، هو بكلمات الدكتور ارنهايم، " شرط ضروري للتشخيص الإدراكي الحسي للمحتوى " ، وثانياً، ثمة شكل بالمعنى البنائي : وهذا هو المفهوم الكلاسيكي عن الشكل : تناغم معين أو علاقة تناسبية للأجزاء مع الكل، ولكل جزء مع الآخر يمكن تحليلها وفي النهاية تحويلها إلى رقم . لكن ما زال هنالك معنى ثالث، يمكن ان يدعى افلاطوني، ويعتبر فيه الشكل تمثيلاً للفكرة . ان الشكل، وبهذا المعنى الرمزي، وربما تضمن إما صوراً طبيعية، أو بالتناوب، صوراً من نوع غير طبيعي أو لا تشخيصي " (4) .

ويرى (الشال) بأن : " كل عمل فني له شكل ومضمون، والشكل هو الهيئة الفنية وإطاره العام والمحسوس " (5)

وعرفه (ريد) بأنه : " الهيئة، ترتيب الأجزاء " جانب مرئي، وليس شكل عمل فني ما بأكثر من هيئة، أو ترتيب أجزائه، أو جانبه " المرئي " . فإننا سنجد شكلاً طالما كانت هناك هيئة، وطالما كان هناك جزءان أو أكثر مجتمعان مع بعضهما لكي يصنعوا نسقاً مرئياً " (6) .

اجرائياً: هو التكوين العام للعناصر البنائية والتركيبية المحددة للعمل الفني التصميمي والذي يحمل بطياته وسائط التعبير عن المضمون.

المضمون (content)

المضمون: لغة

المضمون: المحتوى

شيء مضمون : مكفول

ومضمون الكلام : فحواه وما يفهم منه والجمع : مضامين

الشكل والمضمون : اللفظ والمعنى،

فارغ المضمون : لا معنى له،

مضمون الكتاب : ما في طيّه،

مضمون الكلام / مضمون الجملة : فحواه وما يفهم منه⁷

كما عرفه (ابن منظور) بأنه : " يقال ضمن الشيء بمعنى تضمنه، ومنه قولهم : مضمون الكتاب كذا وكذا " ، وفهمت ما تضمنه كتابك أي ما اشتمل عليه وكان في ضمنه . وأنفذته ضمن كتابي أي في طيّه " (8) .

أما (الرازي) فيعرفه : " (ضمنه) الشيء (تضميناً فتضمنه) عنه مثل غرفه، وكل شيء جعلته في وعاء فقد (ضمنته) إياه " (9) .

ويرى (البستاني) : (تضمن) الشيء : " اشتمل عليه : إلترمه وغرقه " (10) .

ويشير (البدوي) بأنه : " ضمن ضمناً : 1- الشيء كفهله . 2- الشيء حواه، ضمه. ضمن : داخل الشيء " (11) . وعرفه (عيد) بأنه : " ... هو المعنى أو المغزى أو المراد الداخلي للصورة الفنية في فن من الفنون " (12) .

(3) ستولنتيز ، جيروم ، النقد الفني دراسة جمالية وفلسفية ، ترجمة : فؤاد زكريا ، بيروت : المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، 1974 ، ص 340 .

(4) ريد ، هريبرت ، حاضر الفن ، المصدر السابق ، ص 41.

(5) الشال ، عبد الغني النبوي ، مصطلحات في الفن والتربية الفنية ، ط 1 ، المملكة العربية السعودية : الناشر، عمادة شؤون المكتبات ، جامعة الملك سعود ، 1984 ، ص 261.

(6) ريد ، هريبرت ، معنى الفن ، المصدر السابق ، ص 51 .

7 معجم المعاني الجامع، <http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar>

(8) ابن منظور ، المصدر السابق ، ج (13) ، ص 258 ، 261 .

(9) الرازي ، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر ، المصدر السابق نفسه ، ص 384.

(10) البستاني ، فؤاد أفرام ، منجد الطلاب ، ط 22 ، بيروت - لبنان : دار المشرق ، 1986 ، ص 430.

(11) بدوي ، احمد زكي - ومحمود ، صديقة يوسف ، المصدر السابق نفسه ، ص 515.

(12) عيد ، كمال ، جماليات الفنون ، المصدر السابق ، ص 46.



أما (صليبا) فيعرفه : " الشيء : محتواه، ومضمون الكتاب : مادته، ومضمون الكلام : فحواه، وما يفهم منه . ومضمون الشعور، في لحظة معينة هو مجموع الظواهر النفسية التي يحتوي عليها ويتألف منها . ومضمون التصور في المنطق مفهومه . ولكل عملية فكرية صورة ومضمون (أي مادة) " (13).

ويرى (الشال) بأن : " كل عمل فني له شكل وله مضمون، والشكل هو الغلاف الخارجي ومضمونه هو ما يحويه الشكل من مضامين ورموز وأنغام وغيرها " (14).

التعريف الإجرائي

هو المعنى الباطن الذي يحمله الشكل والذي يتجسد من خلال نتاجاً لكيفية معالجة الشكل والموضوع معاً ليُدركه المتلقي.

الاعلان

لغويا:

مصدر للفعل الرباعي " أعلن"، وأصل مادته " علنَ . وتفيد المادة

اللغوية للفظ " علنَ " وما اشتق منها في اللغة عدة معانٍ متقاربة، وهي:

١ . الإظهار، يقال: علنَ الأمر علوناً، علنَ علناً وعلانية، واعتلنَ: ظهر، وعلَّنته وأعلَّنته: أظهرته، وجاء في معجم مقاييس اللغة...: " العين واللام والنون أصل صحيح يدل على إظهار الشيء، والإشارة إليه، وظهوره.

٢ . الجهر، يقال: علَّنه معالنهً وعلناً: جاهره، وجاء في لسان العرب: " الإعلان والمعلنة والإعلان: المجاهرة.

٣ . الشبوع والانتشار، يقال: علنَ الأمر يعلن علوناً، وعلنَ يعلن علناً وعلانية: شاع وظهر، وعلنَ الأمر علوناً: ظهر وانتشر 15 اصطلاحاً:

عرفه أحمد النور بأنه: فن التعريف 16

وعرف بأنه " عملية اتصال مدفوعة تستهدف إعلام شخص أو أكثر والتأثير عليه 17

اجرائياً: هو وسيلة اشهارية وترويجية اتصالية لتعريف المستهلك بالأفكار والسلع والخدمات وذلك لتحقيق طبيعة إقناعية، حول المنتجات والخدمات والأفكار، لممول معروف، يدفع ثمن إعلانه في الوسائل الإعلامية المختلفة.

الفصل الثاني

الإطار النظري

مفهوم الخطاب ودلالاته

يعد الخطاب وظيفة اللغة التواصلية، وأنه ليس منفصل الصلة عن التقاليد البلاغية الكلاسيكية، على اعتبار أن مشهد الخطاب يهتم بدوره بالأشكال البلاغية كأدوات أسلوبية ووسائل للأقناع والبرهان، يطلقها المصمم بقصد التأثير والافصاح عن مكونات الرسالة الاتصالية على المتلقي لأبلاغه غاية معينة لتحقيق عملية التواصل مابين المصمم والمتلقي، وبهذا المعنى فالمنجز الكرافيكي كونه نوعاً من أنواع الفن والتصميم فهو خطاب تواصلي وابلغي، (المنجزات الكرافيكية تمثل خطاب تواصلي وابلغي، أما ان يكون ايحائياً أو منطقياً) 18.

(13) صليبا، جميل، المعجم الفلسفي، ج2، بيروت - لبنان: دار الكتاب اللبناني - مكتبة المدرسة، 1982، ص386.

(14) الشال، عبد الغني النبوي، المصدر السابق، ص46.

15 أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، ص 6

16 أحمد، النور دفع الله، : الإعلان، دار الكتاب الجامعي، العين، ط ١، الإمارات، ٢٠٠٥، ص23.

17 معلا، ناجي، ١٩٩٣ م، الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان، ط ١، ١ م، اسم الناشر: بلا، مكان) النشر: بلا، ص ٢٩٦.

18 العاني، هند محمد سحاب: مصدر سابق، ص57.



وتحليلنا دلالات الخطاب أيضاً في تحليله بمنهج وظيفي مجاز للاتجاه البنوي ومعتمد على السيميولوجيا من ناحية والتداولية من الناحية الأخرى، وقد تحول لهذا المفهوم في نهاية السبعينيات بعض انصار هذا الاتجاه مثل "تودوروف" الذي اعترف عام 1979 بأن السيميولوجيا يمكن ان تفهم باعتبارها بلاغة معاصرة، وقد اتضح ان مفهوم بلاغة الخطاب مرهون بالاعتداد بها كعلم لكل انواع الخطاب، علم عالمي في موضوعه وفي منهجه (وبالرغم من تنوع مادة الخطاب الا انه سيظل هناك "فن شكلي عام" قابل للتطبيق على مختلف الأنواع)19.

ويرى الباحث ان ما ينبغي أن يحتفظ به الخطاب كمفهوم تقليدي كونه يعبر عن موضوع او فكرة معينة ذات هدف ما جاءت على وفق حاجة وظيفية موجهة الى متلقي يستفيد او محتمل ان يستفيد من تلك الرسالة البلاغية من خلال الخطاب له اهمية واولوية ذات تأثير لا تقل عن تأثير تلك الرسالة، فكل قول يوجه لمستمع وغالباً ماننسى ان الشيء ذاته يحدث لكل مكتوب، وبينما نتصور الخطاب بالنظر الى المتلقي، فان غيابه مادياً يجعل المرسل بانه غير فاعل، وبالرغم من ان النص الخطابي في الواقع مشروطاً بالذين توجه اليهم تلك الرسالة. فالشكل رقم (1) هو اعلان عن كريم مرطب (NIVEA) ومثل الخطاب في هذا التصميم من خلال التراكب اللوني الشكلي اذ شبه الكريم المرطب بالهلال الناصع البياض وقد شبهت الارضية للاعلان بلون علبه (النيفيا) ومن هذا التراكب يتضح بأن الاعلان يمثل خطاباً اتصالياً يجسد فكرة الاعلان عن المنتج من خلال الايقونة ولون الأرضية التي تجسد لون المنتج.

فالخطاب الاتصالي عبارة عن نظام من الرموز والصور والأشكال لها معنى تهدف الى ابصال فكرة معينة او التأثير في ميوله ودفعه الى التفكير والتركيز في اتجاه معين يؤثر في اختيار واقتناء ماعلم عنه بطريقة بسيطة وسلسة، (ان فاعلية الخطاب تكمن في ارسال اشارات ورموز بشكل بسيط وغير معقد تجعل المتلقي يتقبل رسالته ويصدقها)20.

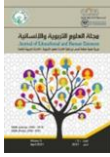
مفهوم الاتصال (COMMUNICATION) :

الاتصال بمفهومه العام والشامل هو تبادل للمعلومات والأفكار والمفاهيم ما بين المرسل او المصدر وبين المستقبل او المستفيد ويحتوي على عناصر أو مكونات عملية الاتصال كالمُرسل والرسالة والمستقبل، كما يشغل الاتصال اليوم حيزاً كبيراً من الحياة الإنسانية ويعد من المستلزمات الحياتية المهمة التي لا يمكن الاستغناء عنها من قبل الباحثون والمتخصصون في علوم الإعلام والاتصال، وانعكست أهميته ودوره في الحياة الإنسانية، كما جاءت عدة تعريفات لمفهوم الاتصال من قبل المختصين في هذا المجال، ومن هذه التعريفات (الطريقة التي تنتقل بها الرسالة من مصدر إلى مستقبل لتصبح لها عناصر ومكونات واتجاه، وهدف تسعى إلى تحقيقه من خلال لغة او رموز بصرية محددة، لنقل المعلومات والمعاني للتأثير وإحداث الاستجابة المطلوبة)21. فالالاتصال هو تفاعل لغة مشتركة بين طرفين تتبادل وتنقل الأفكار او المهارات او موضوع معين مرتبط بالإنسان وما يؤثر به وتبادل هذا التأثير ازاء موضوع معين بغرض تحقيق نوع من الفهم والأدراك المتبادل لايجاد محور مشترك بين عناصر الاتصال، (ويؤلف الاتصال شكلاً من اشكال العلاقات بين الناس واداة من ادوات المجتمع يرتبط بين اراده من خلال الثقافة التي تكون نسيجاً يوجد بين افكار وعقائد وميول وانماط سلوك اعضاء ذلك المجتمع)22.

تتكون عناصر عملية الاتصال من:

— **المرسل او المصدر** / هو القائم بالاتصال والذي يقوم بتوجيه الرسالة، ويعمل على ترجمة وتسجيل الرسالة في شكل مفهوم، ويعد نقطة الانطلاق في عملية الاتصال، وعنه تصدر الرسالة التي تحمل معنى محدداً يتفق مع وجهة نظره

19 صلاح فضل، بلاغة الخطاب وعلم النص، الشركة المصرية العالمية للنشر – لونجمان، القاهرة، ب ت، ص74.
20 الكامل، فرج، تأثير وسائل الاتصال، الأسس النفسية والاجتماعية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص62.
21 حسن عماد مكاي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص12.
22 انتصار رسمي موسى، الواسطي خليل ابراهيم، التصميم الرقمي وتقنية الاتصالات الحديثة، دار الفراهيدي للطباعة والنشر، 2011، ص78.



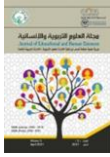
ويهدف المرسل من الرسالة الى استثارة إستجابة محددة لدى المستقبل. وتحقيق نوع من التفاعل بينه وبين مستقبل الرسالة لتحقيق هدف محدد، فهناك ضرورة لترجمة أفكار ومعلومات المرسل إلى شكل بصري منظم . من خلال رموز أو لغة أو مفهوم، وترجمة ما يقصده المرسل إلى رسالة بسيطة يمكن للمستقبل أن يفهمها، ويعد المرسل العنصر الأول والأساس في عملية الاتصال، ويأخذ المرسل أشكالاً أو أدواراً كثيرة منها **المصمم** هو مرسل رسالة بصرية مضمونها الفكرة والشكل . ولكي ينجح المرسل في عملية الاتصال، فلا بد من توافر عدد من الصفات التي تساعد في نجاح مهمته كمرسل، **وتتلخص في:** القدرة الإبداعية في التعبير . المنطق المؤثر والقدرة على الإقناع والتأثير . القدرة على التعبير بوضوح عن أفكاره المراد إرسالها . المعلومات الواضحة عن موضوع الرسالة . مقومات الشخصية المتميزة للمرسل.

ومن اهم العوامل فعالية للمرسل لضمان نجاح عملية الاتصال / المصادقية التي يكتسبها المصدر من خلال التدريب، والخبرة، والقدرة على الاتصال بما يحتويه من مهارات التعبير والاحترافية في نقل الرسائل . **الجاذبية** وتتحقق عندما يكون المصمم القائم بالاتصال قريباً من الجمهور من الناحية النفسية والاجتماعية. **والأسلوب أو التقنية** من المهارات الأساسية الواجب على المرسل مراعاتها أثناء تقديم الفكرة، لأنها تؤثر على اتجاهات وإدراك المستقبل، باستخدام عناصر تجذب انتباهه، وتكون متنوعة لتتلاءم و طبيعة الرسالة أو الفكرة . **اللغة الشكلية** يختار المرسل عناصر بصرية بسيطة تتلاءم مع المستوى الاجتماعي والعلمي للمتلقي في نقل الفكرة . **- أهمية الاتصال** من وجهة نظر المرسل تتمثل في - نقل المعلومات والأفكار والمفاهيم إلى المستقبل - تدريب وتنمية خبرات أفراد المجتمع بنزويدهم بالمعلومات والمهارات التي تؤهلهم بالتفاعل المشترك، لتطوير إمكانياتهم العملي التأثير وإحداث تحولات في وجهات نظر الآخرين . **والمستقبل** ينظر إلى أهمية الاتصال في - فهم ما يحيط به من ظواهر وأحداث، تعلم مهارات جديدة، الترفيه والتسلية - الحصول على معلومات جديدة تساعد في التأثير على السلوك"23 .

٢- الرسالة أو المضمون أو المحتوى / وتعد الرسالة الركن الثاني في العملية الاتصالية، وهي محور عملية الاتصال، قد تكون رسماً أو لوحة مطبوعة أو عبارة أو كلمة أو معلومات يريد المرسل إيصالها إلى المستقبل عبر وسيلة من وسائل الاتصال البصري، وهي الفكرة أو المفهوم والموضوع وأ المحتوى المعاني- الأفكار-الاتجاهات (الذي يريد المرسل أن ينقلها إلى المستقبل وتتضمن أفكاراً جديدة، ويتم التعبير عنها بالرموز اللغوية أو البصرية أو بهما معاً، ومضمون الرسم أو التصميم هو الرسالة . **وللرسالة عدة تعريفات تدور في نفس الإطار ومنها أنه:** المحتوى المعرفي الذي يريد المرسل نقله إلى المستقبل. الهدف الذي تسعى عملية الاتصال إلى تحقيقه . محتوى فكري معرفي يشمل عناصر المعلومات باختلاف أشكالها سواء أكانت مطبوعة أو مسموعة أو مرئية. ويتأثر مضمون الرسالة بعدد من العوامل يمكن إيجازها **وتتلخص صفات الرسالة الجيدة على النحو التالي:** أن تكون كاملة - واضحة - ذات قيمة - مختصرة - دقيقة في البناء والإخراج استخدام العبارات الفعالة التي تؤثر في الجمهور وتوضح المعنى في الرسالة -خلو الرسالة من الأخطاء المطبعية في حالة الاتصال المكتوب أو المطبوع -و أن لا تكون الرسالة طويلة -وتوفير الوسيلة المناسبة لنقل الرسالة -اختيار الجمهور المناسب لاستقبال الرسالة الموجهة إليه، ومما لا شك فيه ان عملية الاتصال يتوقف فهمها وإدراكها على فهم مادة الرسالة من حيث محتواها وأهدافها.

فالرسالة هي الناتج الحقيقي لما أمكن ترجمته من أفكار ومعلومات خاصة بمصدر معين في شكل لغة يمكن تفهمها . والرسالة هي الهدف الحقيقي لمرسلها وهي من اهم العوامل فاعلية في الاتصال. وعملية الاتصال مرتبطة بالبيئة الاجتماعية والثقافية والسياسية، فالإتصال الناجح هو الذي يؤثر على السلوك من خلال مكونات الاتصال وهي المرسل، الرسالة، الوسيلة، الجمهور، ونلاحظ في الشكل(2) عبارة عن ملصق اعلاني لماء (evian) ففكرة الاعلان تدور حول (الماء يجعلك أصغر سناً) من خلال الرسالة الصورية الايقونية لجسد طفل صغير محاولة من قبل المصمم لإيجاد خطاب بصري يعتمد نوع من الإيحاء يسهم في بناء فكرة الاعلان بإيجاد مسارات بصرية متراكبة تشير الى قوة المنتج المعلن عنه.

ومن اهم شروط ارسال رسالة جيدة/الموضوع الجيد -طبيعة ونوعية الجمهور - تحديد الأهداف - دراسة العوامل البيئية المحيطة -دقة الاختيار للتقنيات والوسائل المستخدمة - والانتباه إلى ردود



أفعال الجمهور.

٣ - **الوسيلة - التقنية** / هي الطريقة التي يتم من خلالها نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل. وقد تكون الوسيلة بصرية مثل (الملصقات، واللوحات، والإعلانات)، أو سمعية بصرية. فالإتصال هو الوسيلة التي يتم بواسطتها توحيد النشاط المنظم ونقل المعلومات من فرد لآخر، يمكن من خلاله تعديل السلوك وتحقيق الأهداف. ويعتمد المرسل على قدرته ومهاراته التقنية في إرسال الرسالة، (إن الرسالة، فضلاً عن كونها حاملة لفكرة تتأثر بطريقة صوغها) 24

ومن أهم وسائل الاتصال المستخدمة: الوسائل المطبوعة كالكتب بأنواعها وتخصصاتها المختلفة والصحف والمجلات... الوسائل الإلكترونية الحديثة وتشتمل على الحواسيب والبريد الإلكتروني والقنوات الإلكترونية الحديثة كالإنترنت. كما هناك وسائل شفوية ومسموعة ومرئية. وترتبط الرسالة موضوع الإتصال مع الوسيلة المستخدمة في نقلها.

٤ - **المستقبل - المتلقي والجمهور** / فالمستقبل هو شخص أو جهة التي توجه إليها الرسالة ويستقبلها ويقوم بتفسير رموزها ويحاول إدراك معانيها. وينعكس ذلك على أنماط السلوك المختلفة للمستقبل سواء أكان فرداً أو جماعة أو مؤسسة أو جمهوراً يجب على المرسل معرفة خصائص المستقبل وطبيعته حتى يتمكن من إيصال الرسالة له،

٥ - **الاستجابة** / هي عملية تعبير متعددة الأشكال، تبين مدى تأثير المستقبل بالرسائل التي نقلها المرسل إليه بالوسائل المختلفة. وهي عنصر مهم في الإتصال لأنها عملية قياس وتقويم مستمرة الفاعلية في العناصر الأخرى، ولها دوراً كبيراً في إنجاح عملية الإتصال لأنها الوسيلة التي يتعرف من خلالها المرسل على مدى التأثير الذي أحدثته رسالته في المستقبل، وقد تكون الاستجابة سريعة أو بطيئة، إيجابية أو سلبية، والاستجابة الناجحة تنبثق عن فهم محتوى الرسالة وهدف المرسل، فالرسالة والوسيلة هما اللتان تقرران نوع الاستجابة.

التشويش دور مهم في عملية الإتصال بكل أبعاده. 25 وتظهر في شكل (3) أن المصمم قد اعتمد خطابه الاتصالي من السباغيتي الحار فقد عمد إلى تغيير حركة السباغيتي إلى حركة تشبه النار وبذلك تم تجسيد الرسالة الأعلانية في أن يظهر المنتج ليتبرج حرارة السباغيتي فقد ولّد المصمم هنا إيقونات اتصالية تعبيرية تؤثر في المتلقي وتؤدي الهدف الوظيفي التسويقي من الإعلان.

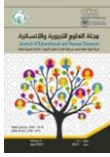
ويرى الباحث أن البعد الإنشائي في التصميم الجرافيكي يمثل مقوماً أساسياً في عملية الخطاب الاتصالي والابداع، بما لها من علاقة جذرية بالتجربة الجمالية، فهي تربط بين موضوع العمل الفني وعناصره البصرية والفنان والمتلقي من خلال تعامله مع التصميم، ومن خلال الرحلة الإنشائية

الشكل والمضمون مفاهيمياً: الشكل: يمثل الشكل الجزء الذي يثير اهتمام المصمم ويعنى به عناية كبيرة من حيث الحجم والتركيب والنسبة والخطوط والألوان التي تثير المتلقي، حيث عبر عنه (كلايف بل) بحسم (إن الشكل الدال significant form ويعنى به في الفنون البصرية تلك التوليفات والتضارفات من الخطوط والألوان، أو تلك الحبكة من الخطوط والألوان في المشاهد انفعالاً استظيقياً) 26، وهذا النص البصري من شأنه أن يثير وتتخذ العناصر وضعاً معيناً داخل التكوين الفني من خلال تألفه وتوافقه وفق طريقة معينة، مكوناً شكلاً معيناً، والذي يخضع بدوره إلى تنظيم الدلالات التعبيرية والحسية التي تساهم في إغناء الشكل، والشكل هو الجزء الظاهر أو الجسم الحاوي الذي يكون ناتجاً من خلال قوانين موضوعية، في حين يمثل المحتوى الجزء الفكري الذي يمكن أن نطلق عليه المضمون أو المعنى، ويظهر في الشكل (5) حيث اعتمد المصمم نظاماً شكلياً خطياً من خلال إنشاء مسارات بصرية للإيقونات المشكلة لفكرة الإعلان تستند إلى اتجاه أفقي يتمظهر بحركة الإيقونات في الفضاء التصميمي للإعلان، لذلك نجد أن كلمة AXE هو تجسيد لشكل العطر كذلك شكل الفتيات يعطي إحياءاً لمضمون دلالة بصرية لقوة الجذب عند المنتج الذي يتميز برائحة هادئة من خلال استخدام المصمم اللون الأخضر لفضاء

24 اسماعيل ملحم، التجربة الأبداعية، دراسة في سايكولوجية الإتصال والابداع، اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2004، ص11.

25 عبد العزيز شرف، نماذج الإتصال في الفنون الأعلام والتعليم، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص46.

26 عادل مصطفى، دلالة الشكل في الاستظيقا الشكلية وقراءة في كتاب الفن، دار رؤية للنشر والتوزيع، 2014، ص14.



الاعلان ويذكر (سكوت) انه عندما ندرك هيئة الشكل، فان ذلك يعني ضرورة وجود اختلافات في المجال المرئي، وأينما توجد اختلافات، فلا بد ان يكون هناك تباين⁽²⁷⁾. وللشكل قوانين تنظم عملية الإدراك منها :

1. الشكل والأرضية:

وجّه علماء النفس الشكليون اهتماماً خاصاً بالطريقة التي تبرزها الأشكال ككليات تتفصل، وتتميز عن الأرضية والخلفية، إذ تظهر الأشكال قبلها . " فالصورة في أي إدراك هي الشكل، هي الكل الذي يبرز، هي (الشيء) الذي ندرك، أما الخلفية فهي الأرضية غير المتميزة التي تبرز منها الصورة " (28). لذا فان عملية إدراك الشكل ككل، منفصلة عن الأرضية، ذلك لان الشكل هو الجزء الموجب في العمل الفني، انطلاقاً من كون الشكل اكثر تعقيدا من الأرضية، وبان الشكل يحّد بالحدود المحيطة، وإذا ظهر الشكل اختفت الأرضية، كما ان الشكل متماسك والأرضية مائعة (29). ان ههناك تبادلاً ما بين الشكل الأرضية في عملية الإدراك هذا يعني ان هناك اشكالا وهمية تتوالد منها تعزز الكل الاساس في التصميم.

2. الامتلاء (Pragnanz)

الذي يعني ان الكل اكبر من مجموع الأجزاء، وإدراك الكل سابق على إدراك الأجزاء (30).

3. التقارب: (Proximity)

الزماني و المكاني فالحوادث القريبة اسهل في تذكرها من البعيدة حيث انها اقرب زمانا و الاصوات القريبة من بعضها نميل الى أن ندركها وحدة. وتظهر في الشكل رقم (7) المفردات التصميمية بشكل متقارب في تكوين جمعي حيث شكل مركز السيادة في هذا الاعلان أعطت دلالة ايحائية عقلية عبر اشارة ايقونية متمثلة بالشوكة والسكين اشارة الى اسهاماً في تكوين تفضيلات للمستهلك ودفعه للقيام بعمل او سلوك مقصود ومحدد يتمثل بعمليات التفضيل في عملية الاختيار من بين المنتجات المماثلة لهذا المشروب كذلك التأثير في النشاط التسويقي للمستهلكين وتحقيق اهداف اعلانية تجارية.

4. التماثل (Similarity)

العناصر المتشابهة في الشكل و اللون و الحجم تتجمع مع بعضها في وحدات. حين يتوافر في المجال البصري عناصر متعددة، فان تلك العناصر المتماثلة تميل إلى ان تتجمع لتكون كلاً يتميز بكيان مستقل .

5. الأشكال المغلقة (Closure)

الاشياء الناقصة تدعونا الى ادراكها كاملة والى سد الثغرات أو الفتحات الموجودة فيها للوصول لحالة الثبات الادراكي، والخطوط التي تتصل ببعضها لتحصّر بينها مساحة من شأنها ان تشاهد كوحدة واحدة . جاء الخطاب البصري في هذه العلامة التجارية، ليمثل الحال القصدي الذي ا رد المصم ان يوصلها الى المتلقي في انتاج معنى مف خلال اللغة البصرية التي تدل على معنى ضمناً يؤكد رسالة ذات شقين، الاولى مختصر الكلمات الثلاثة لاسم الشركة (IBM) ليؤكد اسم الشركة وماهيتها، والثانية تؤكد المعطيات المادية من خلال التمثيل الايقوني المتمثل بالانتاج ونوعه للشركة، من خلال معالجة الخطوط المتوازية . فجاءت الصورة الايقونية تحمل معنى في ذاتها اكتسبته من خلال تلك المعالجات التصميمية، ومن هنا اصبح الخطاب البصري للعلامة التجارية ينطوي على معنيين اشاري من خلال الحروف المختصرة، ورمزي مف خلال معالجة الخطوط المتوازية واللون الازرق الذي تنسم بها العلامة، او عتمد من خلال تلك الحركة للخطوط المستقيمة الافقية والتي امتلكت طاقة من التعبير عن حركتها مف خلال عملية التوازي والانطلاق التي تمثلت بالخطوط ذاتها، إذ ان الحروف الثلاثة (IBM) حافظت على نسقتها وتتابعها الاد ا ركي من خلال قانون الإدراك المتمثل بالاغلاق ليعطي انطباعاً في التعبير عن الفرق الوظيفي الذي تمثله العلامة التجارية، كما جاء اللون الازرق المستخدم في العلامة التجارية ليسهم هو الآخر في الأحساس بالعمق الفضائي من خلال الاختلاف في مسارات المسافات بين الحروف الذي جاء نتيجة التباين اللوني المتحقق داخل فضاء العلامة، كما جاءت الحروف المكونة للعلامة بشكل يحمل وجهتين

(27) سكوت ، روبرت جيلام ، المصدر السابق ، ص 15 .

(28) صالح ، قاسم حسين ، المصدر السابق ، ص 126-127.

(29) المصدر نفسه ، ص 127.

(30) عدس ، عبد الرحمن محي الدين ، المدخل إلى علم النفس ، ت : جون رايلي ، ط2 ، قبرص : 1985 ، ص 153.



في ان واحد، فبنية تصميمها انتج اتجاهية افقية متحركة مساراً افقياً اسس ايقاعاً منتظماً عزز جانب الجذب من جهة والجانب الوظيفي التعبيري من الجهة الأخرى.

6. الشمول (Common Fate)

تدرك الأشياء كصيغة اذا كان هناك ما يجمعها و يشملها، ف رؤية صفيين متوازيين من الاشجار تعطي صيغة او شكل الطريق . ان أجزاء الشكل التي لها حدود جيدة ومصير مشترك، تميل للتجميع بصرياً لينشأ عنها " كل يتميز بالوحدة " (31).

7. الاستمرارية (Continually)

آخر قوانين فرتيهمر و أشار اليه كوفكا في كلامه عن التعليم، وينطبق على التعلم و التذكر ، فالحوادث ذات الصفة الانفعالية السارة تبقى كذلك حين يتذكرها المرء حتى بعد مضي وقت طويل على حدوثها وتعني الأشياء المرئية، لأنها تأخذ اسلوباً معيناً في الاستمرارية تطغي على الأشياء التي يحدث تبدل في اتجاهها (32). وبذلك يرى الباحث ان جميع الأشكال، وعلى اختلاف الخامة التي تتشكل منها، تخضع إلى عمل القوانين، وهذا ما أكدته (ريد) " بأنه ليس هناك شكل في الطبيعة لا يعزى إلى عمل القوانين الأولية في ظل دوافع النمو . ولقد يختلف مدى النمو، وكذا تختلف الخامة الأساسية والوظيفة أو الاستعمال دون ان تختلف قوانين الفيزياء " (33). وان العمل الفني وحدة متكاملة، ترتبط عناصره بوحدة عضوية متماسكة لا يمكن فصلها، وفقدت عناصره التشكيلية أهميتها، كما اننا لا يمكننا ان ندرك العلاقات بين الأجزاء، ما لم يشمل إدراكنا أولاً الشيء المُدرك بأكمله وهو (الشكل) .

المضمون Content

حين يبدأ الفنان بالتفكير في تنفيذ وإنتاج عمله الفني، فانه يضع أمامه هدفا يسعى إلى تحقيقه، فهو ينتج عمله الفني متأثراً بقضية ما، أو حدث تأثر به، إذ يصبح الفن بالنسبة له الوسيلة لنقل رسالته المحملة بالأفكار إلى المتلقي، وهو بذلك يحقق غرضه الإتصالي. فالمضمون هو المحتوى للعمل سواء كان فنياً أم أدبياً . يجمع هدف ونية صاحب التكوين الفني في عناصر من المقرر ان تكون واضحة وصريحة من اجل ضمان وصول المضمون إلى الناس (34).

ان المضمون هو المعنى الذي يحمله الشكل وان الفن شكل او صورة او مظهر او ايهاام ولا بد من ان يكون معبراً، أي ان الفن شكل تعبري وذو معنى وهذا المعنى يكون في باطن الصورة ذاتها وهو لا يشير الى خارجها وان معنى العمل الفني بوصفه كشكل يتجسد في مضمون العمل التصميمي ولا شك في ان فكرة المضمون شغلت الفلسفة المعاصرة عموماً والتحليلية خصوصاً الى درجة ان بعضهم حدد الفلسفة بانها تحدد المعاني الكامنة في مضمون العمل الفني. يرى الباحث ان المضمون الموجود خلف الشكل او الصورة او حتى العناوين، هو مطلب وظيفي الهدف منه ايصال الفكرة العامة للموضوع التصميمي في الاعلان التجاري، وان كل عنصر من عناصر التصميم يجب ان يكون ذو معنى بالفعل لتجسد الفكرة بشكلها الجلي الواضح والمؤثر في تصميم الاعلان التجاري. وتعد الوحدة التركيبية للمنجز التصميمي هي التي تجمع أفكار المضمون، فالمضمون في العمل لا يكون ما هو عليه إلا بسبب العناصر والتنظيم الشكلي والتعبير، فهي المحصلة الكلية للعناصر والعمليات التي تكون أساس الأشياء وتحدد وجود أشكالها وتطورها وتتابعها، ونلاحظ في الشكل (8) حيث جاءت الفكرة العامة للتصميم ان دلالة مضمون الشكل عبر عن قوة المنتج (البطارية) ومدى كفاءتها لتعطي للشكل العام بعداً تعزيزياً للفكرة التصميمية وهذه العلاقة تؤسس على وفق تراكيب المضمون والشكل، فالمضمون يرتبط بالشكل، واننا حين نشغل على بنیان الشكل ننهي الى انتاج خاص للأشياء، أي هو ناتج كافة علاقات العمل من حيث الموضوع المتناول والفكرة والعناصر وارتباطاتها وناتج علاقاتها (التعبير) وكل ماله صلة بالعمل الفني، وهو بالتالي مزيج من الموضوع والفكرة والتعبير، فيكون الناتج كائناً جديداً ذا معنى جديد ليس معنى الأشياء ولا معنى العلاقات بمفردها وهذا المعنى هو المضمون (35).

(31) رياض ، عبد الفتاح ، المصدر السابق ، ص217-ص219.

(32) عدس ، عبد الرحمن محي الدين ، المصدر السابق ، ص153.

(33) ريد ، هيربرت ، تربية الذوق الفني ، ت : يوسف ميخائيل اسعد ، ط2، 1975 ، ص40.

(34) عيد ، كمال ، فلسفة الأدب والفن ، المصدر السابق ، ص288.

(35) يونان ، رمسيس ، دراسات في الفن ، القاهرة : المؤسسة المصرية العامة للتأليف والنشر ، ب ، ت ، ص180-181.



وبذلك فالمضمون هو ناتج نهائي لتفاعل الفنان مع الموضوع وفق رؤية فكرية معينة تمثل أفكار ذلك الفنان مستخدماً المادة ودلالاتها في خلق تعبير عن الموضوع المتناول، وعلى الفنان ان يوفق في إعطاء المضمون الشكل المناسب له، إذ ان احسن المضامين " هي التي يوفق الفنان في لباسها الشكل أو الإطار المناسب لها . وهي مضامين تتمتع عادة بالانسجام والتوافق والتناسق ذلك لان الشكل الغريب عن المضمون يضعف من قوة إبراز المضمون نفسه، ويقود إلى متهاتات فكرية " (36) .

ويرى الباحث ان حركة التكوين الفني لا تكون إلا من خلال مضمونه، وهي حركة داخلية للعمل الفني المعروض، ذلك ان المضمون ليس مجرد ما يقدمه الفنان بل كيف يقدمه، أي اختيار الشكل الذي يظهر فيه، لذا فالمضمون هو الذي يحدد ماهية الشكل في الفن.

والمضمون يعني أمرين " الأمر الأول، ويقصد به القصد أو النية . وفيه يضع الفنان صاحب التكوين الفني الأفكار والأهداف والنتائج التي ينوي الوصول إليها من تعبيره الفني، بوسيلته... التشكيلية . والأمر الثاني، ونعني به المضمون الأخير الناتج عن رحلة التكوين الفني، بعد خروج العمل الفني إلى مرحلة الوجود " (37) . وهنا ينشأ التقابل بين المضمون أو ما يقوله العمل الفني وبين الصورة أو الطريقة التي يقول بها العمل الفني، ومن هنا كانت العلاقة بين الشكل والمضمون .

علاقة الشكل بالمضمون

ان العلاقة المتبادلة بين الشكل والمضمون تعد من القضايا الحيوية في الفن منذ أيام أرسطو، فهي علاقة جدلية اختلف فيها الدارسون كثيراً إلى درجة التناقض، ولا شك ان هذا الخلاف ناتج عن الأهمية التي يلعبها الشكل والمضمون لما يقع على عاتقهما من حمل الرسالة الفنية وهناك رأيان رئيسان يمثلان خصوصية الإحاطة بكل حيثيات هذه القضية . الرأي الأول يفيد بان الشكل شيء يمكن فصله بوضوح عن المضمون، بينما يذهب الرأي الآخر إلى القول اننا نتعامل في تجربتنا المباشرة مع العمل الفني وحدة متكاملة لا يمكن الفصل فيها بين الشكل والمضمون (38) .

ويرى الباحث ان مضمون العمل التصميمي بوصفه مدركاً عقلياً يتطلب لاستيعابه من قبل المتلقي تراكما اجتماعياً وثقافياً مشتركاً، مع التراكم المفاهيمي للمصمم، فالحوار الذي ينشأ بين المتلقي والعمل التصميمي، لا يقوم إلا على أساس هذه الثنائية فهو فكرة في ذهن المصمم عبر عنها بمنجز تصميمي تجسد به المضمون، والذي يتكون من عناصر ذهنية مجردة ويرتبط مع التشكيل البنائي (الشكل)، وبواسطة الشكل اصبح المضمون حقيقة قائمة، وجرى تنشئته والتعبير عنه بصورة موضوعية بواسطة الشكل (39) . فعلاقة الشكل والمضمون في العمل الفني علاقة تلاحم وترابط، ووحدة تجمعها معا سواء أكان هذا العمل فنا موسيقيا أو مسرحيا أو تشكيمياً أو أدبياً، وبذلك فليس بالإمكان فصل الشكل عن المضمون إلا في حالة التعبير عنهما فالمضمون " هو المعنى أو المغزى الداخلي للصورة الفنية في فن من الفنون وبذلك فالعمل الفني هو شكل يمثل المضمون الفكري (40) . وان الشكل هو التركيب المادية أو البناء الشكلي الذي يحد المعنى الداخلي داخل إطاره أو سياجه، في محافظة منه على المحتوى الفكري للمضمون " وبذلك فان علاقة الشكل بالمضمون تشبه هيئة الكلمة ومعناها (41) .

فالعمل الفني هو مزيج من الشكل والمضمون " ان الشكل الحاضن للمضمون، الغائر في خلاياه، إذا أوتي ان يتأق في الحس ويسمو إلى مرتبة المضمون، صار هو نفسه مضمونا ينظم إلى المضمون، يسري في عروقه، يعمقه ويغنيه " (42) .

مما تقدم يرى الباحث ان هناك اصرة متلازمة ما بين الشكل والمضمون تقوى هذه الاصرة بقوة الفكرة المعبرة في الشكل يحتضنها المضمون في ثنايا المنجز التصميمي كلاهما يعبر عن الآخر ضمن علاقة تبادلية بحتة حيث

(36) عيد، كمال، المصدر السابق، ص189.

(37) عيد، كمال، فلسفة الأدب والفن، المصدر السابق، ص288.

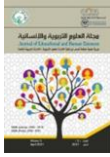
(38) جونسون، ر، الجمالية، ت: عبد الواحد لؤلؤة، موسوعة المصطلح النقدي، سلسلة الكتب المترجمة 53، العراق: منشورات وزارة الثقافة والفنون، 1978، ص22-23.

(39) عدد من الباحثين السوفييات، نظرية الأدب، ت: جميل نصيف التكريتي، بغداد: منشورات وزارة الثقافة والأعلام، 1980، ص45.

(40) فينو غرادوف، أي أي، مشكلات المضمون والشكل في العمل الفني، ت: هشام الدجاني، ب، ت، ص121.

(41) عيد، كمال، جماليات الفنون، المصدر السابق، ص46.

(42) عوض، رياض، مقدمات في فلسفة الفن، ط1، ت: جروس بيرس، طرابلس، لبنان: 1994، ص65.



لا يسعنا فصل المضمون أو الشكل بمعزل عن الآخر فلا يمكن ان نفهم الشكل كبعد مستقل للعمل الفني لأنه سيكون مجرد تركيب عناصر مادية مجتمعة لا تمثل أي شيء وكذلك المضمون فانه مجرد أفكار ليست لها دلالات ثابتة. والمضمون يحدد الشكل الذي يخدم الأفكار الكامنة فيه، والشكل الذي يقع الاختيار عليه لا يصل منفرداً، بل انه تجسيد وتعبير،

الأعلان التجاري:

يعد الإعلان التجاري نشاط اتصالي غير مباشر بين المنتج والمستهلك يساعد على عن الأنشطة الاتصالية الترويجية للخدمات والأفكار للشركات المنتجة للسع بكافة انواعها، ويرتكز الإعلان التجاري على دور اساس يسمى الترويج والذي يعد (نشاط تسويقي ينطوي على عملية اتصال إقناعي يتم من خلالها إبراز المزايا النسبية الخاصة بسلعة أو خدمة أو فكرة أو حتى نمط سلوكي معين بهدف التأثير على أذهان أفراد جمهور معين لاستمالة السلوك الشرائي) 43.

تعتمد الرسالة الإعلانية من حيث صياغة مضمونها على ما يسمى بالمغريات أو الميول أو الدوافع أو الرغبات أو الحاجات، بحيث يخاطب المعلن المستهلك المستهدف معتمداً على المنطق أو العاطفة أو كليهما، ويظهر في الشكل رقم (16) من خلال التوزيع الشكلي للعناصر التيبوغرافية لتصميم الاعلان وعناوين وصور رقمية، حقق المصمم خطاباً اتصالياً من خلال التقوس الشكلي للصور الرقمية والايهام بالحركة الدائرية التتابعية لها كذلك تحقيق الانسجام ما بين القيم اللونية ما بين الارضية ولون النصوص الكتابية فنجده استخدام لون العنوان بقيمة لونية متضادة مع لون الارضية ما اعطى اولوية لاستجابة المتلقي للعنوان يليه عنوان المادة الكتابية لعنوان صور المنتجات الاربعة والذي ياخذ القيمة اللونية البيضاء. وهنا فان احداث الترابط بين الاجزاء المشكلة لمساحة الاعلان اعطت تتابعية قرائية من العنوان الى الصورة الى العبارات النصية الكتابية الاخرى تباعاً من خلال التوزيع الشكلي للصورة الرقمية واستعمال القيم اللونية المختلفة في الفضاء التصميمي بما يتلائم مع العنوان الرئيسي والثانوي والفرعية.

فالإعلان كوسيلة لخطاب اتصالي مزدوج الاتجاه، بمعنى أن المعلن لا يكتفي بإيصال المعلومات إلى المستهلكين، بل عليه كذلك أن يتأكد من أنها قد وصلت بالطريقة والكيفية المستهدفة، وفي الشكل رقم (17) جاءت الفكرة في هذه العينة كمبتكر جديد يطرحه مصمم الاعلان والتي تمثل جوهر العمل الفني الذي تمتد فيه خطوط الخطاب الاتصالي ونسقه ونسيجه والتي هي في النهاية تتعاقد مع التقنية لتكون البناء الاتصالي الذي يكون شكلاً ومضموناً وانفعالاً قادراً على التعبير عن هذه الرسالة الاتصالية فالفكرة هنا جاءت لتوضح الموضوع الاعلاني من خلال اعطاء القيمة اللونية الداكنة السوداء للخلفية لتبرز بدورها العناصر التيبوغرافية، فضلاً عن التوزيع الانشائي التقني على اساس المقطعات المكانية في الفضاء.

نتائج البحث:

من خلال دراسة الموضوع وما طرح من معلومات ونماذج في الأطار النظري تبين للباحث مجموعة من النتائج، فمنها من شكل نتيجة عامة واخرى نتائج مباشرة لهذا البحث وكالاتي:

- (1) يسهم الخطاب البصري الذي يعتمد نوع من الايحاء للاشكال في بناء فكرة الاعلان ومضمونه بايجاد مسارات بصرية متراكبة تشير الى قوة المنتج المعلن عنه.
- (2) تتشكل المفاهيم البصرية من خلال المفردات التيبوغرافية التي ترتبط بمفهوم الفكرة وتجسيدها الشكلي الذي يحقق بعداً اتصالياً ليعزز من مضمونها.
- (3) تعتمد المعرفة البصرية والتلقي على طبيعة الأداء البصري والثقافة في تحليل مفهوم الصورة البصرية ثم اعادة صياغتها من جديد فالمستقبل هو شخص أو جهة التي توجه إليها الرسالة ويستقبلها ويقوم بتفسير رموزها ويحاول إدراك معانيها. وينعكس ذلك على أنماط السلوك المختلفة للمستقبل.
- (4) يحدد المضمون الشكل الذي يخدم الأفكار الكامنة فيه، والشكل الذي يقع الاختيار عليه لا يصل منفرداً، بل انه تجسيد وتعبير، وبذلك تظهر أهمية الشكل، فالمضمون لا يستطيع ان يفتح أو يتنفس أو يعثر على حياة له، ومن ثم يعجز عن إيصال الخطاب الاتصالي محتوياته العقلية والفكرية والثقافية إلى المتلقي.



(5) اعتمد الخطاب الاتصالي من حيث الصياغة الشكلية ومضمونه على ما يسمى بالمغريات أو الميول أو الدوافع أو الرغبات أو الحاجات، بحيث يخاطب المعلن المستهلك المستهدف معتمداً على المنطق أو العاطفة أو كليهما.

الاستنتاجات:

بعد تسجيل النتائج ومناقشتها فان الباحث يؤشر الاستنتاجات الآتية:
1 بسطت التقنية الرقمية في الامكانيات التقنية واساليبها من حيث تعددية الخيارات التصميمية الازهارية واعطاء الفرص الكثيرة في اختيار النموذج الامثل لاختيار المنجز التصميمي النهائي.
2 تنوع الاساليب والانماط التصميمية في المتحقق التقني الرقمي يعزز من الدور الخطاب الاتصالي المعبر عن فكرة المنجز التصميمي لاسيما في حضور تلك المؤثرات الرقمية في برامج التصميم المتعددة، لتعطي طابع الاستمرارية واستجلاء المعلومات بشكل متواصل وغير منتهي وبسهولة.

التوصيات

مع اكتمال النتائج والاستنتاجات يوصي الباحث بما يلي:
(1) دراسة مديات التأثير على واقع ظهور الخطاب الاتصالي بالارتباط الزماني والمكاني ومدى تأثيره على بنية الشكل والمضمون حيث تمثل محور ارتكاز ينبغي الاهتمام به.
(2) ضرورة إطلاع دارسي فن التصميم والمشتغلين به لما انتهت إليه الدراسات الحديثة ومديات التطور الحاصل بمجال الاختصاص، لتوفير فرصة علمية لمعرفة آلية اشتغال الخطاب الاتصالي وتعزيزه لبنية الشكل والمضمون في مجالات التصميم عموماً.

المقترحات

يقترح الباحث القيام بالدراسة الآتية اتماماً للدراسة الحالية:
1. جماليات الشكل والمضمون وارسالياته البلاغية.
2. السميولوجيا الشكلية ودورها البلاغي في مضمون الرسالة الاعلانية.

المصادر

- (1) ابن منظور ، المصدر السابق ، ج (13) ، ص 258 ، 261 .
- (2) ابن منظور ابو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ، لسان العرب ، 2003 ، ج 8 ، ص 120.
- (3) احمد ، الاعلان ، ص 24.
- (4) أحمد، النور دفع الله ، : ، الإعلان، ، دار الكتاب الجامعي، العين، ط ١، الإمارات ، ٢٠٠٥ ، ص 23.
- (5) اسماعيل حماد الجوهري ، معجم مختار الصحاح ، منشورات شركة الاعلامي للمطبوعات ، بيروت ، لبنان، ط 1، 2012، ص 314.
- (6) اسماعيل ملحم ، التجربة الأبداعية، دراسة في سايكولوجية الاتصال والأبداع ، اتحاد الكتاب العرب ، دمشق، 2004، ص 11.
- (7) الإطار : " هو ذلك الحيز الذي توجد فيه الموضوعات التي ندرکها " .
- (8) الاعسم ، عاصم عبد الأمير ، المصدر السابق ، ص 48.
- (9) الاعسم، باسم عبدالأمير، مفهوم الشكل في الخطاب المسرحي، بغداد، المجلة القطرية للفنون، العدد 1، 2001، ص 36.
- (10) انتصار رسمي موسى، الواسطي خليل ابراهيم ، التصميم الرقمي وتقنية الاتصالات الحديثة، دار الفراهيدي للطباعة والنشر ، 2011، ص 78.
- (11) أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، ص ٦
- (12) بدوي ، احمد زكي - ومحمود ، صديقة يوسف ، المصدر السابق نفسه ، ص 515.
- (13) البستاني ، فؤاد افرام ، منجد الطلاب ، ط 22 ، بيروت - لبنان : دار المشرق ، 1986 ، ص 430.
- (14) الجشطالت (Gestalt) : كلمة ألمانية تعني " اقرب ما يكون الصيغة أو الشكل أو النموذج أو الهيئة أو



النمط أو البنية أو الكل المنظم ، كذلك الكل المتسامي ... أو قل هو كل متكامل كل جزء فيه له مكانة ودوره ووظيفته التي يتطلبها الكل " . وقد ظهرت في بداية القرن العشرين ويعتبر ماكس فريتمير بصورة عامة مؤسس النظرية الجشطالدية ، والذي انظم اليه ولفجانج كوهلر وكيرت كوفكا ، راجع ام غازادا ، جورج ، كورسني ريموندجي ، نظريات التعليم دراسة مقارنة ، عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، الكويت : مطبعة الرسالة ، 1983 ، ص236-241.

- (15) جورج ، سانتينا ، المصدر السابق ، ص120.
(16) جونسون ، ر0ف ، الجمالية ، ت : عبد الواحد لؤلؤة ، موسوعة المصطلح النقدي ، سلسلة الكتب المترجمة 53 ، العراق : منشورات وزارة الثقافة والفنون ، 1978 ، ص22-23.
(17) حسن عماد مكاي ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 1998 ، ص12.
(18) الرازي ، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر ، المصدر السابق نفسه ، ص384.
(19) رياض ، عبد الفتاح ، التكوين في الفنون التشكيلية ، ط1 ، القاهرة : دار النهضة العربية ، 1973 ، ص209.

- (20) رياض ، عبد الفتاح ، المصدر السابق ، ص183.
(21) رياض ، عبد الفتاح ، المصدر السابق ، ص217-219.
(22) رياض ، عبد الفتاح ، المصدر السابق ، ص288-289.
(23) رياض ، عبد الفتاح ، المصدر السابق ، ص91.
(24) ريد ، هريبرت ، تربية الذوق الفني ، ت : يوسف ميخائيل اسعد ، ط2 ، 1975 ، ص40.
(25) ريد ، هريبرت ، تربية الذوق الفني ، ص46.
(26) ريد ، هريبرت ، حاضر الفن ، المصدر السابق ، ص41.
(27) ريد ، هريبرت ، معنى الفن ، المصدر السابق ، ص51 .
(28) ريد ، هريبرت ، معنى الفن ، المصدر السابق ، ص65.
(29) ستولنيتز ، جيروم ، النقد الفني دراسة جمالية وفلسفية ، ترجمة : فؤاد زكريا ، بيروت : المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، 1974 ، ص340 .
(30) ستولنيتز ، جيروم ، المصدر السابق ، ص344 .
(31) ستولنيتز ، النقد الفني ، ص396.
(32) ستولنيتز ، جيروم ، النقد الفني ، المصدر السابق ، ص373-374.
(33) ستولنيتز ، جيروم ، مصدر سابق ، ص175.
(34) ستولنيتز ، جيروم ، المصدر السابق ، ص353.
(35) سكوت ، روبرت جيلام ، المصدر السابق ، ص15 .
(36) سكوت ، روبرت جيلام ، المصدر السابق ، ص54 - 56 .
(37) سمث ادوار ، فن مابعد الحداثة ، ت فكري خليل ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، 2000 ، ص45.
(38) سيرزاد ، شيرين احسان ، مبادئ في الفن والعمارة ، بغداد : الدار العربية للنشر ، 1985 ، ص143.
(39) الشال ، عبد الغني النبوي ، المصدر السابق ، ص46.
(40) الشال ، عبد الغني النبوي ، مصطلحات في الفن والتربية الفنية ، ط1 ، المملكة العربية السعودية : الناشر ، عمادة شؤون المكتبات ، جامعة الملك سعود ، 1984 ، ص261.
(41) صالح ، قاسم حسين ، المصدر السابق ، ص126-127.
(42) صالح ، قاسم حسين ، سيكولوجية إدراك اللون والشكل ، سلسلة دراسات 305 ، منشورات وزارة الثقافة والإعلام ، العراق - بغداد : دار الرشيد للنشر ، 1982 ، ص128.
(43) الصحن ، محمد فريد الأعلان ، . الإعلان . ط ١ ، الدار الجامعية للطباعة والنشر الإسكندرية . ١٩٩٧ ، ص53.
(44) الصحن ، الإعلان ، مصدر سابق ص ١٤ .
(45) صلاح فضل ، بلاغة الخطاب وعلم النص ، الشركة المصرية العالمية للنشر - لونجمان ، القاهرة ، ب ت ، ص74.
(46) صليبا ، جميل ، المعجم الفلسفي ، ج2 ، بيروت - لبنان : دار الكتاب اللبناني - مكتبة المدرسة ،



- 1982، ص386 .
- (47) عادل مصطفى ، دلالة الشكل في الاستطيقا الشكلية وقراءة في كتاب الفن ، دار رؤية للنشر والتوزيع ، 2014، ص14.
- (48) العاني ، هند محمد سحاب ، القيم الجمالية في تصاميم اقمشة وازياء الأطفال وعلاقتها الجدلية، اطروحة دكتوراه، غير منشورة ، جامعة بغداد ،كلية الفنون الجميلة.
- (49) العاني، هند محمد سحاب: مصدر سابق ، ص57.
- (50) عباس ، راوية عبد المنعم ، المصدر السابق ، ص359.
- (51) عبد الحميد ، شاكر ، التفضل الجمالي دراسة في سيكولوجية التذوق الفني ، عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، الكويت : 1999 ، ص159.
- (52) عبد العزيز شرف ، نماذج الأتصال في الفنون الأعلام والتعليم، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2003، ص46.
- (53) عبد العزيز شرف: نماذج الاتصالي الفنون والاعلام والتعليم، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2003، ص60.
- (54) عدد من الباحثين السوفيات ، نظرية الأدب ، ت : جميل نصيف التكريتي ، بغداد : منشورات وزارة الثقافة والأعلام ، 1980، ص45.
- (55) عدس ، عبد الرحمن محي الدين ، المدخل إلى علم النفس ، ت : جون رايلي ، ط2 ، قبرص : 1985 ، ص153.
- (56) عدس ، عبد الرحمن محي الدين ، المصدر السابق ، ص153.
- (57) العشماوي ، محمد زكي ، المصدر السابق ، ص154.
- (58) عوض ، رياض ، مقدمات في فلسفة الفن ، ط1، ت : جروس بيرس ، طرابلس ، لبنان : 1994 ، ص65.
- (59) عيد ، كمال ، المصدر السابق ، ص189.
- (60) عيد ، كمال ، جماليات الفنون ، المصدر السابق ، ص46.
- (61) عيد ، كمال ، جماليات الفنون ، المصدر السابق ، ص46.
- (62) عيد ، كمال ، جماليات الفنون ، المصدر السابق ، ص51.
- (63) عيد ، كمال ، جماليات الفنون ، مصدر سابق ، ص49-50.
- (64) عيد ، كمال ، جماليات الفنون ، مصدر سابق ، ص54.
- (65) عيد ، كمال ، فلسفة الأدب والفن ، المصدر السابق ، ص288.
- (66) عيد ، كمال ، فلسفة الأدب والفن ، المصدر السابق ، ص288.
- (67) فنتوري ، روبرت ، التعقيد والتناقض في العمارة ، ترجمة : معاذ عبد علي مهدي ، بغداد : دار الشؤون الثقافية العامة ، 1987، ص20.
- (68) فينو غرادوف ، أي أي ، مشكلات المضمون والشكل في العمل الفني ، ت : هشام الدجاني ، ب، ت، ص121.
- (69) الكامل ، فرج ، تأثير وسائل الأتصال ، الأسس النفسية والاجتماعية ، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص62.
- (70) مالنز ، فردريك ، الرسم كيف نتذوقه وعناصر التكوين ، ت : هادي الطائي ، وزارة الثقافة والإعلام ، بغداد : دار الشؤون الثقافية العامة ، 1993، ص11.
- (71) مايرز ، برنارد ، المصدر السابق ، ص243.
- (72) مجاهد ، مجاهد عبد المنعم ، دراسات في علم الجمال ، عالم الكتاب ، ط2، بيروت : 1986، ص35.
- (73) مجاهد ، مجاهد عبد المنعم ، مصدر سابق ، ص37.
- (74) مجاهد ، مجاهد عبد المنعم ، مصدر سابق ، ص36.
- (75) المصدر نفسه ، ص120.
- (76) المصدر نفسه ، ص127.
- (77) المصدر نفسه ، ص95.



- (78) مطر، أميرة حلمي، مقدمة في علم الجمال، مصدر سابق، ص45.
- (79) معجم المعاني الجامع، <http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar>
- (80) معلا، ناجي، الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان، مصدر سابق، ص49.
- (81) معلا، ناجي، ١٩٩٣ م، الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان، ط ١، ١ م، اسم الناشر: بلا، مكان
- (82) معلا، ناجي، الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان، مصدر سابق، ص5.
- (83) النشر: بلا، ص ٢٩6.
- (84) نفس المصدر، ص111.
- (85) نفس المصدر، ص381.
- (86) نفس المصدر، ص95-96.
- (87) نقلا عن الاعسم، عاصم عبد الأمير، جماليات الشكل في الرسم العراقي الحديث، أطروحة دكتوراه غير منشورة، بغداد: 1997، ص45. عصفور، جابر، مفهوم الشعر في التراث النقدي، المركز العربي للثقافة والفنون، ب. ب، ص447.
- (88) نوبلر، ناثن، حوار الرؤية، مدخل إلى تذوق الفن والتجربة الجمالية، ت: فخري خليل، ط 1، بغداد: دار المأمون للترجمة والنشر، دار الحرية للطباعة، 1987، ص100.
- (89) يونان، رمسيس، دراسات في الفن، القاهرة: المؤسسة المصرية العامة للتأليف والنشر، ب، ت، ص180-181.
- (90) Berndson, Arthur "Art Expression and Beauty", Holt Reinhart and Winston, U.S.A, 1969, P,49.
- (91) Bevin, M. Eliott "Design Through Discovery" Verment Printing and Bending, Capital City Press 1977, P.78.
- (92) G.O, Crik, Olto and Others, "Art Fundamentals Theory and Proactive", Printed in U.S.A, 1962, P.29.
- (93) Ibid, p.18.