

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية والإفادة منها

في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

إعداد

أ.د. حنا حبيب رملة

أستاذ التصميم بقسم التصميمات الزخرفية والعميد المؤسس لكلية التربية الفنية - جامعة المنيا

أ.م.د. هند سعد محمد عبيد

أستاذ التصميم المساعد بقسم التصميمات الزخرفية بكلية التربية الفنية - جامعة المنيا

عادل لطفي أيوب بخيت

المسجل لدرجة الماجستير في التربية الفنية تخصص (تصميمات زخرفية) جامعة المنيا

٢٠٢١

خلفية البحث :

يعتبر فن الملصق أحد المجالات الهامة في التصميم ، بتنوع أهدافه واستخداماته وأنواعه . حيث تعد الملصقات بمثابة الترمومتر الذي يقيس الأهداف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية للمجتمع ، كما يعد المرآة العاكسة للأنشطة التي يريدها الجنس البشري. فتعرفه (عزة أبو السعود : ١٩٩٥ ، ٢٧٠) "الملصق أحد وسائل الاتصال والإعلان ، يسهل عرضه في اي مكان وزمان ليوصل رسالة مرئية موجزة للمتلقي عبر شقين أساسيين هما : بناؤه التركيبي ومضمونه الفكري، فإذا توافرت لهذين الشقين عناصر القوة والبساطة والجاذبية، تجعل المتلقي يقرأ ويفهمه ليكون بذلك قد أصاب هدفه في توصيل رسالته عبر أهم قناة اتصال، وهي الاتصال البصري".

والفوتوغرافيا المفاهيمية تساهم أيضاً وبشكل فعال في الاداء التصميمي للملصق لقدرتها على الإقناع، فهي تنقل واقع الاشياء، وتكون اكثر مصداقية لدى المتلقي، وأنها قابلة للتحوير والتغير بما يطبقه أو يقوم بتحويله المصمم الذي يضيف من ابتكاره إليها، مما يجعل الصورة محققة لعناصر جذب الانتباه ومحققة للأهداف المرجوة من الرسالة الاعلانية. "حيث ان الصورة تعمل على تأكيد شخصية المعلن عنه، والتأكيد على عناصر الجذب فيه كنقاط رئيسية، وتعمل على اظهار مزايا الشخصية او السلعة بما يخلق لها درجة عالية من التركيز عند رؤيتها، وتساعد في التعبير عن الافكار الاعلانية بسرعة وكفاءة." (سامية عبد القادر : ١٩٩٣

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية و الإفادة منها في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

، ص ٤٥). ولاحظ الباحث ان في هذه الفترة ان الإعلانات تخلو من الأفكار الإبداعية مما تصيب الجمهور بالملل وعدم الاهتمام بالشكل البصري والاهتمام بشكل كبير بالكلمات فقط كعنصر من عناصر توصيل رسالة الملصق، وأصبحت الصورة الفوتوغرافية شيئاً فشيئاً تغيب عن الاستخدام الإعلاني في ميدان الدعاية والإعلان.

مشكلة البحث :

يرى الباحث أن دراسة وتحليل الفوتوغرافيا المفاهيمية يعطي للمصمم مجالاً متسعاً للإبداع والتفكير في تصميم الملصق الإعلاني، ومن هنا تتحدد مشكلة البحث في مدى إمكانية الكشف عن دلالات بصرية للصورة الفوتوغرافية وعلاقتها بالفن المفاهيمي، التي أعتمد عليها بعض المصممين في تأسيس الملصق الإعلاني، والاستفادة من معطيات هذا التحليل في إستحداث ملصقات إعلانية جديدة معاصرة، ذات أبعاد فكرية وفلسفية تقي بمقتضيات العملية التصميمية. ومن هنا يتساءل الباحث : كيف يمكن الإستفادة من دراسة وتحليل فن الفوتوغرافيا المفاهيمية كمنطلق جديد يثري الملصق الإعلاني؟

أهداف البحث:

١- إستخلاص الأسس البنائية والفلسفية للفوتوغرافيا المفاهيمية إعتقاداً على النظريات العلمية وتطبيقاتها في الملصق الإعلاني.

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية و الإفادة منها
في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

٢- إثراء الملصق الإعلاني من خلال مداخل تجريبية وتقنية باستخدام الصورة الفوتوغرافية وبرامج الجرافيك.

٣- إنتاج صورة فوتوغرافية تعتبر في حد ذاتها وحدة تشكيلية يمكن توظيفها بطرق مختلفة في الملصقات الاعلانية.

أهمية البحث : ترجع أهمية البحث إلي ما يلي:

١- إحتياج ميدان الإعلان إلى إتجاهات مستحدثة لصياغة وتصميم ملصقات معاصرة باستخدام الصورة الفوتوغرافية، يكون لها القدرة علي تحقيق الأهداف المنشودة.

٢- إستخدام الصورة الفوتوغرافية في تصميم ملصق إعلاني يخاطب فكر وثقافة المتلقي.

٣- تقديم مداخل جديدة لتوظيف الصورة الفوتوغرافية لتصميم الملصق الاعلاني.

فروض البحث :

للإجابة على تساؤل البحث يضع الباحث الفروض التالية :

- توظيف الفوتوغرافيا المفاهيمية في الملصق الإعلاني يؤدي إلى إستحداث مداخل جديدة لشراء الملصق فنياً.

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية والإفادة منها
في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

- يمكن إستحداث مدخلاً للتجريب والإبداع لتصميم ملصقات إعلانية معاصرة من خلال استثمار الامكانات الوظيفية والجمالية للفوتوغرافيا المفاهيمية.

حدود البحث :

- إجراء تجربة ذاتية للباحث من خلال تصميم وتنفيذ ملصقات إعلانية وفقاً لمتغيرات الفوتوغرافيا المفاهيمية وطرق معالجتها.
- إستخدام برنامج الفوتوشوب "Photoshopt CC" في تنفيذ تجربة البحث.

منهجية البحث :

يعتمد البحث علي كل من المنهجين التاليين:-

- ١- المنهج الوصفي التحليلي وذلك في جمع اللمادة العلمية المتوفرة عن مفهوم الملصق الإعلاني والصورة الفوتوغرافية المفاهيمية.
- ٢- المنهج التجريبي وذلك في تطبيق تجربة البحث بهدف تصميم وإنتاج مجموعة من الإعلانات قائمة على توظيف الفوتوغرافيا المفاهيمية في الملصق الإعلاني.

أولاً : الإطار النظري :

يعتمد الإطار النظري علي جمع المعلومات حول مفهوم الملصق الإعلاني والفوتوغرافيا المفاهيمية علي ان يهتم بالمحاور الآتية:-

١- الفوتوغرافيا المفاهيمية وعلاقتها بالدلالات الفكرية البصرية

٢- علاقة الملصق الاعلاني بالفوتوغرافيا المفاهيمية

ثانياً : الإطار العملي :

١- قامت تجربة البحث الحالي على استثمار ما تم التوصل إليه الباحث من امكانيات الصورة الفوتوغرافية المفاهيمية في الإطار النظري، ومن مهارات التفاعل على برنامج الفوتوشوب، لتوظيف هذه النتائج كمصدر لإثراء تصميم الملصق الإعلاني،

٢- قام الباحث بتجربة ذاتية تطبيقية لتصميم ملصق إعلاني يناقش قضية إجتماعية.

٣- ثم تقييم نتائج التجربة في ضوء فروض البحث وأهدافه.

٤- الوصول إلى النتائج ووضع التوصيات.

مصطلحات البحث :

المفهوم Concept : يعرفه (علاء الدين محمد : ٢٠٠٠ ، ص ٢١) "هو شكل من أشكال رمزية تنظم الانطباعات الحسية المنفصلة وتعتمد علي الخبرات السابقة، وعُرفت المفاهيم المجردة بأنها فكرة أو مجموعة الأفكار التي يكتسبها الفرد على شكل رموز أو تعميمات لتجريدات معنوية".

الفوتوغرافيا المفاهيمية conceptual photography : يعرفه (محمد عبد العلي : ١٩٩٦ ، ص ١٢٠) هي أحد اشكال الفنون التي تهتم بالفكر فهي أشبه ما يكون بفعل رمزي بارز يشير إلى سقوط النماذج النظرية، التي سادت الفكر والعلم الاجتماعي في القرن العشرين، لأنها عجزت عن قراءة العالم وتفسيره والتنبؤ بمصيره".

الملصق الاعلاني Advertising Poster : يعرفه (محمود عساف : ١٩٧٧ ، ص ٢٩) نوع خاص من النشاط الفني الذي يهدف إلى نشر الإعلان وإقناع الجمهور وحثه على تقبل مجموعة محددة من الأفكار والمعلومات، فهو عبارة عن أفراخ من الورق يطبع عليها الإعلان أو أجزاءة ثم تلتصق علي تركيبات معينة وقد تضاء تلك التركيبات طبقاً للامكانيات المتاحة الخاصة بالمعانيين ونوعية الأفكار المطلوب نقلها".

أولاً : الفوتوغرافيا المفاهيمية وعلاقتها بالدلالات الفكرية البصرية

لغة الصورة الفوتوغرافية هي لغة عالمية تستخدم للتعبير البشري الذي يفهمه الناس، حيث أن الصورة هي الوسيط الأكثر شيوعاً في العالم، نظراً للإمكانيات اللامحدودة التي توفرها للتواصل والدعاية، وتعتبر من الوسائل غير المحدودة للتأثير على الرأي خاصة لما توفر لها من تقدم تكنولوجي، وخاصة الطفرة الرقمية. حيث حظيت الصورة التكنولوجية والصناعية باهتمام وسائل الاتصال لسرعة تداولها وقوة تأثيرها، حيث أن الصورة تتميز بكونها تحو الحدود وتكسر الفجوة بين الثقافة العالمية والثقافة المحلية.

وهناك العديد من تقنيات التصوير الفوتوغرافي التي يمكن من خلالها إنتاج صورة فوتوغرافية. يمكن تصنيف هذه التقنيات إلى تقنيات تتم أثناء التصوير الفوتوغرافي وغيرها أثناء الطباعة والتكبير. وفيما يلي بعض التقنيات التي يمكن اتباعها عند إنشاء صورة فوتوغرافية مفاهيمية، وأي تقنيات مرتبطة بالفنون التشكيلية ليست ثابتة، ولكنها يمكن أن تتغير وتختلف وتندمج معاً لإنتاج العمل الفني المطلوب.

١ - التكوين في الصورة الفوتوغرافية :

يؤكد (أحمد بلال: ٢٠٠٢، ص ١٣٧) "إن الفوتوغرافيا كفن قد تم تصنيفها كإحدى أنواع الفنون البصرية، وقد تخطت مرثيات الفوتوغرافيا لنقل الواقع، وأصبحت الفوتوغرافيا فناً

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية والإفادة منها
في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

وجدانياً تعبيرياً يخاطب الأحاسيس ويؤثر في الوجدان، وذلك من خلال مخاطبة حاسة البصر. والفوتوغرافيا كلغة بصرية للتعبير لا تجعل الفنان الفوتوغرافي أمام قواعد جامدة للتكوين لابد أن يضعها أو يلتزم بها في لوحته الفوتوغرافية، بل هي مسألة تتعلق بالتعبير الذاتي وتعتمد على رؤية وإحساس الفنان الفوتوغرافي."

لذلك فيجب أن يكون لدى فنان التصوير الفوتوغرافي عين ذات رؤية ثابتة تمكنه من اختيار الموضوعات بشكل جيد ، مما يساعده على تطوير وإظهار وعيه البصري. فعندما يجمع المصور موضوعاته من الطبيعة، ويختار ما يريده ويمحو ما لا يريده، فإنه يضع أولاً بعض التصورات المسبقة التي تساعد في تحقيق صورة فوتوغرافية أفضل من حيث الفكرة والتكوين، مما يعبر عن يعبر عن منظور شخصي للموضوعات التي يتم تصويرها فوتوغرافياً.

ومن قواعد التكوين الفوتوغرافي قاعدة (الأصلية والتبعية) فالموضوع الأساسي باللوحة الفوتوغرافية هو الذي يمثل المحور الدرامي بالصورة ولا بد من أن يشغل المركز البصري للوحة وتكون بقية عناصر الصورة في خدمة تأكيد فكرة الفنان الفوتوغرافي. وفي حالة وجود أكثر من عنصر أساسي في اللوحة فإن هناك تناغم (Harmony) بين الكتل، ويجب أن يشكلوا معاً المركز البصري للوحة وإلا أصاب المتلقي للعمل الفني بالتشتيت غير المطلوب. ويؤكد الفنان الفوتوغرافي فكرته ويقدم أحاسيسه من خلال تقنيات الفوتوغرافيا بداية من اختيار آلة التصوير المناسبة للموضوعات واختيار خاماته الفوتوغرافية أبيض واسود أم ملونة، ثم الإضاءة

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية و الإفادة منها
في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

المستخدمة التي تبني درامية الأشكال تجسيدها، فتتأغم الدرجات اللونية المسجلة بالصورة أو تباينها تشكل عناصر أساسية في التكوين. وكذلك اختيار موضع آلة التصوير بالنسبة للجسم أو الأجسام المصورة، واختيار العدسة المناسبة التي تشكل القطع الجيد أو القطع الذهبي، وكذلك تتحكم في منظور الأجسام المصورة بواسطة العدسة مع الإضاءة للتحكم في العمق. ومجمل القول مما سبق أن التكوين هو أساس لغة الحوارات البصرية التي يقوم بها الفنان الفوتوغرافي في لوحاته الفنية، وبذلك تكون العملية الإبداعية الفوتوغرافية قائمة على عنصرين أساسيين لخلق التكوين الناجح بالصورة الفوتوغرافية وهما رؤية الفنان وإحساسه بموضوعاته وقدرته على التحكم فيما لديه من تقنيات وتكنولوجيا بالفوتوغرافيا.

٢ - أساسيات تصميم الفوتوغرافيا المفاهيمية:

أ- تكوين الصورة المفاهيمية: التكوين في الصورة photo composition هو فن ترتيب العناصر المختلفة الثابتة المكونة للصورة داخل الكادر ترتيباً منطقياً وصحياً وتعتمد جودة التكوين في الفوتوغرافيا المفاهيمية على تعيين القيم الجمالية التي تشكل الإتزان البصري للصورة، فالتكوين الجيد هو تجميع للعناصر الفنية والإبداعية من حيث الجانب الهندسي والفني والتقني فالصورة الفوتوغرافية عبارة عن تمثيل مسطح لواقع مجسم أو هي معلومات مسجلة ضوئياً على محوري الطول والعرض تترجم تأثيرات تقع

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية و الإفادة منها
في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

في الأصل على خمس محاور هي: الطول - العرض - العمق - التأثيرات البيئية والحركية من خلال الزمن والاكثُر من هذا انها تختزل كل هذه المحاور اختزالاً كبيراً.

ب- القواعد والنظم داخل التكوين الفوتوغرافي :

قاعده التثليث - قاعده النسبه الذهبية - قاعده تعريف الاشكال - قاعده الخطوط
- قاعده الانماط والتكرارات - قاعده كسر القواعد

٣- زوايا الرؤية للصورة :

ان الزاوية التي نختارها للصورة المفاهيمية تؤثر تأثيراً مباشراً في المشاهد حيث تقوم الزوايا مثل غيرها من عناصر التعبير البصري بتجسيد المضامين لإيصال المعنى أو الفكرة التي تؤثر في المشاهد وتشكل موقفه ووجهه نظره وتجعله يتعاطف او ينفرد أو يوافق أو يرفض موضوع الصورة. ان الزاوية التي يلتقط من خلالها الصورة تلعب دوراً هاماً في تحديد ملامح خطاب الصورة وتعبيراتها، فاذا ما كانت الزاوية من اعلى فتعني التحقير وإذا كانت من اسفل فتعني التعظيم وإذا كانت من أحد الجانبين الأيمن أو الأيسر فإنها تسعى إلى حذف جزء من الصورة وان الاختيار المناسب لزاوية الكاميرا يمكن ان تتضاعف من تعبير الصورة ويؤكد على الشكل ومضمون الصورة ومن هذه الزوايا:

أ- زاوية مستوى النظر - الزاوية العالية - الزاوية المنخفضة - زاوية عين الطائر -

الزاوية المائلة

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية والإفادة منها
في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

٤- تصميم العناصر (مفردات لغة الصورة الفوتوغرافية) :

يستلهم الفنان المصمم رموزه وعناصره من مصادر متعددة، ويكون بها لغته الخاصة في التعبير عن المفاهيم والأفكار، ولأن اللغة التشكيلية للصورة الفوتوغرافية هي لغة الضوء فقواعد اللغة هي الأسس التي تشكلت عليها وبنيت عليها هذه اللغة، فمفردات اللغة في الصورة الفوتوغرافية هي العناصر التي تشكل الأساس الفني من خلال النتائج البصرية وتختلف باختلاف مجموعة عوامل منها نقطه التركيز وفتحة العدسة وعمق الميدان وكذلك الوقت والحركة وعوامل فيزيائية وكيميائية في إنشاء الصورة المجمعة . فالصورة تتكون من ثلاثة عناصر هي: الموضوع والمحتوى والشكل، وفي تشكيل عمل فني سواء كان ثنائي أو ثلاثي الابعاد، فالموضوع يمكن تعريفه بما تحويه الصورة من معنى او مفهوم.

٥- برمجيات المعالجة :

تصميم العناصر في الصورة المفاهيمية نتيجة لمجموعة من العوامل التقنية التي تؤدي إلى نتائج بصرية وتحديد احتمالات المعاني والمفاهيم والتطور التكنولوجي المستمر مما أدى إلى ظهور برامج تعرف باسم محررات الصور **photo editors** وتمتاز هذه البرامج في الدقة والسرعة في التعديل وكذلك إضافة المؤثرات البصرية الخاصة بالضوء واللون وكذلك تعتبر المعالجة اليدوية من المعالجات الأكثر انتشارا وهو المزج بين الصورة والفن اليدوي.

ثانياً : علاقة الملصق الإعلاني بالفوتوغرافيا المفاهيمية

الملصق الإعلاني:

ترى (منى رمضان : ٢٠١٤ ، ص ٦٦) "الملصقات نوع من أنواع الاعلان له وظيفة، فيمكن أن يعلن عن منتج معين أو توعيه الجماهير، ويعطينا المعلومات المتصلة بالمواقف سواء كانت سياسية أو لها علاقه بالتعداد السكانى أو الظروف الاجتماعية وتوعيه الافراد البسطاء مما قد يلحق بهم من أخطار وأمراض وكيفية الوقايه منها، أو ترويج السياحة وإلقاء الضوء على الاماكن الجميلة والمناطق السياحية والتاريخيه. بالاضافة إلى ذلك يجب ان يحرك الحس الجمالي للمشاهد فهو يساهم في الوعي الثقافي و الفني ويؤثر فى الوعي العام".

وتعرف (منى رمضان : ٢٠١٤ ، ص ٧٧) الملصق الإعلاني "هو المقياس الحقيقى للاحداث الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، والإعلان هو القوى الاقتصادية والاجتماعية التي تشكل وتوعي حياة الافراد، فللملصق أثر كبير في تعديل سلوك الافراد في المجتمع، فمن خلالها يتم توجيه المواطن اياً كان مستواه.

١ - العناصر الاعلانية التي يتضمنها الملصق الإعلاني :

"تتمثل عناصر المصق فى الخطوط والمساحات والاشكال والارضيات والالوان والمفردات اللغوية، ويتوقف مدى فعاليتها على أسلوب المصمم في توزيعها وصياغتها داخل

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية و الإفادة منها
في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

الحقل البصرى للمصق محققاً قيم فنية كالتنوع والتوازن مع تأكيد الوحدة والترابط فى العمل الفني" (فيصل الثقفي: ٢٠٠٨، ص ٤٩). "وعلى الرغم من ان كل من هذه العناصر يعتبر شيئاً مختلفاً عن الآخر من حيث الفئات والنوع ، وان كلا منها له طريقته ومزاياه فى تقديم الافكار، إلا ان علاقه المتبادلة بينهما داخل الملصق تجعلهما جميعا ذات أهمية متقاربة (عادل عبد الرحمن: ١٩٩٩، ص٢٥).

وعليه فإنه يجب تقويم عناصر المصق الإعلاني لتقرير مدى أهمية كل عنصر منها بالنسبة للرسالة الاعلانية المراد ايصالها الى الناس، واستبعاد اى عنصر لا يفيد في ذلك لان كثرة العناصر وتكديسها بدون فائده سيؤدى الى ازدحام المصق الاعلاني وعمل تشتيت لانتباه المشاهدين وتقل قدره على التركيز على العناصر الرئيسة.

ومن الشكل التالي يتضح ان المصق الاعلاني يتضمن :

أ- عناصر أساسية :

"تشمل على تخطيط وصياغة للعناصر والمفردات بصوره تتوافق مع البناء الانشائي وتحقق القيم الجمالية والوظيفية وليس التعبير، كذلك فهو يشتمل على كل من الموضوعات ثنائية الابعاد بما فيها من التصميمات البنائية للمجالين الصناعى والبيئى الى جانب التصميمات الزخرفيه ثنائية الابعاد بما يشمل عليه من لوحات زخرفية، ويقوم المصمم الجرافيكي بعمليات التخطيط والرسم وفق خطه بنائية محددده لتحقيق قيمه التصميم" (إيمان نوار: ٢٠٠١، ص ١٤٥). وتشمل : الصورة الفوتوغرافية - الاشكال التمثيلية - الاشكال الرمزية - الرسوم

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية و الإفادة منها
فى تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

العناصر الأساسية للملصق

ينطوى الملصق فى تصميمه على ثلاثة أبعاد أساسية من العناصر

- ١- عناصر أساسية
- ٢- عناصر شكلية
- ٣- جوانب ذاتية وجدانية

وهى التى ترتبط
بمصمم الملصق
وفيما يمكن ان
يعكسه على عمله
الفني من جوانب
نفسيه وتأثيرات
بالغه من شخصيته
وخبرته وتذوقه
وحسه الفني .

أ- أسس التصميم : التوازن - الوضوح
- الإيقاع والتكرار - التنظيم - الوحدة -
التوافق - الحركة - التضاد- التباين
ب- العلاقات الشكلية: التماس -
التراكب - الشفافية - التداخل .
ج - الأساليب الفنية: الاختراق -
المبالغة - الاختزال - الحذف والإضافة
- الجمه بين الخيال والواقع
د -كتابات : العنوان الرئيسي -
العناوين الفرعية - النص أو المتن -
الشعار او علامه التجاريه - عنوان
الجهه صاحبة الإعلان
هـ - اللون .

أ - الصورة الفوتوغرافية .
ب - الاشكال التمثيلية .
ج - الاشكال الرمزية .
د - الرسوم :
• رسوم توضيحيه .
• رسوم بيانيه .
• رسوم كارتونية.
• رسوم ثلاثسة الأبعاد
• رسم صناعي.
• ...

شكل رقم (١) يوضح الأبعاد الثلاثية الأساسية لعناصر الملصق الأعلاني "عمل الباحث"

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية والإفادة منها
فى تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

ب- عناصر شكلية : ان العناصر الشكلية ترتبط بالاسس والعناصر الفنية للتصميم والانتاج والايخارج حيث توجد اسس عامه لتصميم الملصق ، فالملصقات تعتبر نوعا من الفن التطبيقي الذى يتوقف نجاح اعماله على نجاح الصله بين الغايه والوسيلة ، فهى كاداه اتصال لها اغراض وغايات عده، ووسائلها لتحقيق هذه الغايات هى الخطوط المكتوبه والصور الملونه والرسوم ، ويلعب الفن دورا كبيرا فى صياغه هذه الوسائل وفى تشكيلها وفى اخراجها فى فن الملصق محمله بالقيم التعبيرييه والجمالية المثيره والجازبييه.

فتصميم الملصق يعتبر فى الواقع بمثابة تحد للفنان ، فالاضافة الى قيمتها كمجال اتصال فان العديد من الملصقات لها قيم جمالية ممتعه.

ولا تعتمد الملصقات على مقومات الفن ومهارات الاتصال ، بل تعتمد كذلك على مداخل علم النفس وعلم الاجتماع ، لانها عندما تخاطب الجماهير والافراد انما تخاطب فى الحقيقة عقولهم وغرائزهم ودوافعهم الفطرية والمكتسبه ، الشعورية ، والاشعورية ، وتخاطب رغباتهم ، وعواطفهم ،وميولهم ، وعليه لايد من المنطق السدسد والحجه الواضحه ، والقدره على الاقناع باستخدام المؤثرات المختلفه حتى تستطيع ان تحصل على الاستجابات المطلوبه ، وان تحقق اغراضها فى اثاره الجماهير ودفعهم فى الاتجاه المرغوب فيه.

كما يمر مصمم الملصق عند انتاج عمله الفني بعده مراحل وهى :

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية و الإفادة منها
فى تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

الاعداد : وهى مرحله تجميع المعلومات المتعلقة بفكره الملصق. ثم **الاختمار :** وفيها يمكن التوقف عن التفكير الدؤب فى المشكله. ثم **الاشراق :** ويعني الظهور لما يبدو فجائياً من حلول للمشكله. ثم **التحقيق :** وهو تنقيح واختيار ما يظهر فجأة.

وتمثل المراحل السابقه منطلقا يتجه منه الباحث خلال عمليات تصميم الملصقات الاعلانيه باستخدام الصوره الفوتوغرافيه المفاهيميه، فان المقومات التى تعتمد عليها الصوره الفوتوغرافيه كاداه للتفكير البصرى الذى يعتمد على عمليات التحليل والتركيب الذهني انما هى مراحل ترتبط بتدريب مصمم الملصق على مرور بمراحل انتاج تتميز بالابتكار" (حسن علي: ٢٠٠٦، ص ١٠٨ - ١١٠)

تجربة الباحث

يتضمن تجربه البحث الحالي استخلاص المداخل التى تم استنبطها من الدراسة النظرية والتحليلية للأعمال المفاهيمية للفنانين المعاصرين الذين تناولوا الفوتوغرافيا فى أعمالهم وتطبيقها على الملصق الإعلاني.

وفي التجربة العلمية الحالية، استثمر الباحث اغلب معطيات الدراسة فى النظرية مع الاهتمام بمتغيرات التكوين الفوتوغرافي والمفاهيم والتجريب فى متغيراتها على الملصق الإعلاني. ولكون الباحث يقوم بتجربة عن طريق الفوتوغرافيا وهى عملية انتاج صور بواسطة

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية و الإفادة منها
في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

تأثيرات ضوئية، فيتحتم بالضرورة ألقاء الضوء على بعض المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتصوير

الضوئي وطرق المعالجة الخاصة بالضوء واللون

الهدف من التجربة: تهدف التجربة الي:

١- توضيح المفاهيم فوتوغرافياً وأهميتها في تصميم الملصق الإعلاني.

٢- الكشف عن إمكانية توظيف الفوتوغرافيا في ضوء المفاهيم الفلسفية المعاصرة.

٣- إنتاج ملصقات إعلانية قائمة على فكر الفوتوغرافيا المفاهيمية.

مكونات التجربة:

العناصر: تعتمد عناصر العمل على أشخاص ومجسمات وكتابات باللغتين العربية

والانجليزية وأيضاً الفلاتر والخلفيات والالوان والاضواء.

أدوات التجربة: كاميرا رقمية - مصادر الإضاءة الطبيعية والصناعية - برامج كمبيوتر

(Adobe Photoshop , Adobe Light room)

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية والإفادة منها
في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر



العمل رقم (١) للتوعية ضد مخاطر إدمان التدخين

عنوان العمل: استمتع بالتدخين المقاس: ٢٠سم X ٣٠سم تاريخ العمل: ٢٠٢٠م

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية و الإفادة منها
في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر



العمل رقم (٢) للتوعية بالاهتمام بقواعد المرور

عنوان العمل: حزام الامان المقاس: ٢٠ سم X ٣٠ سم تاريخ العمل: ٢٠٢٠

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية و الإفادة منها
في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر



العمل رقم (٣) للتوعية ضد مخاطر إدمان السوشيال ميديا

عنوان العمل: قيود السوشيال ميديا المقاس: ٢٠ x ٣٠ سم تاريخ العمل: ٢٠٢٠

النتائج والتوصيات

النتائج :

- ١- توظيف الفوتوغرافيا المفاهيمية في الملصق الإعلاني أدى إلي استحداث مداخل جديدة يمكن من خلالها إثراء الملصق الإعلاني فنيا .
- ٢- استخدام الفن المفاهيمي ساهم في خلق اتجاهات مستحدثة لصياغة وتصميم ملصقات معاصرة باستخدام الصورة الفوتوغرافية، يكون لها القدرة علي تحقيق الاهداف المنشودة.

التوصيات :

- بعد الإنتهاء من الدراسة النظرية وإجراءات التطبيقات العملية فإنني أقدم بالتوصيات الآتية:
- ١- دعم الحركة الفوتوغرافية الفنية وفتح الآفاق والتكامل الفني بين فن الفوتوغرافيا والتصميم الفني.
 - ٢- ضرورة توثيق أعمال الفنانين الفوتوغرافيين العالميين والمحليين ووضع الأسس والمعايير التي تقوم عليهم أعمالهم الفنية حتى يمكن وضع تقييم لهذه الأعمال وتصنيفها عالمياً ومحلياً.
 - ٣- زيادة عدد المعارض الفوتوغرافية التي تدعم القية الفنية التشكيلية للصورة الفوتوغرافية وعمل ورش ومناظرات لزيادة الوعي بالحركة الفنية الفوتوغرافية.

المراجع

أولاً : المراجع العربية

- ١- محمد سبيلا عبد السلام : " الحداثة " دار تويقال للنشر ، الدار البيضاء ، المغرب
عبد العلي (١٩٩٦)
- ٢- محمود عساف (١٩٧٧) : "أصول الاعلان" الناشر: الهيئة المصرية العامة للكتاب،
القاهرة

ثانيا: الرسائل العلمية

- ٣- احمد جمال الدين بلال: : الصورة الفوتوغرافية التشكيلية وعلاقتها بمدارس الفن
التشكيلي الحديثة"، كلية الفنون التطبيقية، رسالة ماجستير،
(٢٠٠٢)
جامعة حلوان
- ٤- إيمان محمد علي نوار : مداخل الاستحداث وصياغة مفردات تشكيلية في مجال
تصميم اللوحة الزخرفية، رسالة ماجستير، كلية تربية نوعية،
(٢٠٠١)
جامعة عين شمس

الدلالات البصرية للفوتوغرافيا المفاهيمية و الإفادة منها
في تصميم الملصق الإعلاني المعاصر

- ٥- حسن عبد الهادي علي "إنعكاس البيئة الخارجية على المفردات الشكلية في تصميم الملصق" رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان (٢٠٠٦)
- ٦- سامية حامد عبد القادر الانظمة الفوتوغرافية في مجال الوسائط التعليمية، رسالة السيد (١٩٩٣) دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان
- ٧- علاء الدين محمد (٢٠٠٠) الفكر الفلسفي للفن المفاهيمي كمدخل لإستحداث صياغات جديدة في التصوير " رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية الفنية ، جامعة حلوان
- ٨- فيصل فهد الثقفي المعالجات التشكيلية والتعبيرية للصورة الفوتوغرافية في تصميم الملصق السياحي في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير، كلية التربية الفنية ، جامعة حلوان (٢٠٠٨)
- ٩- منى السيد فؤاد موسى مصادر الإثارة والحدائة في الملصق الإعلاني "دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان رمضان (٢٠١٤)

ثالثاً: الدوريات العلمية

- ١٠ - عادل عبد الرحمن : دور اللون الفيزيائي في تصميم الملصق المعاصر، بحث منشور - المؤتمر العلمي السابع لكلية التربية الفنية "دور التربية الفنية في خدمة المجتمع العربي"، فبراير ، الجزء الاول، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان (١٩٩٩)
- ١١ - عزة محمود أبو السعود : " الملصق الورقي المطبوع وأثره وتأثره بمشكلات البيئة، بحث علمي منشور ، المؤتمر العلمي الخامس لكلية التربية الفنية، جامعه حلوان (١٩٩٥)

مستخلص البحث

يري الباحث أن دراسة وتحليل الفوتوغرافيا المفاهيمية يعطي للمصمم مجالاً متسعاً للإبداع والتفكير في تصميم الملصق الأعلاني، ومدى إمكانية الكشف عن دلالات بصرية للصورة الفوتوغرافية وعلاقتها بالفن المفاهيمي. ومن هنا يتساءل الباحث : كيف يمكن الإستفادة من دراسة وتحليل لفن الفوتوغرافيا المفاهيمية كمنطلق جديد يثري الملصق الإعلاني؟

ويهدف البحث إلى إستخلاص الأسس البنائية والفلسفية للفوتوغرافيا المفاهيمية إعتامداً على النظريات العلمية وتطبيقاتها في الملصق الإعلاني. وإثراء الملصق الإعلاني من خلال مداخل تجريبية وتقنية باستخدام الصورة الفوتوغرافية وبرامج الجرافيك. و إنتاج صورة فوتوغرافية تعتبر في حد ذاتها وحدة تشكيلية يمكن توظيفها بطرق مختلفة في الملصقات الاعلانية. ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بدراسة الفوتوغرافيا المفاهيمية وعلاقتها بالدلالات الفكرية البصرية وعلاقة الملصق الاعلاني بالفوتوغرافيا المفاهيمية وقامت بالتجريب في المداخل الفوتوغرافية وفق منظور فلسفة الفن المفاهيمي.

وتوصل إلى عدة نتائج من أهمها: توظيف الفوتوغرافيا المفاهيمية في الملصق الإعلاني أدى إلى استحداث مداخل جديدة يمكن من خلالها إثراء الملصق الإعلاني فنياً. واستخدام الفن المفاهيمي ساهم في خلق اتجاهات مستحدثة لصياغة وتصميم ملصقات معاصرة باستخدام الصورة الفوتوغرافية، يكون لها القدرة علي تحقيق الاهداف المنشودة.

Summary

The researcher believes that the study and analysis of conceptual photography gives the designer a wide scope for creativity and thinking in the design of the advertisement poster, and the extent to which it is possible to reveal the visual connotations of the photograph and its relationship to conceptual art. Hence, the researcher wonders: How can a study and analysis of conceptual photography be used as a new starting point that enriches the advertising poster?

The research aims to extract the structural and philosophical foundations of conceptual photography based on scientific theories and their applications in the advertising poster. Enriching the advertising poster through experimental and technical approaches using photographs and graphic programs. And the production of a photograph is in itself a formative unit that can be employed in various ways in advertising posters.

To achieve the objectives of the study, the researcher studied conceptual photography and its relationship to visual intellectual connotations, and the relationship of the advertising poster to conceptual photography, and experimented with photographic approaches according to the perspective of the philosophy of conceptual art.

And he reached several results, the most important of which are: Employing conceptual photography in the advertising poster led to the development of new approaches through which the advertising poster could be artistically enriched. The use of conceptual art has contributed to creating new trends for the formulation and design of contemporary posters using the photographic image, which have the ability to achieve the desired goals.