

# الخطاب الاتصالي ما بين الشكل والمضمون في الإعلان التجاري

الدكتور فؤاد احمد

## ملخص البحث

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 لا بد ان تتعدد دلالاته ومعانيه واتحاداته من متلقٍ الى آخر، فهو وسيلة ينتهي دورها بمجرد ان يصبح معنى العمل جزءاً عضويًا منه، لا ينفصل عنه، فالمضمون لا يستطيع ان يفتح 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 التصاميم 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 .

## 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 تبعا لتوافر الوسائل والأماكن المتاحة في كل زمان ومكان، لتصبح تمثيلاً وتجسيداً 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 استدلالي 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 اشكالات 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 الناشء 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: خطب: سبب الأمر، تقول: ماخطبك؟  
وخطبت على المنبر خطبةً بالضم، وخطبه 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)

1 اسماعيل حماد الجوهري، 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.

- 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 أيضاً تشاكل الشيطان: شاكل كل منهما صاحبه. 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، او ترتيب أجزائه، أو جانبه " المرئي ". فإننا سنجد شكلاً طالما كانت هناك هيئة، وطالما كان هناك جزء أو أكثر مجتمعان مع بعضهما لكي يصنعوا نسقاً مرئياً " (6).

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

### المضمون (content)

المضمون: لغة

المضمون: المحتوى

شيء مضمون: مكفول

ومضمون الكلام: فحواه وما يفهم منه والجمع: مضمائين

الشكل والمضمون: اللفظ والمعنى،

فارغ المضمون: لا معنى له،

مضمون الكتاب: ما في طيه،

مضمون الكلام / مضمون الجملة: فحواه وما يفهم منه<sup>7</sup>

. 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 طيه " (8).

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

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

ويشير ( البدوي ) بأنه: " ضمن ضمناً: 1- الشيء كفه. 2- الشيء حواه، ضمه. ضمن: داخل الشيء " (11).

(3) ستولنتيز، جيروم، النقد الفني دراسة جمالية وفلسفية، ترجمة: فؤاد زكريا، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1974، ص340.

(4) ريد، هربرت، حاضر الفن، المصدر السابق، ص41.

(5) الشال، عبد الغني النبوي، مصطلحات في الفن والتربية الفنية، ط1، المملكة العربية السعودية: الناشر، عمادة شؤون المكتبات، جامعة الملك سعود، 1984، ص261.

(6) ريد، هربرت، معنى الفن، المصدر السابق، ص51.

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، ص384.

(10) البستاني، فؤاد افرام، منجد الطلاب، ط22، بيروت - لبنان: دار المشرق، 1986، ص430.

(11) بدوي، احمد زكي - ومحمود، صديقة يوسف، المصدر السابق نفسه، ص515.

(12) وعرفه ( عيد ) بأنه : " ... هو المعنى او المغزى او المراد الداخلي للصورة الفنية في فن من الفنون "

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 ليدركه المتلقي.

### الإعلان

لغويًا:

- مصدر للفعل الرباعي " أعلن"، وأصل مادته" علنَ . وتفيد المادة اللغوية للفظ" علنَ "وما اشتق منها في اللغة عدة معانٍ متقاربة، وهي:
- 1 . الإظهار، يقال: علنَ الأمر علوناً، علنَ علناً وعلانية، واعتلنَ: ظهر، وعلنته وأعلنته: أظهرته، وجاء في معجم مقاييس اللغة...: " العين واللام والنون أصل صحيح يدل على إظهار الشيء، والإشارة إليه، وظهوره.
  - 2 . الجهر، يقال: عالنه معالنةً وعلاناً: جاهره، وجاء في لسان العرب: "العلان والمعالنة والإعلان: المجاهرة.
  - 3 . الشبوح والانتشار، يقال: علنَ الأمر يعلن علوناً، وعلن يعلن علناً وعلانية: شاع وظهر، وعلن الأمر علوناً: ظهر وانتشر 15 اصطلاحاً:

عرفه احمد 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.

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

(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 ٦

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 ، ١٠ م، اسم الناشر: بلا، مكان ( النشر: بلا، ص ٢٩٦.

## الفصل الثاني الإطار النظري

### مفهوم الخطاب ودلالاته

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

وتحليلنا دلالات الخطاب ايضاً في تحليله بمنهج وظيفي مجاز للاتجاه البنيوي 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 بالأعتداد 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 ماينبغي 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 لاتقل عن تأثير تلك الرسالة، فكل قول يوجه لمستمع وغالباً مانسى 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 اصال فكرة معينة او التأثير في ميوله ودفعه الى التفكير والتركيز في اتجاه معين يؤثر في اختيار واقتناء ماملن 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 مابين المرسل او المصدر وبين المستقبل او المستفيد ويحتوي على عناصر أو مكونات عملية الاتصال كالمرسل والرسالة والمستقبل، كما يشغل الاتصال اليوم حيزاً كبيراً من 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 محده، 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

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

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 مكايو، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص12.

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

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 لرسالة بصرية مضمونها الفكرة والشكل . ولكي ينجح المرسل في عملية الاتصال، فلا بد من توافر عدد من الصفات التي تساعده في نجاح مهمته كمرسل، **وتتلخص في:** القدرة الابداعية 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 مهارتات التعبير والاحترافية في نقل الرسائل. **الجاهزية** وتتحقق عندما يكون المصمم القائم بالاتصال قريباً من الجمهور من الناحية النفسية والاجتماعية. **والأسلوب أو التقنية** من المهارتات الأساسية الواجب على المرسل مراعاتها أثناء تقديم الفكرة، لأنها تؤثر على اتجاهات وإدراك المستقبل، باستخدام عناصر تجذب انتباهه، وتكون متنوعة لتتلاءم وطبيعة الرسالة أو الفكرة. **اللغة الشكلية** يختار المرسل عناصر بصرية بسيطة تتلاءم مع المستوى الاجتماعي والعلمي للمتلقي في نقل الفكرة.

- **اهمية الاتصال** من وجهة نظر المرسل تتمثل في - نقل المعلومات والأفكار والمفاهيم إلى المستقبل - تدريب وتنمية خبرات أفراد المجتمع بتزويدهم 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 واهدافها.

**فالرسالة هي** الناتج الحقيقي لما أمكن ترجمته من أفكار ومعلومات خاصة بمصدر معين في شكل لغة يمكن تفهمها . والرسالة هي الهدف الحقيقي المرسلها 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 سنأ) من خلال الرسالة الصورية الايقونية

22 انتصار رسمي موسى، الواسطي خليل ابراهيم ، التصميم الرقمي وتقنية الأتصالات الحديثة، دار الفراهيدي للطباعة والنشر ،2011،ص78.

23 عبد العزيز شرف: نماذج الاتصال في الفنون والاعلام والتعليم، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ،2003،ص60.

لجسد طفل صغير محاولة من قبل المصمم لإيجاد خطاب بصري يعتمد نوع من الإيحاء يسهم في بناء فكرة الاعلان بايجاد 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، والاعلانات)، أو سمعية بصرية . فالالاتصال 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 ارسال الرسالة،(ان 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 و مسموعة ومرئية . وترتبط الرسالة موضوع الاتصال مع الوسيلة المستخدمة في نقلها.



شكل رقم 3

٤ - المستقبل - المتلقي و الجمهور / فال مستقبل هو شخص أو جهة التي توجه إليها الرسالة ويستقبلها ويقوم بتفسير رموزها ويحاول إدراك معانيها . ويعكس 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 الاتصال لأنها عملية قياس وتقويم مستمرة

الفاعلية في العناصر الأخرى، ولها دوراً كبيراً في إنجاح عملية الاتصال 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 الاتصال بكل أبعاده . 25 وتظهر في شكل (3) أن المصمم قد اعتمد خطابه الاتصالي من السباغيتي الحار فقد عمد الى تغيير حركة السباغيتي الى حركة تشبه النار وبذلك تم تجسيد الرسالة الاعلانية في ان يظهر المنتج ليترجم حرارة السباغيتي فقد واد المصمم هنا ايقونات اتصالية تعبيرية تؤثر في المتلقي وتؤدي الهدف الوظيفي التسويقي من الاعلان.

ويرى الباحث ان البعد الانشائي 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 الانشائية

**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(ان الشكل الدال significant form ويعنى به في الفنون البصرية تلك التوليفات والتضارفات من الخطوط والألوان، او تلك الحبكة من الخطوط والألوان في المشاهد انفعالياً استظيقاً) 26، وهذا النص البصري من شأنه ان يثير وتتخذ العناصر وضعا معينا 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 او الجسم الحاوي الذي يكون ناتجاً من خلال قوانين موضوعية، في حين يمثل المحتوى الجزء الفكري الذي يمكن ان

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

25 عبد العزيز شرف ،نماذج الأتصال 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.



شكل رقم (5)

نطلق عليه المضمون او المعنى، ويظهر في الشكل (5) حيث اعتمد المصمم نظاماً شكلياً خطياً من خلال انشاء مسارات بصرية للأيقونات المشكلة لفكرة الاعلان تستند الى اتجاه افقي يتمظهر بحركة الايقونات في الفضاء التصميمي للاعلان، لذلك نجد أن كلمة AXE هو تجسيد لشكل العطر كذلك شكل الفتيات يعطي ايحاءاً لمضمون دلالة بصرية لقوة الجذب عند المنتج الذي يتميز برائحة هادئة من خلال استخدام المصمم اللون الاخضر لفضاء 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 تنفصل، 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 هناك تبادلا مابين الشكل الأرضية في عملية الإدراك هذا يعني ان هناك اشكالا وهمية تتوالد

التصميم.

### رشكل رقم 6

الأجزاء، وإدراك الكل سابق على إدراك



اسهل في تذكرها من البعيدة حيث انها بعضها نميل الى أن ندركها وحدة. وتظهر بشكل متقارب في تكوين جمعي حيث شكل دلالة ايحائية عقلية عبر اشارة ايقونية اسهاماً في تكوين تفضيلات للمستهلك ومحدد يتمثل بعمليات التفضيل في عملية المشروب كذلك التأثير في النشاط التسويقي

### شكل رقم 7

للمستهلكين وتحقيق اهداف اعلانية تجارية.

### التمائل (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 .

### الأشكال المغلقة (Closure)

الاشياء الناقصة تدعونا الى ادراكها كاملة والى سد الثغرات أو الفتحات الموجودة فيها للوصول لحالة الثبات الادراكي، والخطوط التي تتصل ببعضها لتحصر بينها مساحة من شأنها ان تشاهد كوحدة واحدة . جاء

### 2. الامتلاء (Pragnanz)

الذي يعني ان الكل اكبر من مجموع الأجزاء (30)

### 3- التقارب: (Proximity)

الزمني و المكاني فالحوادث القريبة اقرب زمانا و الاصوات القريبة من في الشكل رقم (7) المفردات التصميمية مركز السيادة في هذا الاعلان أعطت متمثلة بالشوكة والسكين اشارة الى ودفعه للقيام بعمل او سلوك مقصود الاختيار من بين المنتجات المماثلة لهذا

### 4.



### 5.

CAT PEOPLE

### رشكل 6

(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.





### رشكل رقم 7

المعالجات التصميمية، ومن هنا أصبح الخطاب البصري للعلامة التجارية ينطوي على معنيين اشاري من خلال الحروف المختصرة، ورمزي مف خلال معالجة الخطوط المتوازية واللون الازرق الذي تتسم 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 الادا ركي من خلال قانون الإدراك المتمثل بالاعلاق 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 في ان واحد، فبنية تصميمها انتج اتجاهية افقية متحققة مساراً أفقياً اسس ايقاعاً منتظماً عزز جانب الجذب من جهة والجانب الوظيفي التعبيري من الجهة الأخرى.



### رشكل رقم 9

وبذلك يرى الباحث ان جميع الأشكال، وعلى اختلاف الخامة التي تتشكل منها، تخضع إلى عمل القوانين، وهذا ما أكده (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 فنيا أم أدبيا . يجمع هدف ونية صاحب التكوين الفني في عناصر من المقرر ان تكون واضحة وصریحة من اجل ضمان وصول المضمون إلى الناس (34)

ان المضمون هو المعنى الذي يحمله الشكل وان الفن شكل او صورة او مظهر او ايها م ولا بد من ان يكون معبراً، أي ان الفن شكل تعبيرى 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 اىصال 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.

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

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

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

(34) عيد ، كمال ، فلسفة الأدب والفن ، المصدر السابق ، 288.

وتعد الوحدة التركيبية للمنجز التصميمي هي التي تجمع أفكار المضمون، فالمضمون في العمل لا يكون ما هو عليه



شكل رقم 13

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 بعدا تعزيزياً للفكرة التصميمية وهذه العلاقة تؤسس على وفق تراكب المضمون والشكل، فالمضمون يرتبط بالشكل، واننا حين نشغل على بنيان 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 كائنا جديدا ذا

معنى جديد ليس معنى الأشياء ولا معنى العلاقات بمفردها وهذا المعنى هو المضمون (35).

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 إلباسها 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 متهافتات فكرية " (36).

ويرى الباحث ان حركة التكوين الفني لا تكون إلا من خلال مضمونه، وهي حركة داخلية للعمل الفني المعروف، 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 تختلف فيها الدارسون كثيرا 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 يمتلكان 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 وترايط، ووحدة تجمعها معا سواء أكان هذا العمل فنا موسيقيا أو مسرحيا أو تشكليا أو أدبيا، وبذلك فليس بالإمكان

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

(36) عيد ، كمال ، المصدر السابق ، ص189.

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

(38) جونسون ، ر0ف ، الجمالية ، ت : عبد الواحد لؤلؤة ، موسوعة المصطلح النقدي ، سلسلة الكتب المترجمة 53 ، العراق : منشورات وزارة الثقافة والفنون ، 1978 ، ص22-23.

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

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<sup>(40)</sup> . وان الشكل هو التركيبية المادية أو البناء الشكلي الذي يجد المعنى الداخلي داخل إطاره أو سياجه، في محافظة منه على المحتوى الفكري للمضمون " وبذلك فان علاقة الشكل بالمضمون تشبه هيئة الكلمة ومعناها<sup>(41)</sup> .

فالعامل 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 " <sup>(42)</sup> .

مما تقدم يرى الباحث ان هناك اصرة متلازمة ما بين الشكل والمضمون تقوى هذه الأصرة بقوة الفكرة المعبرة في الشكل يحتضنها المضمون في ثنايا المنجز التصميمي كلاهما يعبر عن الآخر ضمن علاقة تبادلية بحتة حيث لايسعنا 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 منفردا، بل انه تجسيد وتعبير،

#### الأعلان التجاري:



شكل رقم 14

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

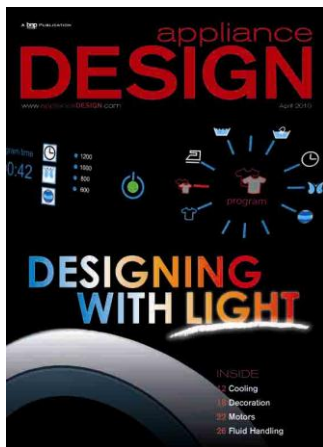


شكل 16

إبراز المزايا النسبية الخاصة خدمة أو فكرة أو حتى نمط معين بهدف التأثير على أذهان جمهور معين لاستمالة السلوك تعتمد الرسالة الإعلانية أو الميول أو الدوافع أو المستهدف معتمداً على المنطق خلال التوزيع الشكلي وصور رقمية , حقق المصمم الرقمية والايهام بالحركة

السراي<sup>(43)</sup> . من حيث صياغة مضمونها على ما يسمى بالمغريات الرغبات أو الحاجات، بحيث يخاطب المعن المستهلك أو العاطفة أو كليهما، ويظهر في الشكل رقم (16) من للعناصر التيبوغرافية لتصميم الاعلان وعناوين خطاباً اتصالياً من خلال التقوس الشكلي للصور الدائرية التتابعية لها كذلك تحقيق الانسجام ما بين القيم

اللونية ما بين الارضية ولون النصوص الكتابية فنجد 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.



شكل رقم (17)

فالإعلان كوسيلة لخطاب اتصالي مزدوج الاتجاه، بمعنى أن المعن 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

(40) فينو غرادوف ، أي أي ، مشكلات المضمون والشكل في العمل الفني ، ت : هيث

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

(42) عوض ، رياض ، مقدمات في فلسفة الفن ، ط1 ، ت : جروس بيرس ، طرابلس ، بسب . 1994 ، ص 30.

43 معل، ناجي، الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان، مصدر سابق، ص5.

العناصر التيبوغرافية، فضلاً عن التوزيع الانشائي التقني على أساس المقطعات المكانية في الفضاء.

#### نتائج البحث:

- 1) من خلال دراسة الموضوع وما طرح من معلومات ونماذج في الأطار النظري تبين للباحث مجموعة من النتائج، فمنها من شكل نتيجة عامة وأخرى نتائج مباشرة لهذا البحث وكالاتي:  
يسهم الخطاب البصري الذي يعتمد نوع من الإيحاء للأشكال في بناء فكرة الإعلان ومضمونه بإيجاد مسارات بصرية مترابطة تشير إلى قوة المنتج المعلى 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 إعادة 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 يتفتح 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 المعلى 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 الاظهارية 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 واستجلاب 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 الأهتمام به.
  - 2) ضرورة إطلاع دارسي فن التصميم والمشتغلين به لما انتهت إليه الدراسات الحديثة ومديات التطور الحاصل بمجال الأختصاص، لتوفير فرصة علمية لمعرفة آلية اشتغال الخطاب الاتصالي وتعزيزه لبنية الشكل والمضمون في مجالات التصميم عموماً.

#### المقترحات

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

قائمة المصادر

المصادر العربية

- (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 الأعلامي للمطبوعات ، بيروت ، لبنان، ط 1، 2012، ص 314.
- (6) اسماعيل ملحم ، التجربة الأبداعية، دراسة في سايكولوجية الأتصال 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) الأعسم، 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 الأتصالات 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 فرتيمر بصورة عامة مؤسس النظرية الجشطالية ، والذي انظم اليه ولفجانج كوهلر وكيرت كوفكا ، راجع ام غازادا ، جورج ، كورسني ريموندي ، نظريات التعليم دراسة مقارنة ، عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، الكويت : مطبعة الرسالة ، 1983 ، ص 236-241.
- (15) جورج ، سانتيانا ، المصدر السابق ، ص 120.
- (16) جونسون ، روف ، الجمالية ، ت : عبد الواحد لؤلؤة ، موسوعة المصطلح النقدي ، سلسلة الكتب المترجمة 53 ، العراق : منشورات وزارة الثقافة والفنون ، 1978 ، ص 22-23.
- (17) حسن عماد مكاوي ، الأتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 1998، ص 12.
- (18) الرازي ، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر ، المصدر السابق نفسه ، ص 384.
- (19) رياض ، عبد الفتاح ، التكوين في الفنون التشكيلية ، ط 1 ، القاهرة : دار النهضة العربية ، 1973 ، ص 209.
- (20) رياض ، عبد الفتاح ، المصدر السابق ، ص 183.
- (21) رياض ، عبد الفتاح ، المصدر السابق ، ص 217-219.
- (22) رياض ، عبد الفتاح ، المصدر السابق ، ص 288-289.
- (23) رياض ، عبد الفتاح ، المصدر السابق ، ص 91.
- (24) ريد ، هربرت ، تربية الذوق الفني ، ت : يوسف ميخائيل اسعد ، ط 2، 1975 ، ص 40.
- (25) ريد ، هربرت ، تربية الذوق الفني ، ص 46.
- (26) ريد ، هربرت ، حاضر الفن ، المصدر السابق ، ص 41.
- (27) ريد ، هربرت ، معنى الفن ، المصدر السابق ، ص 51 .
- (28) ريد ، هربرت ، معنى الفن ، المصدر السابق ، ص 65.

- (29) ستولنيتز ، جيروم ، النقد الفني دراسة جمالية وفلسفية ، ترجمة : فؤاد زكريا ، بيروت : المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، 1974 ، ص340 .
- (30) ستولنيتز ، جيروم ، المصدر السابق ، ص 344 .
- (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 ، ص 15 .
- (36) سكوت ، روبرت جيلام ، المصدر السابق ، ص54 – 56 .
- (37) سمث ادوار، فن مابعد الحداثة ،ت فخري 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) صليبيا ، 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 السوفييات ، 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 الاتصال ، 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 ٢٩٦.
- (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، ناثان ، 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.

#### المصادر الانكليزية

- (1) Berndson, Arthur "Art Expression and Beauty", Holt Reinhart and Winston, U.S.A, 1969, P,49.

- (2) Bevin, M. Elliott "Design Through Discovery" Vermont Printing and Bending, Capital City Press 1977, P.78.
- (3) G.O, Crik, Olto and Others, "Art Fundamentals Theory and Proactive", Printed in U.S.A, 1962, P.29.
- (4) Ibid, p.18.