



كلية التربية الفنية

دور الملصق الإرشادي في تغيير  
ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر

**Role of Guidance Poster in Changing  
the Individual Towards Others Acceptance**

م.د. ثناء سعد علي شلبي  
Dr / Thanaa Saad Aly Shalaby

## دور الملصق الإرشادي في تغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر Role of Guidance Poster in Changing the Individual Towards Others Acceptance

م.د. ثناء سعد علي شلبي  
Dr / Thanaa Saad Aly Shalaby

### خلفية البحث:

يعتبر الملصق الإرشادي صورة من صور الإعلان التي تهدف إلى نشر الرسالة الإعلانية عن طريق إقناع الجمهور وحثه على تقبل مجموعة من الأفكار والمعلومات. كما أن له دور رئيس في تنمية الوعي الثقافي، والاجتماعي، والسياسي لدى الأفراد، ورفع مستوى الذوق العام، فهو قيمة إبداعية بمقومات بصرية ووجدانية، لما له من أهمية في تعميق الثقافة البصرية مجتمعيًا، حيث يُعتبر من وسائل الاتصال الهامة والضرورية، التي ارتبطت بمعطيات القيم الفنية و الأدائية الاتصالية التي تمثل الدعامة الأساسية والهامة في تعميق دورها الثقافي المجتمعي، باعتبار أن الدور الذي يمثله مجال الاتصال هو المساهمة الفعالة في تنمية الفرد والمجتمع وارتباطه الوثيق بالتطور التكنولوجي، حيث أثر بأساليبه وتقنياته في نمو الوعي البصري لدى الأفراد.

كما يُعد الملصق أحد الوسائل البصرية التي يمكن استخدامها لتغيير سلوك الفرد، حيث يؤثر بالإيجاب في الارتقاء بأخلاق وسلوك الآخرين. ولقد نمت دوره وبدأ يؤثر تربويًا في المجتمع وبالتالي يمكن القول بأن الملصق أصبح له دور في تنمية وتهذيب سلوك الأفراد في المجتمع، لأنه يعلم، وينشط، ويتساءل ويقنع.<sup>(١)</sup>

### مفهوم الملصق Pooster concept

هو عبارة عن صفحة مطبوعة من الورق أو الورق المقوى، تعرض في مكان عام وتنقل معظم الملصقات رسالة بسيطة تجمع بين الكلمات والرسوم أو الصور، وقد تعلن الملصقات عن أحداث معينة أو تهدف إلى تبليغ رسالة سياسية أو اجتماعية أو ثقافية<sup>(٢٣)</sup>. فهو وسيلة لتوصيل فكرة محددة أو مفهوم معين باستخدام وسائط عديدة منها: " الصورة و الكتابة و الرسوم"<sup>(٢٤)</sup>.

أنواع الملصق : وللملصق بشكل عام نوعين أساسيين هما..

(١) الملصق الداخلي: وهو يستعمل عادة داخل المباني أو القاعات أو داخل الفصول الدراسية وهو يحتوي على عدد كبير من المعلومات المكتوبة وقليل من الصور مثل (جدول - وملصقات تحصين الأطفال).

(٢) الملصق الخارجي: وهو على النقيض من الملصق الداخلي حيث يعتمد بشكل رئيس على الصورة ويستعمل خارج المباني وعلى الطرقات، ويشترط فيه الوضوح والبساطة واستعمال الأحرف الكبيرة.<sup>(٢٥)</sup>

أولاً : أنواع الملصق من الناحية الوظيفية

ويمكن تصنيف أنواع الملصقات من خلال الاعتماد على بعض الدراسات كالتالي :  
(أ) الملصقات الإخبارية الإعلامية: يهدف هذا النوع من الملصقات إلى تقديم بعض الحقائق عن خبر أشيع أو حادثة وقعت، وهي تقدم الحقائق أو التصورات عن المستقبل، وبالتالي فهي تحذر سلفاً من الأخطار المستقبلية، ويتسم هذا النوع بصعوبة الإعداد لرسائله، لأنها تخاطب كافة العقول باختلاف مستوياتها الذهنية والإدراكية وخلفياتها الاجتماعية والاقتصادية.

(ب) الملصقات التعليمية الإرشادية<sup>(٢٦-٢٥)</sup>: يهدف هذا النوع من الملصقات إلى نشر المعلومة والرسالة التعليمية وتطبيقها من جانب المتلقي في أقل وقت، وتتميز بالبساطة والوضوح في نقل الفكرة أو الرسالة مع تأكيد المحتوى التعليمي التربوي.  
(ج) الملصقات التذكيرية: يهدف هذا النوع من الملصقات إلى توصيل بعض الأفكار التربوية والاجتماعية بسيطة المفهوم عميقة الفكر، وتتميز باختصار الحروف واستخدام الكلمات ذات المعاني المؤثرة التي لها وقع على النفس حيث تظل ثابتة في الذهن لفترة طويلة ويمكن استخدام أساليب شعرية يتم تذكرها بسهولة.

ثانياً : أنواع الملصق من ناحية طرق ووسائل تنفيذه:

(١) الملصقات الورقية المطبوعة: يتميز هذا النوع بالكلمات القليلة في جملة واحدة مركزة تشغل مركز مساحة الملصق ، كما يتميز بلغته الأقرب للأسلوب التلغرافي ، من ناحية أخرى فإنه يتميز بتنوع أحجامه<sup>(٢٦-٣)</sup>.

(٢) **ملصقات الطرق:** يتميز هذا النوع من الملصقات بتنوع أحجامه وتصميمه ويمكن اعتباره أحد أنواع اللافتات. ويلعب السياق البصري الذي يتواجد فيه الملصق دورًا كبيرًا في فاعليته، حيث أنه عادة ما يؤخذ في الاعتبار مقاسها ليناسب مع الموقع العام، فاللافتات المقامة في طرق السفر تكون أكبر حجمًا من تلك التي تقام داخل المدن، ومن ناحية أخرى فإن هذا النوع يتميز بإمكانية توصيل الرسالة في أسرع وقت بأعلى كفاءة (٢٠٦-٤).

(٣) **ملصقات وسائل النقل العام** (١٧-٣): عادة ما يوجه هذا النوع إلى مرتادي وسائل المواصلات من حيث أسلوب المخاطبة والموضوعات التي يتضمنها وتتميز بأنها متحركة وغير ثابتة .

(٤) **الملصقات المضيئة:** تعتبر من أكثر الأنواع الأربعة تكلفة، وعادة ما تُصمم بحيث تلفت الانتباه، وتتميز بتنوع تصميماتها وأشكالها وإضاءتها الجذابة (٢١٧-٤). وكما أن الإعلان وسيلة من وسائل الاتصال المرئية التي تستخدم عناصر الاتصال وهي الكتابات والرسوم والصور - لتتزاوج مع فكر وثقافة الفنان والمصمم وأسلوب أدائه على مسطح العمل الفني ليعكس فكره بأسلوب مغاير لما هو معتاد عليه، ويكسب أسلوبه مذاق بصري يحمل سمات وخصائص جديدة في منتجه الفني- حيث تسعى إلى توصيل ما يتضمنه من رسالة إعلامية إلى أكبر عدد من المستقبلين المتعلمين وغير المتعلمين، فإن عملية الاتصال (٥٤-٥) التي يقوم بها الإعلان توجه إلى الجمهور المراد الاتصال به، بمختلف الفئات كالعامل والمتقنين والفلاحين. وغيرهم..

#### دور الاتصال في وسائل الإعلان :

يرى بعض العلماء أن كلمة اتصال تعني كافة العمليات التي تؤدي إلى التأثير المتبادل بين الأفراد في مجتمع ما، و أن هناك من يقصد بها الوسائل التكنولوجية التي تتفاعل بشكل ديناميكي مع المتلقي. ومن ناحية أخرى يُعرّف البعض الاتصال بأنه عملية يقوم فيها الشخص بنقل رسالة تحمل المعلومات أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين عن طريق الرموز (٥٧-٥).

وفي تحليل لمفهوم الاتصال قام به "مارك ناب MARK NAB" إن كلمة اتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز، وهذه الرموز قد تكون حركات أو صور أو لغة تعمل كمنبهات للسلوك و لذلك تعتبر عملية الاتصال هي تلك العملية الخاصة بتقبّل المعلومات من المرسل إلى المستقبل على أن تكون هذه المعلومات مفهومة وواضحة للمستقبل في صورة رسالة تمثل نوع ومقدار المعلومات التي يرغب المرسل نقلها وتوصيلها إلى المرسل إليه ومن المتبع أن النشاط الإعلاني لا ينتهي بمجرد إرسال المعلومات إلى الأفراد عموماً، ولكن أولاً وقبل كل شيء إلى الأفراد المقصودين والمستهدفين، وأن الأهم أن تصل إليه المعاني الصحيحة التي قصد المعلن إرسالها إليه<sup>(٦-٢٩٧)</sup>.

من خلال التعرض للمصق ومفهومه وأنواعه والهدف منه وكذلك التعرف على دوره في المجتمع المعاصر، ومن خلال التعرض لمفهوم الاتصال، يمكن استنباط بعض المفاهيم المتعلقة بالملصق كوسيلة اتصال إقناعية. فالاتصال الإقناعي كمفهوم عبارة عن مزيج بين كلمتي الاتصال والإقناع، ويمكن تعريفه بأنه ذلك الاتصال الذي يحدث عندما يوجه المعلن رسائله الإعلانية لإحداث تأثير على اتجاهات وسلوك مجموعة من الأفراد، وهذا التعريف يمكن إرجاعه إلى التعريف الخاص بالإقناع من حيث أنه اتصال موجه ومادف إلى التأثير في الاختيار واتخاذ القرار، ولذا نجد أن الملصق أحد وسائل الاتصال الجماهيري والإقناعي المؤثر، و تقترح العديد من الدراسات في مجال الإقناع والاتصال أن هناك مجموعة من الأسس اللازمة لنجاح الملصق كوسيلة اتصال إقناعية<sup>(٧-١٥٥)</sup>، وهي كالتالي:

- ١) أن يكون الملصق هادفاً يحمل رسالة محددة واضحة المعالم.
- ٢) أن يفهم مُصمم الملصق الرسالة وعناصرها بدقة.
- ٣) أن تكون الرسالة قابلة للتصديق.
- ٤) أن تكون الدعوة متمشية مع احتياجات المتلقين (المستقبلين).
- ٥) أن تتفق رسالة الملصق وطرق تنفيذه مع قيم المتلقي وخلفياته الثقافية والاجتماعية.

٦) أن تكون الدعوة ملائمة لظروف المتلقي (٥-٦). وهناك من يرى أن الإعلان المُقنع لجمهور المشاهدين "يجب أن يكون بسيطاً في تكوينه، وأسلوبه مباشراً للجمهور، كما يجب أن يعطي المعلومة في وقت قصير، وأن تكون رسالته صادقة وصريحة كما يجب أن تكون فكرة الإعلان مبتكرة (٨-٣٧٦) وأن تكون رسالته مؤثرة وفعالة لكي تساعد في تغيير سلوك الأفراد، وتحقيق الهدف منه.

مشكلة البحث: تتمركز مشكلة البحث حول كيفية تفعيل دور الملصق في تنمية الوعي بالثقافة البصرية والذي يُعد تنمية جمالية و إبداعية، وتفعيل دوره في نشر الوعي الثقافي والمجتمعي نحو تقبل الآخر.

فرض البحث: يمكن الاستفادة من الملصق الإرشادي في تغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر.

أهمية البحث: تكمن أهمية البحث في تعميق الثقافة البصرية المجتمعية بقيمتها الإبداعية للوصول إلى قيم وثقافات مجتمعية تجعلنا نتعايش ونقبل الآخر .  
هدف البحث: يهدف البحث إلى تفعيل دور الملصق كأحد وسائل الاتصال البصري وكقيمة إبداعية لها تأثيرها المجتمعي في تغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر.  
منهجية البحث: يتبع البحث المنهج الوصفي والمنهج التجريبي .  
الإطار النظري:

إن حقيقة تعميق الثقافة البصرية مجتمعياً منسوبة إلى القيمة المضافة للصورة البصرية التي تعكسها، "فنون الجرافيك Graphic arts" بوجه عام والملصق الإرشادي بصفة خاصة كأحد مجالات التأثير الثقافي البصري في المجتمع ليس فقط كقيمة إبداعية بمقومات بصرية ووجدانية لكن أيضاً بتنمية الوعي الثقافي الاجتماعي والسياسي لدى المتلقي والمساهمة في تعديل سلوك الأفراد.

كما أن فن الملصق من الفنون القديمة التي ارتبطت بالإنسان وبيئته ارتباطاً وثيقاً، وهي رغم اختلاف أنماطها التشكيلية وتعدد طرق إخراجها وعرضها على جمهور المستقبلين، وكذلك تباين اتجاهاتها الخدمية، فهي مرتبطة بثقافة المجتمع المحيط بها والبيئة التي أفرزتها، وتعمل على حل مشاكلها وتسعى بالارتقاء بسلوكيات أفرادها، والملصق وسيلة من وسائل الإعلان والإعلام التي ترتبط أيضاً

بالتقافة العالمية بمعناها الشامل بما تحويه هذه الثقافة من تيارات ومذاهب فنية وفكرية متطورة تفيد في حل المشكلات الاجتماعية والبيئية المتواطنة، ورغم هذا الإسهام الإعلامي والإعلاني من جانب الملصقات في الإرشاد والتوجيه وتعديل سلوكيات

الأفراد (١٣٦-٢). إلا أن الباحثة ترى أن لفن الملصق الإرشادي دور أكثر تميزاً كوسيلة

اتصال لها دور فعال في تغيير وتعديل سلوكيات الأفراد.

ويمكن حصر تميز هذا الدور في النقاط التالية:

الملصق يروج لمبادئ وأفكار تربوية حسنة تجاه تعديل سلوك الآخرين.

الملصق يفرس عند الأفراد عادات مفيدة في تغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر.

الملصق الإرشادي يقرب وجهات النظر بين طبقات الشعب المختلفة .

الملصق الإعلاني يتميز عن وسائل الإعلان الأخرى أنه يطالع عين المشاهد أغلب

ساعات اليوم وهذا لا يتوفر لكثير من وسائل الإعلان الأخرى.

ويتضح لنا مما سبق أن التكوين العام للإعلان يلعب دوراً نفسياً من حيث

الإحساس والإيقاع الناتج عن تنوع وتوزيع العناصر من داخل الوحدة الإعلانية

ويتضمن علاقة الخطوط والمساحات والأشكال و الكتل والحركة والأفكار

والخبرات والألوان وتأثيرها، كذلك توزيع وتناسق المساحات واستعمال الصور

والرسوم والفئة المستهدفة بالرسالة، وبذلك تصبح القيم الجمالية المكتسبة لدى

ال جماهير شكلاً من أشكال الثقافة المكتسبة لاشعورياً من خلال محتويات الإعلان

ومكوناته الجيدة كما أنه يوضح أهمية الملصق كوسيلة فنية ذات اتصال جماهيري

كبير (١٣٨-٢)، لها تأثيرها البالغ في الحياة السلوكية للفرد نحو تقبل الآخر، ويقدر

الارتقاء بهذا السلوك، يكون قد ساهم في حل مشكلات مجتمعية، ونتيجة لذلك لابد

وأن يتبادر للذهن كيف يستخدم الملصق للتصدي لمشكلة عدم تقبل الآخر؟

إن المحاور الفكرية لطبيعة هذا السؤال لها علاقة وثيقة بثقافة الأفراد التي تأتي

من خلال التماور والتعامل واحترام الآخر. وعليه فإن لدراسة مشكلة البحث

والإجابة على التساؤل المطروح، قد حددت الباحثة أربعة محاور فكرية استطاعت

من خلالهم تناول أبعادها بطريقة موجزة مستخدمة مهارات وتقنيات فن توجيه الملصق الإرشادي من حيث كونه وسيلة اتصال إعلانية حيث جاءت المحاور كالتالي :

#### المحور الأول : دراسة أسباب عدم تقبل الآخر

لعل ثقافة عدم تقبل الآخر هي من السلوكيات السلبية التي ظهرت مجتمعياً وأصابت أفراد المجتمع المصري. وهي في مجملها تعتبر ظاهرة دخيلة على مجتمعنا بسبب الثقافات الواردة إلينا وغيرها، حيث أن المجتمع المصري معروف عنه، حسب واحترام الغير، ولذلك رأت الباحثة أنه من الضروري توضيح أسباب ظهور تلك السلوكيات السلبية ، وحصرت هذه الأسباب في الآتي:

- ١- الفوارق المجتمعية المصنوعة.
  - ٢- القهر: هو نوع من السيطرة والهيمنة على الغير دون وجه حق .
  - ٣- نفوذ السلطة: هي الاستغلال الغير حكيم والاستفادة بكل الطرق بما يمتلكه الفرد من نفوذ دون مراعاة لمصلحة الآخرين.
  - ٤- القيادات الظالمة: هي تلك القيادات التي تعطي لنفسها الحق في اتخاذ كل القرارات سواء كانت بتعسف أو غير ذلك.
  - ٥- الثقافات الواردة لتفتيت قوى المجتمع والتي يتم بثها من الخارج من خلال وسائل عديدة .
  - ٦- المشكلات الحياتية.والتي يكون لها دور ضار وسلبى في علاقة الفرد بالآخر .
  - ٧- عدم الحوار حيث يفتقر بعض الأفراد الى ثقافة الحوار التي تلعب دور في تقارب وجهات النظر من أجل الوفاق المجتمعي.
- إن عدم التوافق نتيجة لكل ما سبق يخلق نوعاً من السلوك السلبى ويصبح الفرد بمعزل عن الآخرين ومن هنا يأتي الصراع الدائم والمستمر حيث يسعى كل فرد لتحقيق أهدافه دون مراعاة توافق هذه الأهداف مع المبادئ المجتمعية والقيم والسلوكيات، بل والقوانين، لذا توضح الباحثة ثقافة الحوار ومنطلقاته



- ٢- ألا أضع شروطاً مسبقة قبل الحوار وتفهمي للآخر.
  - ٣- ألا أضع سائراً أو حاجزاً قبل التفاهم بيني وبين الآخر.
  - ٤- من الضروري ألا يكون هناك شعور بالتفاخر بأنني أفضل من الآخر.
  - ٥- أن توجد قنوات حقيقية شرعية للتواصل مع الآخر وأن يتم تفعيلها.
  - ٦- أن الإعلان الجيد يجب أن يعنى بأسس الحوار وثقافته ومنطلقاته حتى يكون قادراً على التأثير الإيجابي في تعديل سلوكيات أفراد المجتمع، وتقبل الآخر.
- المحور الثاني: استخدام الملصق الإرشادي كوسيلة إعلانية إعلامية لتغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر

- لقد اعتبر فن الملصق كأحد الفنون التي أدت إلى نشر الثقافة والوعي الاجتماعي والتأثير على سلوكيات الأفراد في مختلف المجالات والأنشطة المتعددة، ومن هنا يجيء دور الملصق الإرشادي في الارتقاء بسلوكيات الأفراد ويساعدهم على تقبل تعديلها، حتى نصل بهم إلى أن يكونوا أفراداً صالحين ومتحضرين ولكي نصل لذلك، لا بد أن نراعي العوامل الآتية:-
- ١- نوعية الجمهور الموجه له الملصق تحديداً دقيقاً الأمر الذي يترتب عليه إتمام عملية الاتصال.
  - ٢- تحديد الأهداف التي يهدف الملصق إلى تحقيقها حتى يؤدي إلى زيادة كفاءة الملصق وتأكيده فاعليته.
  - ٣- الوسيلة الإعلانية المزمع استخدامها مع التأكيد على الأساليب الفنية المستخدمة في إعداد الملصق، حيث أن هناك دلالات رمزية في الفنون التشكيلية للتعبير عن الآخر كالألوان والأشكال .
- الألوان : حيث الاختلاف بين الألوان يعبر عن مجموعة آراء متباينة بعدد الألوان، لأن كل لون له مدلوله يختلف عن غيره من الألوان .
- الأشكال : هناك العديد من الأشكال والتي تنتمي إلى أنماط مختلفة كالأشكال الهندسية والعضوية والتي تجمع بين العضوي والهندسي وكل منها له مدلول في التعبير عن الهوية، مما يؤدي إلى إحداث التأثير النفسي والسلوكي لدى الأفراد.

المحور الثالث : الأهداف النفسية للرسالة الإعلانية للملصق الإرشادي في ضوء

#### المفاهيم السلوكية

أثبتت الدراسات المختلفة أن الملصق الإعلاني له بعض الأهداف النفسية الأساسية والتي من خلالها يمكن تحقيق فاعلية الملصق الإرشادي في إحداث التغييرات السلوكية المطلوبة من أفراد المجتمع وأهم هذه الأهداف :-

١- جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بمحتوياتها.

٢- تثبيت الإعلان أو تذكره.

٣- إثارة الرغبات (الدوافع).

٤- الإقناع والاستيعاب (٣٠١-٦).

وتتداخل تلك الأهداف النفسية لرسالة الملصق الإرشادي مع بعضها البعض بحيث يصعب فصل كل منهما عن الآخر أو تحديد الوقت الذي يستغرقه كل هدف، كما يشتمل كل هدف من هذه الأهداف على طرق متعددة لتحقيقه، بحيث تتكامل هذه الطرق وتؤدي إلى تحقيق الهدف النهائي للملصق. ولتحقيق ذلك لابد من مراعاة أصول ومبادئ الملصق الإرشادي (٥-١١).

المحور الرابع : المعايير والأسس المؤثرة على فاعلية الملصق الإرشادي

يُعتبر الاهتمام بالنواحي الثقافية و الفنية لتصميم الملصق الإرشادي من أهم الخطوات التي تساعد على تنمية الوعي لدى الأفراد والباحث. سوف نتناول الأسس والمعايير المؤثرة على فاعلية التصميمات الخاصة بالملصق الإرشادي بصورة مختصرة لاستخلاص المعايير والأسس التي سوف تبنى عليها الجزء التطبيقي الخاص بالبحث، وهي على النحو التالي..

أولاً: الثقافة البصرية: تعتبر الثقافة بمعناها الاثنوجرافي هي "ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والعقائد والفنون والأخلاق والقوانين والعادات وكل المقدرات". ويمكن التمييز بين نوعين من الثقافة هما :

(أ) ثقافة لامادية: وتشمل مظاهر السلوك التي تتمثل في عادات والتقاليد، والتي تعبّر عن المثل والقيم والأفكار والمعتقدات في كيفية تقبل الآخر وانتشار ثقافة الحوار لتحقيق التآلف والتعايش المجتمعي السليم

ب) ثقافة مادية: ويشمل كل ما يصنعه الإنسان في حياته العامة، وكل ما ينتجه العمل البشري من أشياء ملموسة، وكذلك كل ما يحصل عليه الناس عن طريق استخدام فنونهم التكنولوجية (١٠-٣٣).

والفن كأحد عناصر المنظومة الثقافية: والتي أكد بعض المفكرين على أنها تشمل الفنون والموسيقى، كما تشمل أيضًا القيم والقواعد المجتمعية، وآرائها في الخير والشر، واللغة والدين، وغيرها (٢٦-٤١).

والمنظومة الثقافية هي الطاقة المحركة لتاريخ أي مجتمع في إطار جغرافية وجوده، إذ تحوي المخطوط، والمحفور، والمرسوم، والمدون، والمقول فتشكل هوية هذا المجتمع وخصائصه، وتحدد رؤيته للعالم، وتكشف عن نسق قيمه المعيارية بين المقدس والمدنس في علاقاته ونظام وجوده، وإيقاعات اتصالاته وامتناد علاقاته المتفاعلة بالآخر، ومجالات انفعالاته وأشكال وعيه وبنية خياله (١١-١٣).

مما سبق يتضح مكانة الفن إلى جانب العادات والتقاليد والقيم كمفردات للمنظومة الثقافية. كما يتضح أيضًا الدور الاجتماعي الذي يلعبه الفن كأحد العوامل الثقافية وهو الدور التربوي.

ويتضح من معنى التثقيف بالفن أن الثقافة هي الهدف والغاية التي يسعى الفن إلى إعلاؤها داخل إطار المجتمع وتوظيف إمكانات التربية الفنية في خدمة مؤسسات المجتمع وذلك من خلال إتاحة الفرصة لإعداد كوادر من خريجي التربية الفنية للقيام بهذا الدور.

ثانياً: طبيعة الثقافة البصرية

تشير "سرية صدقي" (١٢-١٦) Sarya Sdky إلى أن أهداف التربية الفنية قد اتخذت اتجاهات متعددة وتطورات لتواكب مجريات التقدم في المجتمع، حيث اتجهت أهدافها نحو مشاركة الأفراد في مشكلات وأنشطة اجتماعية تتدرج تحت مواقف مهينة مسبقاً، مع التركيز على رفع الكفاءة في الرؤى التحليلية والتأملية

## ٢ - التعلّم البصري : Visual Learning

يُعرف (سيلز - Seels) التعلّم البصري بأنه " التعلّم من المرئيات أو البحث في تصميم المرئيات من أجل التعلّم " <sup>(١٥)</sup> ويرتبط التعلّم البصري بتعلّم المفاهيم حيث تُعد أحد المكونات الأساسية العامة للبنية المعرفية، كما أن تعلّم المفاهيم يُعد هدفًا تربويًا هامًا في جميع المراحل التعليمية <sup>(٢٠)</sup> .

كما يشير (هانسون - Hanson) إلى أن مهارات الثقافة البصرية والتي من بينها قدرة الفرد على ترجمة النص اللفظي إلى شكل بصري يرتبط ارتباطًا مباشرًا بالنجاح الأكاديمي للفرد <sup>(٢١)</sup> .

## ٣ - الاتصال البصري : Visual Communication

يُعرف (سيلز - Seels) التعلّم البصري بأنه " استخدام الرموز البصرية للتعبير عن الأفكار أو نقل المعنى " وتأتي عملية الاتصال البصري كنتيجة للمكونات السابقة والتي تشمل الإدراك والتفكير والتعلّم البصري، والتي تعتمد أيضًا على فهم الفرد للرسائل العديدة المحيطة به.

وتسعى التربية الفنية المعاصرة إلى تأكيد الثقافة من خلال دراسة الفن وتعني الثقافة في هذا المجال هو تكامل المعرفة والمهارات والاتجاهات والمفاهيم حيث تتكامل في وحدة واحدة لتؤثر في سلوك الفرد وتجعل له خبرة خاصة وطابعًا فريدًا، كما تتكوّن لديه المعايير السليمة للحكم على الأشياء، فإذا كانت الثقافة تحافظ على التوازن العقلي للفرد، فإن الفن يحافظ على التوازن الأخلاقي للمجتمع <sup>(٢٦)</sup> .

## أ) دور اللون والشكل للتعبير عن الآخر في الملصق الإرشادي

١٠) الدلالات الرمزية للون: يعتبر اللون عنصر بصري يعمل على إظهار جوانب العمل الفني وهو عنصر تعبيرى لما لديه من تأثير في مشاعر وأحاسيس المشاهد والتعبير عن الفنان، كما أن له علاقات ترابطية متباينة ومتوافقة ومتكاملة ذات إيقاع <sup>(٢٦-١٤)</sup>، بالإضافة إلى وحدته التي تساعد في بناء وصياغة الملصق وتحقيق

الهدف منه في صورة معادل موضوعي منظم ذو قيمة فنية وجمالية، كما أن له دلالات رمزية يفسرها العلماء والمتخصصون كالألوان: اللون الأخضر: يرمز للهدوء ويعطي نوعاً من التوازن النفسي كما يرمز للتسامح والتفاهم.

اللون البرتقالي: يرمز للحبوية والانطلاق والبهجة. والتفاعل مع الآخرين اللون الأصفر: يعتبر رمزاً للضوء والثراء ويمكنه شحن صاحبه بالحبوية والقدرة على الإبداع، والعطاء .

اللون الأحمر: يرمز للطاقة والحبوية والشجاعة ويحث على النشاط، والتآلف.

اللون الأزرق: يرمز للهدوء وللمعاني المطلقة ويشير إلى الحب والحياة.

اللون البني: يرمز للتماسك والصلابة والهدوء.

اللون الأسود: يرمز للظلام والحزن، و المصمم قادر على توظيف معاني اللون المختلفة في التواصل والتفاهم مع الآخر وتقبله .

٢) الدلالات الرمزية للشكل: تتنوع وتتعدد الأشكال منها: العضوي والهندسي، وكل له مدلوله الرمزي فالأشكال العضوية تعطي انطباعاً بوجود الصفات الحيوية التي تميز الكائنات الحية، فهي ذات صلة بعناصر الطبيعية، ولها مدلول في إعطائنا إحساساً بالحركة والحبوية والتفاعل والاستجابة، والتأثير والتأثر ولها دور هام في تصميم المصمم لتحقيق هدفه، والأشكال الهندسية تعطي إحساساً بالجدية والحدة والرفعة والصلابة، وتعتبر الأشكال البصرية فضلاً عن أنها تلخص المعلومات وتختزل عبء إدراكها فإنها تعرض المفاهيم والعلاقات الموجودة بينها في تزامن واحد<sup>(٢٠)</sup>. كما أنها تعمل على ربط وترتيب العناصر التي يوجد بينها علاقات، فتبدو هذه العناصر كل في واحد مما يساعد على تعلمها، ويُعد ذلك تطبيقاً لمبادئ نظرية الجشطالت<sup>(٢١)</sup>.

و يمكن تحديد ثلاثة وظائف للشكل<sup>(١٨-١٣١)</sup> .

١) الشكل يضبط إدراك المشاهد ويرشده ويوجه انتباهه .

٢) الشكل يرتب عناصر العمل الفني و من شأنه إبراز قيمته الحسية والتعبيرية.

٣) للشكل له أهمية بحيث لا يكون للمضمون قيمة بدونه فهو الذي يدل عليه.  
 ب) عناصر تصميم الملصق : لتصميم الملصق عناصر تعتبر بمثابة مفردات اللغة التشكيلية التي يوفق المصمم بينها وبين بعضها البعض للتعبير عن هدفه الفني من الملصق و يمكن إيجازها فيما يلي (١٩-٢٥) ..

١) مادة التعبير (اللون- المساحة- الكتابة- النقطة- الخط- الملمس- الضوء والظل- الفراغ - الحجم و التقنية ) .

٢) أشكال التعبير (تكوينات و تصميمات العناصر والأشكال ) .

٣) مضمون التعبير (المحتوى الثقافي، الدلالات الشكلية والرمزية وارتباطهما بمضمون العمل)، كما أن هناك أسس يجب أن تتحقق لنجاح العملية التصميمية بالنسبة للملصق الإرشادي وهي كالاتي :

ج) أسس تصميم الملصق الإرشادي :

١) النظام البنائي: يُعد بمثابة تحديد للمحاور الرئيسة التي يبنى عليها النظام التصميمي للملصق، وتلك المحاور هي: المحاور الرأسية - المحاور الأفقية - والمحاور المائلة - والمنحنيات والدوائر (١٨-١٩)

٢) الاتزان: هو موازنة جميع الأجزاء والعناصر في البناء التصميمي للملصق وهناك أنواع لنظام الاتزان هي :

أ) الاتزان المحوري: يعني التحكم في الجاذبيات المتعارضة و يتحقق عن طريق محور مركزي واضح قد يكون رأسياً أو أفقياً أو كلاهما معاً.

ب) الاتزان الإشعاعي: يعني التحكم في الجاذبيات المتعارضة بالدوران حول نقطة مركزية داخل الملصق .

ج) الاتزان الوهمي: ويعني التحكم في مجمل الجاذبيات البصرية عن طريق الإحساس بتعادل قوى الجذب والتنافر بصورة غير منتظمة داخل الملصق.

٨) التكرار: يعني استخدام نفس العنصر إما في اللون أو الشكل للتأكيد على الامتداد والتواصل والاستمرارية والتآلف، وذلك لتحقيق الهدف من الملصق .  
٩) التناسب: ويقصد به قيمة الأجزاء بالنسبة لبعضها البعض، وقيمتها بالنسبة إلى التكوين الكلي ، حيث إدراك تلك القيمة يؤدي إلى تحقيق الوحدة في الملصق .  
الإطار التطبيقي :

مراحل العملية الإبداعية في تصميم الملصق الإرشادي التعليمي : (٢١-١٠٦٢)  
اتفق العديد من العلماء على تقسيم العملية الإبداعية إلى مراحل متتابعة، إلا أنهم اعتبروا أن هذه المراحل يحدث بينها تفاعل دينامي، وهي ليست منفصلة أو مستقلة بذاتها، حيث. يجب النظر إلى جزئياتها على أنها أحداث بداخل تلك العملية، تؤثر وتتأثر بها، وعلى هذا فالعملية الإبداعية يجب النظر إليها على أنها تبدأ في شكل كلي وتنتهي في شكل كلي وتتحدد مراحل العملية الإبداعية في تصميم الملصق الإرشادي التعليمي في مراحل عدة هي كالتالي:

- ١- إيجاد المشكلة أو الإحساس بها .
  - ٢- الإنغماس أو التحضير: يُركّز المصمم في هذه المرحلة على المشكلة، ويفكر في احتمالات الحلول .
  - ٣ - الاحتضان أو الحمل: وهذه المرحلة تكون محل عمليات المصمم العقلية اللاشعورية حتى تختمر المشكلة في ذهنه.
  - ٤ - الاستبصار أو البروغ: وفيها تبرز الأفكار مكتملة على هيئة ومضات .
  - ٥ - التحقيق والتطبيق: ويسعى المصمم في هذه المرحلة لأن يثبت قابلية فكرته للتطبيق العملي وقدرتها على حل المشكلة (٢٢-٢١٠٠).
- التجربة الإبداعية: حاولت الباحثة مخاطبة المشاهد عن طريق استثارة مشاعره وذلك باستخدام الألوان، مع مراعاة الدلالات اللونية المتعارف عليها بين الناس، كما تم استخدام التنوع في تناول اللون من حيث الملابس المتباينة والمتعددة لمنع حالة الرتابة وتنشيط الرؤى البصرية وذلك باستخدام ألوان البوستر وألوان

الأكليرك والألوان المائية، كما تم استخدام مفردات غير مطروقة مع الحفاظ على المعنى والمضمون لتحقيق هدف البحث، وبناءً عليه قامت الباحثة بعمل اثني عشر ملصق إرشادي بهدف تغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر وذلك من خلال الحوار البصري حيث استخدمت فيه الباحثة الدلالات الرمزية للألوان ومعانيها والأشكال، كحركات الأيدي والوجوه والجسم البشري والرأس للدلالة على الحوار وقد تحقق الآتي:

- التأكيد على أهمية التعرف على أننا نختلف في الرأي لأجل أن نألف ونتفق ويتضح ذلك في الملصق رقم (١)، (٢)، (٣)، (٩)، (١٠).
- التأكيد على أننا نتحاور ونتفق ونتواصل ويتضح في الملصق رقم (٥)، (٧)، (١١).
- التأكيد على أهمية تقبل الآخر وعدم الجور ويتضح في الملصق رقم (٤)، (٨).
- التأكيد على أهمية أن يحترم كل منا الآخر مهما اختلفنا في الرأي ويتضح ذلك في الملصق رقم (٦).

#### النتائج :

- ١) تفعيل دور الملصق كرسالة ثقافية بصرية تحمل مضامين فكرية وسلوكيات إنسانية للمساهمة في حل المشكلات المجتمعية.
- ٢) تعميق الثقافة البصرية له دور فعال في تغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر.
- ٣) العمل على توسيع مجال الخبرة البصرية والمعرفية لدى المتلقي نحو تقبل الآخر
- ٤) للألوان والأشكال دلالات رمزية لها تأثيرها في فهم الرسالة البصرية وتعديل سلوك الأفراد نحو الأفضل.

#### التوصيات :

- ١- ضرورة التزام المصمم بدوره المجتمعي والثقافي في تصميماته للملصق الإرشادي لتحقيق الهدف المرجو منه.
- ٢- الاهتمام بدور الملصق الإرشادي والاستفادة منه في تعديل سلوك الأفراد لأجل المصلحة المجتمعية.



- ٣- تعظيم دور الملتصق الإرشادي في تغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر.
- ٤- أهمية استخدام الدلالات الرمزية في اللون والشكل للتعبير عن الآخر.
- ٥- توصي الباحثة بوضع آليات لتغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر لتنفيذ مقترحات داخل كلية التربية الفنية تشترك فيها كل الأقسام وكل الأساتذة. على النحو التالي:

أ - تقديم مقررات ثقافية على محورين :

المحور الأول: نظري- إضافة مفهوم تقبل الآخر ضمن ثقافة الفرد .

المحور الثاني: عملي- التدريب على ممارسة موضوعات تتضمن تقبل الآخر

من خلال الفنون البصرية مثل تصميم الملصقات والشعارات وغيرها.

ب - توجيه ساعات النشاط الأسبوعي نحو تطبيق الحوار وتقبل الآخر على

أن يتم وضع تقرير لكل قسم كل أربع أسابيع ورفع له لمجلس الكلية لدراسة

المشكلات وحلها والوقوف على السلبيات والعمل على إزالتها للوصول إلى

قيم مجتمعية وتربوية وفنية أسمى بالنسبة للجميع .

ج- التواصل والانفتاح بين الكلية وبين الهيئات والمؤسسات المجتمعية

للتواصل الحوارى الثقافى والتتموي من أجل التعايش والتتمية والإصلاح،

وتبادل الرؤى لنشر ثقافة الوعى بتقبل الآخر .

ح - تأصيل مفهوم الحوار الراقى حيث كونه مظهر حضارى يعكس تطور

المجتمع ونضج فئاته الواعية، على أن يقوم على منطلقات أساسية هي:

١ - الاحترام المتبادل.

٢ - الإنصاف والعدل.

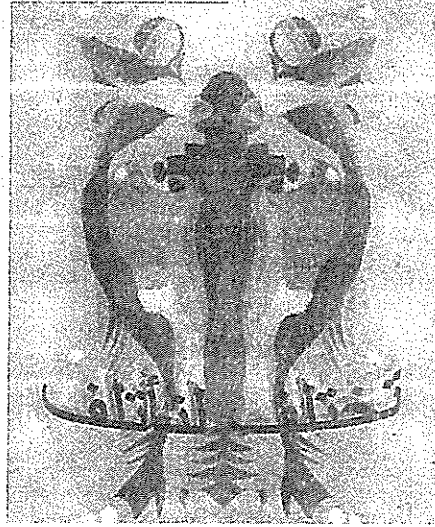
٣ - نبذ التعصب والكرهية.



الملصق رقم (١)



الملصق رقم (٢)



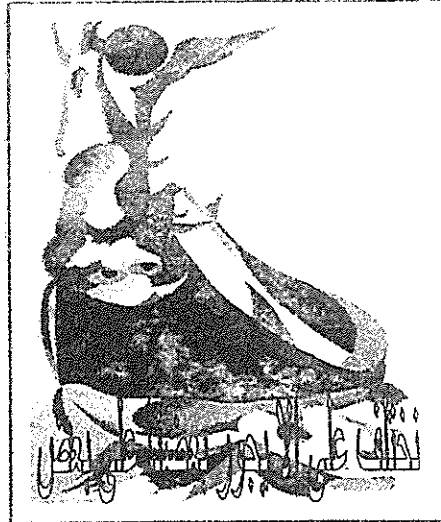
الملصق رقم (٣)



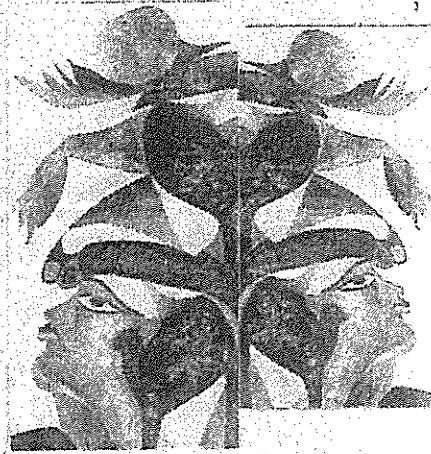
الملصق رقم (٤)



الملصق رقم (٥)

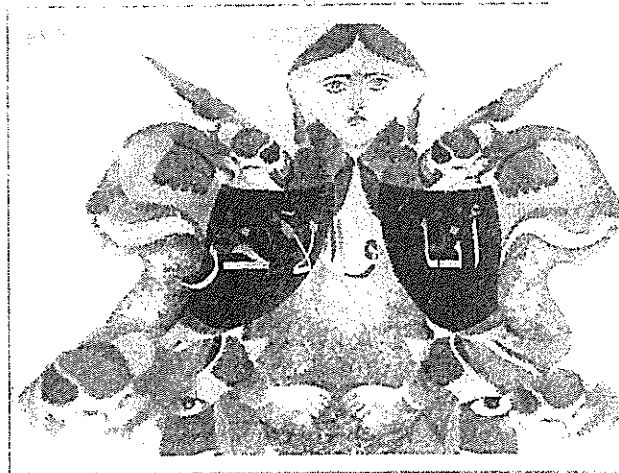


الملصق رقم (٦)

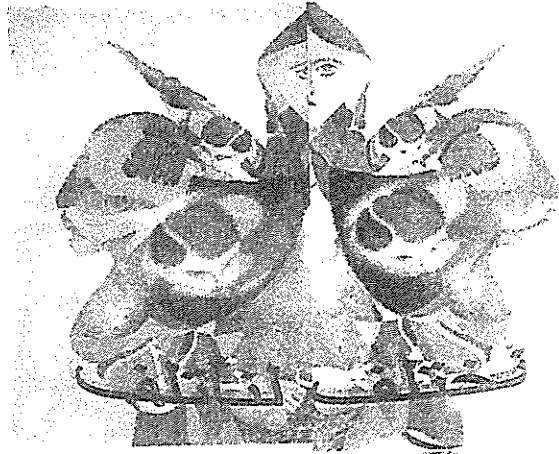


نتصل لأجل أن نصِل

الملصق رقم (٧)



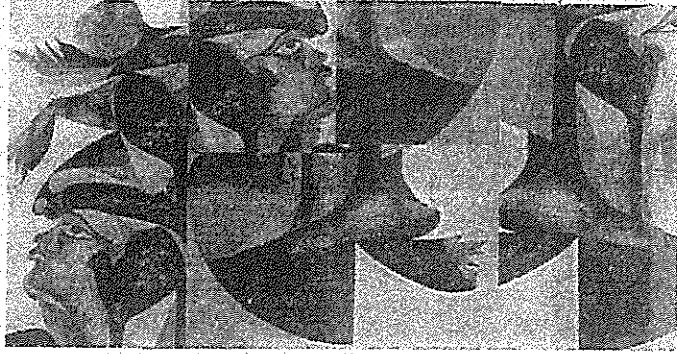
الملصق رقم (٨)



الملصق رقم (٩)



الملصق رقم (١٠)



### نختلف فنحن نلتفق ونتواصل

المصق رقم (١١)



المصق رقم (١٢)

## أولاً: المراجع العربية

- ١) أحمد إبراهيم محمود (٢٠٠١): توظيف الفكر التشكيلي في التصوير الحديث، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ٢) قاسم عيسى (١٩٧٥): "فن المصق وفاعليته التربوية" رسالة ماجستير، غير منشورة - كلية التربية الفنية - جامعة حلوان.
- ٣) خليل صابات (١٩٦٩): "أصول الإعلان" - مكتبة عين شمس - القاهرة.
- ٤) طلعت الزميري (١٩٧٥): "الإعلان بين العلم والتطبيق" - دار المعارف - القاهرة.
- ٥) عبير عادل (٢٠٠٣): "التوجيهات الجمالية والوظيفية لتصميم العلامات في إطار مفهوم التصميم الجرافيكي البيئي" رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ٦) عزت جمال الدين محمود (١٩٩٤): "فن الإعلان وأثره على المجتمع"، مؤتمر الفن والبيئة، المحور الثالث، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ٧) سمير محمد حسين (١٩٨٥): "الإعلان"، عالم الكتب، (الطبعة الثالثة)، القاهرة.
- ٨) مجدي سيد سليمان (١٩٩٤): "فن الإعلان وعلاقته بالبيئة"، مؤتمر الفن والبيئة، المحور الثالث، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ٩) عبد العزيز التويجري (١٩٩٨): "الحوار من أجل التعايش"، دار الشروق.
- ١٠) أحمد عوض (٢٠٠١): "دراسات بيئية"، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
- ١١) فوزي فهمي (١٩٩٧): "الثقافة والتجديد"، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
- ١٢) سرية صدقي (١٩٩٢): "التربية الفنية وثقافة المواطن، نظرة تحليلية"، المؤتمر العلمي - كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ١٣) أميمة أحمد عباس (٢٠٠٤): دور الثقافة البصرية في إثراء الذوق الفني لدى فئة، رسالة ماجستير، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
- ١٤) نبيل الحسيني (١٩٨٢): منابع الرؤية الفنية، دار المعارف، القاهرة.



- ١٥) سيلز باربارا و ريتا رينشي (١٩٩٨): تكنولوجيا التعليم: التعريف ومكونات المجال ترجمة: بدر الصالح ، مكتبة الشقري، الرياض.
- ١٦) هدى علي علوان (٢٠٠٦): "الأسس الفلسفية لمفهوم التثقيف بالفن بكلية التربية الفنية"، المؤتمر العلمي التاسع لكلية التربية الفنية،
- ١٧) ثناء سعد شلبي (١٩٩٦): العلاقات اللونية في مختارات من النباتات كمدخل لتدريس اللون" دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة حلوان.
- ١٨) إيهاب بسمارك (١٩٩٢): الأسس الجمالية والإنشائية للتصميم فاعليات العناصر الشكلية، الكاتب المصري للطباعة والنشر
- ١٩) حمدي أبو المغاطي (٢٠٠٨): "تفعيل دور الطبعة الفنية كوسيط ثقافي بصري،
- ٢٠) إيمان كامل غانم (٢٠١٠) "دور الملصق الإرشادي في المحافظة على التراث والآثار" المؤتمر العلمي الدولي الثالث، جامعة جنوب الوادي .
- ٢١) محمد فرغلي فراج وآخرون: "السلوك الإنساني، نظرة علمية"، دار الكتب الجامعية.
- ٢٢) مي محمد علي ندا (٢٠٠٤) : "دراسة العملية الإبداعية لمراحل تصميم الإعلان المطبوع" - رسالة ماجستير كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان.
- ثانيا: المراجع الأجنبية

23. <http://ar.wikipedia.org/wiki/>

24. <http://www.fao.org/wairdocs/af196ao4.htm>

25. <http://www.yanabeea.net/details.aspx?pageid=32278>

26) Hebding, Daniel E. & Glick, Leonard "Introduction to Sociology", Second Edition, Wesley Publishing Company Inc.-198.

27) Christopher son J. (1997): The growing need for visual literacy at the university. In R.E. Griffin (E.d.), Vision quest: Journeys

- toward visual literacy. Proceeding of the International Visual Literacy Association 1996 annual meeting. Blacksburg, VA.
- 28) Box, Cecelia & Cochenour, John (1995): Visual literacy: What do prospective teachers need to know? The annual conference of the international visual literacy association (26th, Tempe, Arizona, October 12-16).
- 29) Lenze, James (1995): Op. cit.
- 30) Janssen, D. & Hawk (1984): Using graphic organizers instruction, information design journal, Vol. 4.
- 31) Hanson, J. R., Silver, H. F. and Strong, R. W. (1988): Learning Styles and Visual Literacy: Connections and Actions. In Braden, R. A., Braden, B., Beauchamp, D. G. and Miller, L. (Eds.), Visual Literacy in Life and Learning, International Visual Literacy Association, Blacksburg, VA.
- 32) Biehter, R & Snowman (1986): Psychology Applied to Teaching, Fifth Edition, Boston: Houghton Mifflin Co.

## دور الملصق الإرشادي في تغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر

## ملخص البحث :

يُعد الملصق الإرشادي صورة من صور الإعلان الذي يهدف إلى نشر الرسالة الإعلانية عن طريق إقناع الجمهور وحثه على تقبل مجموعة من الأفكار والمعلومات، وهو أحد الوسائل البصرية التي يمكن استخدامها لتغيير سلوك الفرد، حيث يؤثر بالإيجاب في الارتقاء بأخلاق وسلوك الآخرين .

كما نمت دوره وبدأ يؤثر تربويًا في المجتمع وبالتالي يمكن القول بأن الملصق قد أصبح له دور في تنمية وتهذيب سلوك الأفراد في المجتمع. باعتبار أن الملصق له دور فعال في المجتمع لأنه يعلم، وينشط، ويتساءل ويقنع، ومشكلة البحث تتمركز حول كيفية تفعيل دور الملصق في تنمية الوعي بالثقافة البصرية والذي يُعد تنمية جمالية وإبداعية، وتفعيل دوره في نشر الوعي الثقافي والمجتمعي نحو تقبل الآخر، كما أن أهمية البحث تكمن في تعميق الثقافة البصرية المجتمعية بقيمها الإبداعية للوصول إلى قيم وثقافات مجتمعية تجعلنا نتعاشق ونتقبل الآخر و يهدف البحث إلى تفعيل دور الملصق كأحد وسائل الإتصال البصري وكقيمة إبداعية لها تأثيرها المجتمعي. كما يهدف إلى التأكيد على دور الملصق في نشر الوعي الثقافي والاجتماعي والسياسي، مما يكسب المتلقي خبرات جديدة تؤكد أهمية الثقافة البصرية لديه وأنت نتائج البحث كالاتي ١) تفعيل دور الملصق كرسالة ثقافية بصرية تحمل مضامين فكرية وسلوكيات إنسانية للمساهمة في حل المشكلات المجتمعية.

٢) العمل على توسيع مجال الخبرة البصرية والمعرفية لدى المتلقي نحو تقبل الآخر.

٣) تعميق الثقافة البصرية له دور فعال في تغيير ثقافة الفرد نحو تقبل الآخر.

٤) للألوان والأشكال دلالات رمزية لها تأثيرها في فهم الرسالة البصرية وتعديل سلوك الأفراد نحو الأفضل.

## Role of Guidance Poster in Changing the Individual Towards Others Acceptance

### Abstract :

The Guidance Poster is a form of advertisement that aims to spread a media message that convince the public and urge them to accept certain ideas and information. It is one of the visual methods that could to be used to change individual's behaviour, as it positively affects his behaviour elevation and other's behaviourism.

Also its role has developed and started to affect education in the society, thus we can say that the poster had a role in developing and rectifying individual's behaviour in the society. The poster has an effective role in the society as it teaches, activities, inquires and convinces. Research Problem: It is concentrated on the method of activating the role of posters in developing awareness with visual culture which is considered an aesthetical and creative development. Also activating its role in spreading cultural and social awareness with accepting others. Research importance is to deepen visual social culture by its creative value to reach the social culture and values that makes us coexist and accept others. The research aim to activate the role of posters as one of visual communication methods and as a creative value that has a social effect. It also aims to ensure the role of posters in publishing social, cultural and political awareness. This makes the person acquire new experiences that assures the importance of visual culture Research Results:

1- Activating the role of poster as a visual cultural message that bears human behaviourism and intellectual concepts to contribute in solving social problems. 2- Deepen the visual culture that has effective role in changing individual's culture towards accepting others. 3- Trying to widen the visual and knowledge experiences in its receiver as for accepting others. 4- Colors and forms have symbolical significances that may affect understanding visual message and rectifying individual's behaviour to the best.