

## التتابع الابصاري في الملصقات الدعائية

م.م. مها مؤيد الناصر

م.م. رغد منذر احمد

### الفصل الأول

#### مشكلة البحث:

يعد الملصق وسيلة اتصالية بصرية يهدف لنقل فكرة ما للمتلقي بأسلوب واضح ومدرّس لتحقيق هدف اقتصادي أو اجتماعي أو سياسي يخاطب المتلقي وذلك من خلال اعتماد أساليب فنية مبتكرة تجذب انتباه المتلقي مما يحقق بالنتيجة الغاية والهدف الدعائي الذي يعلن عنه الملصق.

ويعد التتابع احد ابرز الأساليب الفنية المهمة التي ترتبط مع بقية الأسس التصميمية لتحقيق الشكل النهائي في تصميم الملصق الدعائي وإظهاره بصورة متنسقة ومترابطة تحقق جذبا لانتباه المتلقي إذ إن توزيع المفردات والعناصر التيبوغرافية على وفق تتابع بصري مدرّس ومنتظم من حيث الإشغال الفضائي للأهم ثم المهم مع التركيز على نقطة البداية التي تشد انتباه المتلقي ومن أول نظرة ومن ثم استدراجها باعتماد تخطيط مدرّس لبقية للعناصر التيبوغرافية مما يؤدي بالنتيجة إلى إيجاد حيوية وشدا لانتباهه وبأسلوب تتابعي منطقي يخدم الهدف الإعلاني للملصق.

بذلك فإن العلاقة المتبادلة ما بين فكرة الملصق واختيار العناصر التيبوغرافية تتألف مجموعة من الأساليب التنظيمية التي يتحدد على وفقها التتابع الابصاري للمتلقي فيؤدي بالنتيجة لإيصال الرسالة الإعلانية للملصق.

وعلى الرغم من أهمية توظيف الأساليب التنظيمية إلا أن الباحثة ومن خلال اطلاعها على مجموعة من الملصقات لاحظت قصور بعضها في توظيف الأساليب التصميمية الناجحة كونها اعتمدت اساليب عشوائية غير مدروسة فضلا عن افتقارها للمعرفة الفكرية ومهارة إيصال الرسالة الإعلانية للملصق. ومن خلال ما تقدم يمكن صياغة مشكلة البحث بالسؤال التالي:

ما هو دور الأساليب التنظيمية في تحقيق التتابع الابصاري في تصميم الملصقات الدعائية؟

## أهمية البحث والحاجة إليه:

١- يمكن أن يسهم البحث في التعرف على أبرز أساليب التتابع الابصاري الناجحة في تصميم الملصقات الدعائية .

٢- يفيد المتخصصين في مجال التصميم الإعلاني في تطوير الجانب المعرفي لأساليب التتابع الابصاري الناجح في المجال الإعلاني.

## هدف البحث:

إيجاد مرتكزات نظرية لأغراض تطبيقه لأساليب التتابع الابصاري المعتمدة في تصميم الملصقات الدعائية.

## حدود البحث:

### ١. حدود موضوعية:

التتابع الابصاري في الملصقات الدعائية.

### ٢. حدود مكانية:

الملصقات الصادرة عن شركة امنية للاتصالات المتنقلة في العراق.

### ٣. حدود زمنية:

الإعلانات الدعائية الصادرة خلال عام (٢٠٠٨م\_٢٠٠٩م).

## تحديد المصطلحات:

### ١. التتابع الابصاري:

يعرف على أنه: تشكيل في المسارات المرئية عند الرائي، فتشمل قدرة المصمم على أن يجعل المتلقي ينظر إلى نقطة بداية معينة ثم ينتقل منها إلى نقطة أخرى ثم

م.م. مها مؤيد الناصر

م.م. رعد منذر احمد

ثالثة وهكذا بطريقة تتابعيه وبنفس الإيقاع الذي يرمي إليه المصمم بما يخدم الهدف (١٤، ص١٦).

وعليه فان الباحثة تتبنى التعريف السابق كونه يتفق وهدف البحث.

## ٢. الملصق الدعائي:

يعرف على أنه: مطبوع يصمم من أجل أن يفهم من نظرة سريعة ، وهو يجمع مؤثرات أبصارية مباشرة ذات مقدرة على منافسة المحيط المشوش بصرياً ، ولكي يكون هكذا ينبغي ان يحتفظ بالوضوح والتميز(٩، ص١١).

ويعرف أيضا الملصق الدعائي على انه وسيلة اتصالية بصرية لنقل المعاني من المرسل إلى المستقبل ويستعان في العملية الاتصالية بفنون وأساليب عديدة تهدف إلى تحقيق الاتصال بين طرف وآخر(12، ص٤٣).

التعريف الإجرائي للملصق الدعائي : وسيلة اتصالية بصرية ذات رسالة دعائية، تجمع مؤثرات أبصارية قادرة على المنافسة وذلك باعتماد اساليباً تنظيمية متنوعة منها أسلوب التتابع الابصاري.

## الفصل الثاني: الاطار النظري

### المبحث الأول: التتابع الابصاري وأساليبه:

#### أ- مفهوم التتابع الابصاري في الملصق الدعائي:

يعد التتابع تشكيل في المسارات المرئية للمتلقى كونه يصمم مسارات رؤية من حيث الإشغال الفضائي للأهم ثم المهم حيث يسعى المصمم إلى جذب انتباه المتلقى نحو نقطة بداية معينة تمثل أهم العناصر الفاعلة في الإعلان ومن ثم الانتقال إلى نقطة أخرى وبشكل تتابعي بالنسبة لبقية المفردات وعلى وفق تخطيط فني مدروس لتوزيع العناصر المكونة للإعلان الدعائي.(٦، ص١٠٠)

وعلى المصمم مراعاة تحقيق التناغم والتناسق الحركي للعناصر المكونة للتصميم لإحداث استمرارية حركية متواصلة بين المفردات التصميمية ومن دون توقف مما

يدعو للتمعن في التصميم بالنتيجة إلى رسوخ الإعلان الدعائي لدى المتلقي ومن ثم تذكر رسالته الدعائية.

### التتابع الابصاري من خلال الحركة:

تعرف الحركة على أنها نقيض السكون فهي توجد الحياة وتعبر عنها، أي أنها استمرار الحياة والنظام الكوني يتمثل من خلال مجموعة عناصر متحركة تتكون بتوازاناتها وأنساقها متضمنة سياقات حركية متنوعة. (١٠، ص ٣٤).

وفي التصميم يقصد بالحركة الطريقة التتابعية لمسارات مرئية مترابطة مع حركة عين المتلقي لإدراك المحتوى الشكلي للملصق الدعائي وذلك بالانتقالات الإيهامية الحركية للمفردات المكونة للملصق.

هذا وتعد حركة العين من العناصر المهمة في تصميم وإخراج الإعلان الدعائي كونها توجه المسار الحركي لعين المتلقي من عنصر بنائي لآخر، فالعنصر البنائي يدخل في تكوين البنية الشكلية للملصق التي يبتكرها المصمم مما يضيف إيقاعاً حركياً متناغماً، فإيهام الحركة والإيحاء بها يكون من خلال الإيهام الحركي للشكل على الرغم من إن العمليات التصميمية تبدو وكأنها تتحرك وتتغير رغم من سكونها الواقع (٥ ص ٤٢).

وعند الحديث عن الحركة في التصميم الطباعي عامةً وفي تصميم الملصق الدعائي منه خاصةً، فإننا نتحدث عن حركة وهمية افتراضية يكون العين والدماع مسئولان عن إدراكهما وذلك بما يبتكره المصمم من وسائل وأساليب توحى بتغيير موضوع العناصر ضمن الفضاء التصميمي والذي نتج عنه شكل العلاقة التي تحكم العناصر، وباختلاف التحرك الابصاري أو الأسلوب الحركي فإن العين تتحرك بتتابع من مناطق التأثير العالي إلى مناطق التأثير الواطئ في التصميم ككل (١٣ ص ٨٠).

هذا ويمكن أن تكون الحركة على أنواع: (٣، ص ٣٥)

١. حركة خطية وبمسار مستقيم (أفقي\_ عمودي\_ وهمي).
  ٢. حركة شعاعية انتشارية مما يقود حركة العين نحو حدود التصميم.
  ٣. حركة تموجية والتي قد تتشكل من خلال موجة منتظمة أو غير منتظمة.
  ٤. حركة دورانية مما يقود المسار البصري حول مركز بصري أو محور معين.
  ٥. حركة دائرية توجه مسار العين وبشكل دائري أو بيضاوي.
  ٦. حركة اهتزازية والتي تعتمد على التشكيلات اللونية والملمسية والقيم اللونية.
- كما يمكن أن تظهر الحركة كعنصر جذب في تصميم الملصق وتضفي الاهتمام وهي ضرورية لإعطاء تأثير للملصق كما أنها تسهم في تحقيق وحدة الإحساس.
- بذلك فان حركة العين ذات علاقة مترابطة بجذب الانتباه والتي تحفز عين المتلقي ، إذ إن اللامألوفية الشكلية واللونية الجافة فضلاً عن العناصر المفاجئة كلها تعد عوامل تجذب عين المتلقي مما ينشأ بالنتيجة تتابعاً حركياً. (م، ٤، ص ١٠٠).

### التتابع الابصاري من خلال الاتجاه:

أن التتابع الابصاري لا يدرك إلا باتجاه والاتجاه يحقق التتابع الابصاري أي أن العلاقة متبادلة فيما بينهما، فالاتجاه يقصد به اتجاه المسلك البصري القائد لحركة عين المتلقي ، فهو يعطي الصفة الحركية للأشكال لكونها عملية أبصارية إدراكية شاملة مرتبطة بالقيم اللونية ومجمل العلاقات التصميمية فيكفي وجود اللون الحمر في موقع ما حتى يدرك المتلقي أن هناك أمر ما (٣، ص ٣٥).

وبناء عليه فإن اتجاه المسار الحركي للعناصر المكونة للتصميم سيكون على وفق تتابعي معين ومن الأهم إلى المهم وهكذا بالنسبة لبقية المفردات المكونة للتصميم.

### التتابع الابصاري من خلال التدرج:

يمثل التدرج الانتقالية المتسلسلة في التصميم، إذ يستخدم المصممون هذا النوع من التنظيم لإيصال الفكرة وعرضها بصورة تدرجية متسلسلة لا تباغت المتلقي. (٤، ص ٨٠)

ويعتمد التدرج على تنظيم الفواصل من خلال عنصران هما الفترات والوحدات أو الأشكال المكونة للتصميم، فكلما تدرجت تلك الوحدات في أتساعها كلما أدى ذلك إلى سرعة أو بطيء ، أو قد يكون متناقصاً أو متصاعداً لينشئ تشكيلات تنظيمية تثيري التصميم .

والتدرج يؤثر في حركة العين والإحساس المصاحب لها فضلاً عن ذلك فان التتابع وفق نسق متدرج يظهر قوة وتأكيد المفردة التصميمية المعلن عنها في الملصق.

### التتابع الابصاري من خلال السيادة:

تعد السيادة من أوضح الأسس المستخدمة في التصميم التي تعتمد غالباً على مثيرات الانتباه للتعبير عن فكرة الملصق ذلك إن كبر الحجم وشدة اللون ولامألوفية الموضوع والملمس كلها عوامل تجعل بعض العناصر تسود على العناصر الأخرى ضمن تكوين الملصق ، وهذا ما يقوم بيه المصمم من اجل تحويل كل العناصر التصميمية على وفق تتابع ابصاري متسلسل لإيصال فكرة ما يدعو لها الملصق.

(ووفقاً لنظرية الجشتالت فإن العين تدرك الكل قبل الجزء للوهلة الأول، ولكنها تتحول إلى الأجزاء الأكثر أهمية في عناصر التصميم ومكوناته والتي تشكل سيادة في مفهوم الأسس، ومن الطبيعي أن تختلف أولويات وأهمية العناصر في كل تصميم من التصميم، فحركة العين في التصميم ذات البعدين تبدأ من المفاتيح التي تفسر المطبوع كالعناوين والشعارات والرموز وغالباً ما تنصدر هذه الأشكال مكاناً بارزاً في المطبوع كالصحف و المجلات والملصقات.. الخ) (٤ ص ١٠٠).

إلا إن السيادة لبعض العناصر قد لا تكون مؤكدة بشكل يضمن جذب انتباه المتلقي للملصق الدعائي، ولكنها قد تبرز من خلال:

**أ-الخطوط المرشدة:** وهي الخطوط التي تتفق في توجيه التتابع الأبصاري نحو مركز السيادة في التصميم فتكون بقية العناصر مكملة لسير التتابع البصري(٧،ص٨٩).

**ب-السيادة عن طريق التباين:** والذي يشمل اتصاف عنصر ما بالسيادة دون غيره عن بقية العناصر فيحمل معنى تباينه أو اختلافه عن بقية العناصر الأخرى، مثل السيادة بالخط، بالاتجاه، الشكل، القيمة، اللون، الملمس، أو السيادة بالحجم.

ولكن تبقى هنالك أولويات من حيث الأهمية التصميمية عند تصميم الملصق الإعلاني والتي تحقق تتابعا إحصارياً يحدده المصمم تبعاً لتدرج الأهمية في توظيف العناصر التصميمية المكونة للملصق حيث يمكن وضع أولويات متسلسلة تبعاً لأهميتها مثل الصورة أو العنوان الرئيس (٨،ص١٥٦).

**المبحث الثاني: تنظيمات التتابع الابصاري:**

**ب-أساليب التنظيم للتتابع الابصاري:**

للنظام في التصميم أساليب تنظيمية متعددة فاختيار أسلوب ما يعتمد التآلف بين عناصر التصميم ومفردات العمل التصميمي وما يحمله من تعددية لونية وشكلية متنوعة مما ينشأ تتابعات أبصارية متنوعة تبعاً لأسلوب تنظيمها ضمن سياق العمل التصميمي(١١ص١٩٧).

فالأسلوب الفاعل هو الذي يوفق بين المتناقضات التي تفرضها ظروف العمل التصميمي مما يتيح المجال للارتجال والتصرف بحرية ضمن الوحدة الكلية للتصميم.

## ومن تنظيمات التتابع الابصاري:

### ١. التنظيم الشعاعي:

يعتمد هذا الأسلوب التنظيم الشعاعي للأجزاء المكونة للتصميم مما ينشأ تتابعات ابصارية متجهة نحو المركز أو قد تكون منطلقة منه(٤، ص١٠١-١٠٣).

### ٢. التنظيم الشبكي:

ويظهر هذا الأسلوب في التصميم وكأنه نسيج منظم ومتناسق الأجزاء المكونة للتصميم، وتكون الأجزاء متعادلة في قيمها بالنسبة لغيرها من الأجزاء فتبدو منتظمة وواضحة، ويبرز هذا الأسلوب في التصميم الزخرفية حيث ينشأ علاقات بسيطة للعناصر والأسس المكونة للتصميم(٤، ص١٠٣).

### ٣. التنظيم البؤري:

يمتاز هذا الأسلوب بوجود نقطة مركزية تبدأ منها حركة عين المتلقي لتحدد تتابعا ابصاري من الداخل إلى الخارج باعتماد نظام مركزي يتكون من مجموعة صور ثانوية تنظم حول صورة رئيسية لتكون نقطة جذب مركزية.

### ٤. التنظيم الخطي:

يعتمد الأسلوب الخطي على توجيه مدركات المتلقي الابصارية لتسلسل تتابع العناصر التيبوغرافية بالاستناد إلى طبيعة مسار العين أثناء القراءة حيث تتحرك في الاتجاه الأفقي من اليمين إلى اليسار (م١٦، ص١٢١).

### ٥. التنظيم التجميعي:

ينشأ الأسلوب التجميعي من خلال توزيع عناصر ومفردات تيبوغرافية وكرافيكية وعلى شكل تجمعات معينة قد تكون منتظمة أو غير منتظمة والتي تسهم في بناء فكرة موحدة يطرحتها الملصق وذلك بإنشائه تتابعات ابصارية مترابطة أو متقاطعة، وقد تبرز تتابعات ابصارية ذات أهمية عن غيرها فتظهر في المقدمة بينما تتوارى



التتابعات الأخرى تبعا لأسلوب تنظيم مسارها الأبصاري لكي يحقق الملصق الغاية من تصميمه (٤، ص ١٠٢).

### المبحث الثالث: الملصق الدعائي وعناصره التيبوغرافية:

#### أ- الملصق الدعائي وسيلة اتصالية:

يعد الاتصال عملية للإنتاج والنشر والاستقبال الواسع (للمعلومات والأفكار والحقائق والبيانات) التي يشترك فيها الأفراد والجماعات وعلى حد سواء، مما يسهم في زيادة المعرفة بكل ما هو جديد وذلك من خلال الإعلان وسائل الاتصال المتنوعة كالملصقات أو وسائل الاتصال الأخرى (٦، ص ٧٣).

فالمصق يعد من أشكال الاتصال المهمة والفاعلة في تحقيق التفاعل الإنساني والوجداني مع المتلقي مما يحقق اتصالا ايجابيا بالجمهور المتفاعل مع الإعلان أو الحدث المعلن عنه في الملصق،

هذا ولا بد من تحديد الهدف الرئيس للمصق فضلا عن أهداف فرعية أخرى يهدف لها الإعلان وذلك كي تمكن الشخص القائم بالاتصال نحو تخطيط منظم ومدرّوس لعملية اتصالية ناجحة باعتماد فكرة مؤثرة ومبتكرة في نفس الوقت ليتم نقل الرسالة وبنجاح.

#### ب العناصر التيبوغرافية للمصق:

يعتمد الملصق على اللغة التصويرية كوسيلة نقل واتصال وتأثير في المتلقي وذلك بتوظيف مفردات معبرة عن الحدث والمتجسدة بالصور والألوان والشعارات والعناوين والنصوص الغنية بمحتواها والعميقة بمعانيها.

فالمصق الدعائي يتكون من مجموعة عناصر تيبوغرافية والتي تشمل:

#### العنوان:

هو واجهة الملصق وعنصر تيبوغرافيا أساسيا في تصميمه وتحديد هيكلة العام ، ويظهر العنوان على أنواع منها الرئيس والثانوي (الفرعي) والذي يكتب بشكل

موجز وواضح مما يسهل عملية استيعابه كما انه يؤدي دورا تفسيريا لمضمون المادة المطروحة (١٥، ص ١٦٥).

هذا ولا بد من أن تتسم العناوين بالفاعلية المؤثرة في المتلقي وذلك بمصداقيتها وسرعة استيعابها وان تكون ضمن المستوى الثقافي للمتلقي فضلا عن تناسقها من حيث شكلها وحجمها ولونها مع بقية المفردات المكونة للملصق مثل الصور والأشكال والألوان لكي تظهر ككل متناسق ومتكامل في نفس الوقت.

### النصوص:

وهي مجموعة من الكلمات المتراسة والتي تكون عادة بحجم اصغر من العنوان الرئيس الا انها ذات أهمية كبيرة في تصميم الملصق الدعائي كونها تحمل تفصيلا وتوضيحا ذا أهمية كبيرة بالنسبة للإعلان.

### الأشكال:

وتتضمن الصور والرسوم والتخطيطات، كذلك الشعارات الموظفة في التصميم، فالصورة تعد من العناصر التيبوغرافية المهمة في تصميم الملصق وذلك لما تحدثه من تأثير فاعل ومؤثر في المتلقي إذ يمكنها أن تنقل فكرة كاملة دونما الحاجة لاستخدام مفردات نصية لاسيما أن توفرت فيها عناصر الفكرة الأساسية للملصق (٦، ص ٨).

هذا ولكون الصورة ذات رؤية بصرية مستقاة من الواقع مما يجعلها أكثر تعلقاً بذاكرة المتلقي واشد تأثيراً فيه بالنسبة لبقية المفردات كالرسوم، فالرسوم والتخطيطات تمثل الجانب الإبداعي للمصمم كونها تظهر فكرة ذات هدف واضح وصريح و تعتمد الاختزال الشكلي وذلك بابتكار منظور فني يتسم بالأمالوفية من حيث الشكل أو الحجم أو اللون أو تقنية التنفيذ مما يجعلها أكثر تأثيرا وجذبا لانتباه المتلقي مثل الرسوم الكاريكاتيرية .

أما تصميم الشعار في الملصق الإعلاني فيهدف التعريف بهوية الجهة المصدرة للملصق، فقد يظهر تصميمه منفردا أو ضمن التنظيم العام للملصق، وعليه ينبغي أن يتسم بالبساطة والابتكار في نفس الوقت كي يسهل تذكره وإدراكه بالنسبة للمتلقي.

### اللون:

يعد من العناصر التيبوغرافية المهمة جدا في تصميم الملصق لدور الفاعل في إظهار الأفكار والإيحاءات وزيادة جذب الانتباه ولإرتباطه بمعان ومشاعر سيكولوجية كونه يعد لغة إضافية يخاطب من خلالها المرسل متلقي الرسالة (٦، ص ٨٥).

ولا يقتصر استخدام الألوان في إظهار الجوانب الجمالية والوظيفية للملصق فحسب، بل يستخدم للتمييز ما بين مكونات الملصق والتركيز على الأجزاء المهمة وذلك باعتماد ألوان ذات قوة مؤثرة تشد الانتباه نحو الملصق مما يسهم في استيعاب المتلقي لفهم محتوى الرسالة الإعلانية للملصق.

### مؤشرات الإطار النظري:

١. إن الحركة في التصميم تشمل حركة عين المتلقي من عنصر بنائي لآخر ومن الأهم إلى المهم وعلى وفق تتابع مسار حركي يحدده المصمم بما يتفق وفكرة التصميم.

٢. للحركة أنواع منها الخطية، الإشعاعية، التموجية، الدورانية، الدائرية، والاهتزازية حيث سيحدد المسار البصري بحسب نوع التنظيم الحركي الموظف في الملصق.

٣. يحقق الاتجاه تتابعا بصريا لكونه يحدد اتجاه المسلك البصري لحركة عين المتلقي.

٤. التدرج هو احد الأساليب في التنظيم الشكلي للمفردات التصميمية وذلك من خلال اعتماد تتابع متدرجا سواء أكان متناقصا أو متزايدا أم متصاعدا سريعا أو بطيئا.

م.م. مها مؤيد الناصر

م.م. رغد منذر احمد

٥. اعتماد السيادة على مثيرات الانتباه لتحقيق الجذب البصري للمتلقي مما يحقق تتابعا بصريا يبدأ بالعناصر السائدة على التصميم.

٦. تعد اساليب (الشعاعي، الشبكي، البؤري، والتجميعي) من الأساليب التنظيمية المتنوعة للتتابع الابصاري والتي يتحدد على وفقها المسار البصري.

٧. يعد الملصق الإعلاني من وسائل الاتصال المهمة والفاعلة في المجال الدعائي كونه يوفر المعلومات للمتلقي ويثقفه بكل جديد ومبتكر.

٨. يعتمد تصميم الملصق الدعائي مجموعة من العناصر التيبوغرافية والتي يتحدد على وفقها التتابع الابصاري المتحقق تبعا لأسلوب تنظيمها كالعنوان والنصوص والرسوم والتخطيطات.

٩. يوظف اللون لزيادة جذب الانتباه فضلاً عن تمييزه للعناصر المكونة للتصميم.

### الفصل الثالث: إجراءات البحث

#### منهج البحث:

أعتمد البحث المنهج الوصفي لأغراض تحليل نماذج العينة وإيجاد مرتكزات للتتابع الابصاري في تصميم الملصقات الدعائية.

#### مجتمع البحث:

يتحدد مجتمع البحث بدراسة الملصقات الدعائية الصادرة عن شركة أمنية للاتصالات المتنقلة في العراق لعامي (٢٠٠٨م- ٢٠٠٩م) وبواقع (٩) ملصقات.

#### عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث بطريقة قصدية وبواقع (٤) عينات وذلك كونها:

١. تمتلك أساليباً تتابعية متنوعة تخص عنوان البحث.

٢. تعدد الأساليب الاظهارية التي تتفق مع البحث.

### أداة البحث:

تم اعتماد مؤشرات الاطار النظري والملاحظة كنقاط أساسية في أعداد استمارة تحليل نماذج عينة البحث والتي تم عرضها على عدد من الخبراء والمختصين (١) في مجال التصميم أظباعي والبحث العلمي لغرض الحصول على الصدق والثبات .

### تحليل نماذج العينات:

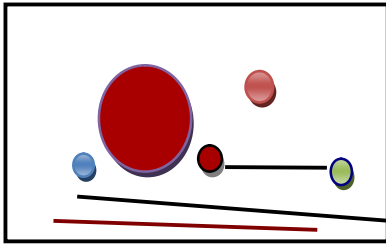
نموذج رقم (١):

الوصف العام

العنوان: إعلان تجاري عن شركة  
أمنية للاتصالات

سنة الاصدار: ٢٠٠٨

الوصف والتحليل:



اعتمد المصمم اسلوب التنظيم البؤري وذلك نتيجة للتوظيف المكاني للرقم (٥) وبأشغاله موقع ذي سيادة مرئية مؤثرة ضمن فضاء الملصق لكبر الشكل الرقمي بالنسبة لبقية المفردات فضلا عن استخدام اللون الاحمر والذي بدا جاذبا للانتباه، حيث مثل نقطة بداية

التتابع الأبصاري ومن ثم الانتقال لبقية المفردات النصية وشعار الشركة والتي بدت

١الاستاذ الدكتور خليل ابراهيم الواسطي ، دكتور ادور الاشقر ، دكتور حكمت العزاوي ،  
الدكتورة لبنى اسعد عبد الرزاق

اقل قوة من حيث حجمها وأسلوب توزيعها مما حقق تتابعا بصريا متدرجا من نقطة بؤرية تشد الانتباه ومن ثم الانتقال وبشكل تتابعي متدرج لبقية المفردات.

ولقد كان لتوظيف الفضاء التصميمي باللون الابيض مع اضافة تدرجات بسيطة باللون الازرق الفاتح في اسفل التصميم اثره في ابراز السيادة اللونية والمتمثلة بشكل الرقم (٥) وذلك نتيجة لتمايزه أحجمي بالنسبة لبقية المفردات التي بدت اقل اهمية من حيث حجمها او موقع اشغالها الفضائي والذي جاء مكملا للنقطة المركزية حيث بدت بقية المفردات وكأنها تدور بحركة دورانية حول نقطة مركزية وتتابع بصري بؤري متدرج من المهم الى المفردات الاقل اهمية لتدعم وتكمل مضمون الرسالة الاعلانية للملصق.

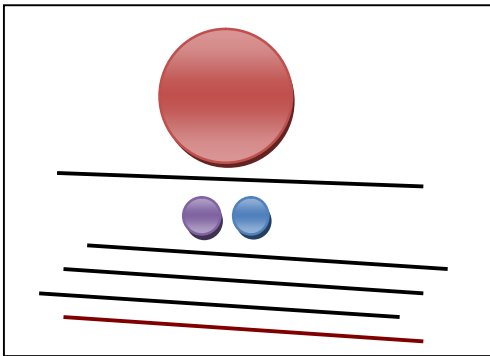
### نموذج رقم (٢):

الوصف العام: اعلان تجاري عن شركة أمنية للاتصالات

سنة الإصدار: ٢٠٠٨



### الوصف والتحليل:



لقد اعتمد المصمم اسلوب التنظيم الخطي الافقي في توزيع المفردات النصية المكونة للتصميم حيث جاءت المفردة النصية (أمنيه) لتحقيق سيادة بالحجم واللون وذلك نتيجة لاشغالها مساحة فضائية واسعة وبنيت اكبر بالنسبة لبقية المفردات النصية فضلا عن موقعها المتمركز في الجزء

الاعلى من التصميم مما جعلها مهيمنة على بقية المفردات من حيث حجمها وموقعها

م.م. مها مؤيد الناصر

م.م. رعد منذر احمد

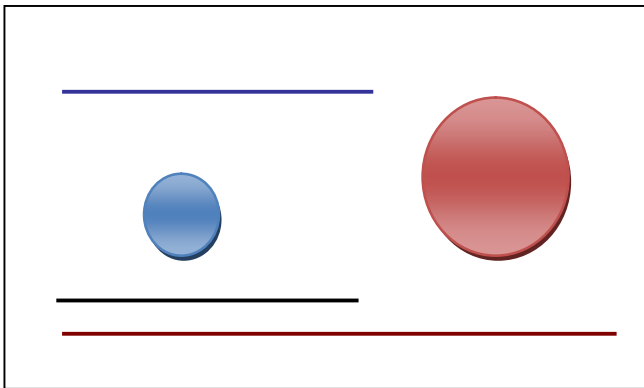
فضلا عن لونها الجاذب للبصر من حيث التباين اللوني للأزرق والأحمر الموظفان في العلامة التجارية للشركة المعلن عنها مما مثل بداية التتابع الابصاري ومن ثم الانتقال لبقية المفردات التصميمية التي ظهرت على شكل نصوصا كتابية وبحركة خطية متدرجة من حيث تنظيمها فبدت مكملة وداعمة للعنوان الرئيس مما اظهر نوعا من التتابع الرتيب في القراءة من اليمين إلى اليسار بدءا بشعار الشركة الذي ركز عليه المصمم ومن ثم الانتقال لبقية المفردات النصية الموظفة في التصميم.



نموذج رقم (٣):

الوصف العام: اعلان تجاري عن شركة

سنة الاصدار: ٢٠٠٨



الوصف والتحليل:

لقد اعتمد المصمم اسلوب التنظيـم التجميـعي حيث ظهرت لوحـدات التصميمية لتتخذ ثلاثة مواقع، فالموقع الاول في الجزء الايمن من

الفضاء التصميمي والمتمثل بشعار الشركة الذي ظهر بحجم كبير نسبيا بالنسبة لبقية المفردات المكونة للتصميم لتكّون نقطة شد مركزية سائدة

م.م. مها مؤيد الناصر

م.م. رعد منذر احمد

بالحجم و اللون الذي يحمله الشعار (الازرق والاحمر) فسحبت عين المتلقي لنقطة مركزية شادة للبصروالتي مثلت بداية التتابع الابصاري ومن ثم الانتقال نحو الانتقال للنص الكتابي (عراق أولاً) ليتجه للموقع الثالث والمتمثل بالرسم التخطيطي لخريطة العراق الذي اضيف لها سهمان متعاقبان ليحقق تتابعاً ابصارياً نحوهما مما اظهر حركة اهتزازية اعتمدت التشكيلات المتنوعة الموظفة في التصميم.

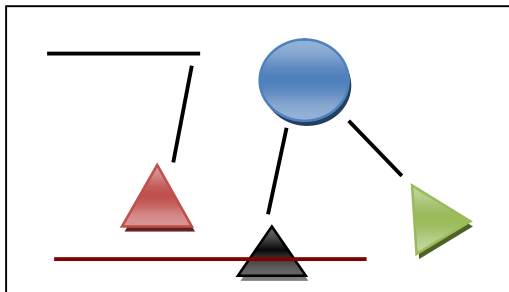
وعلى الرغم من أن المصمم حاول اضافة نوع من التنوع في توظيف شكل الخريطة الا انه اخفق في تحقيق الجانب الجمالي في تصميم الملصق كون ابعاد المفردات النصية غير منسجمة مع حجم الخريطة فضلا عن عدم توافقها الشكلي بالنسبة لبقية المفردات المكونة للتصميم.



نموذج رقم (٤):

الوصف العام: اعلان تجاري عن شركة أمنية للاتصالات

سنة الإصدار: ٢٠٠٨



الوصف والتحليل:

لقد تم اعتماد اسلوب التنظيم أشعاعي في تنظيم العناصر التيوغرافية للملصق الأعلاني حيث بدا شعار الشركة كنقطة مركزية جاذبة ظهرت في الجزء الاعلى من التصميم نتيجة



لتمايزها من حيث الشكل والموقع واللون بالنسبة لبقية المفردات الموظفة في التصميم أما بقية المفردات فقد ظهرت بالتوظيف الصوري لاشخاص ظهورا وهم يتجهون بأنظارهم نحو شعار الشركة.

كما ان الموقع المتمركز لشعار الشركة فضلاً عن التنظيم الشكلي لبقية المفردات كذلك اعتمدت سيادة شكلية في توحيد اتجاه النظر ، شكّل مسارات لحركة شعاعيه متتابعة نحو الأعلى (شعار الشركة ، عبارة مستقبل الاتصالات في العراق ) لتنتقل نحوها ومنها بقية المفردات الموظفة في التصميم.

### الفصل الرابع (نتائج البحث)

#### النتائج:

١. تم تحقيق تتابع ابصاري متدرج تبعا لأهميته في توظيف العناصر التصميمية كما في النموذج (١)، (٢).

٢. صحت السيادة مبدأً مهماً وفاعلاً في تحديد آلية التتابع الأبصاري وعلى وفق توزيع العناصر التصميمية وبحسب أهميتها بالنسبة للإعلان كما في النموذج (١)، (٢)، (٣)، ولم يحقق النموذج (٤) ما تم ذكره في تحقيق السيادة.

٣. إن تحديد مراكز جذب بؤري يحقق شداً بصريا لجزء معين من التصميم ثم تنتقل العين لمسارات أخرى أقل أهمية من حيث حجمها ولونها وأسلوب توزيعها كما في العينة (١).

٤. حقق أسلوب التنظيم الخطي تتابعا ابصاري رتبيا بالنسبة لبقية الأساليب كما في النموذج (١).

٥. اعتمد أسلوب التنظيم التجميعي لتكوين مسارات تتابعية بين نصوص كتابية متعددة تتطلب جذب انتباه عين المتلقي أولاً بشكل كتابي بارز حجماً او لونياً، لقرائنها و استيعاب الرسالة الإعلانية كما في النموذج (٣).

٦. تحقق التتابع الابصاري وفقاً لأسلوب التنظيم الشعاعي كما في النموذج (٤).

م.م. مها مؤيد الناصر

م.م. رعد منذر احمد

٧. اكتسبت النصوص الكتابية فاعليتها في إيصال الرسالة الدعائية للملصق وبصورة مباشرة من خلال التتابع الابصاري المتسلسل كما في النموذج (١)، (٢)، (٣)، (٤).

٨. استخدم التباين اللوني كما في النموذج (١)، (٢)، (٣)، (٤) فضلاً عن التباين الشكلي كما في النموذج (٣)، (٤) لكسر رتابة الانسجام التام للمفردات التصميمية.

### مرتكزات أساليب التتابع الابصاري:

١. أن الأساليب التنظيمية هي التي تحدد المسلك التتابعي لحركة عين المتلقي وذلك من خلال إيقاعات بصرية متنوعة تبعاً للأسلوب المستخدم في الملصق.

٢. يتخذ اتجاه مسلك عين المتلقي في الملصقات الدعائية تتابعاً ابصارياً على وفق أولويات أهمية العناصر التيبوغرافية بانسياب حركي متدرج للإيصال الرسالة الدعائية للملصق.

٣. يعد التنظيم البؤري والتنظيم أشعاعي من الأساليب التنظيمية المحققة للشد البصري للمتلقي لكونها تركز على الأجزاء المهمة من الإعلان فضلاً عن إضفاءها للحركة بالنسبة لبقية أجزاء التصميم.

### المصادر:

- ١- إسماعيل شوقي : الفن والتصميم ، كلية التربية ، جامعة حلوان ، ١٩٩٦ .
- ٢- الجبوري ، خليف محمود : العلاقة بين التعدد الصوري والتنظيم المكاني في تصاميم الأعلان التجاري ، رسالة ماجستير ، كلية الفنون الجميلة ، ٢٠٠٥ .
- ٣- الجبوري ، ستار حمادي : العلاقات اللونية وتأثيرها على حركة السطوح المطبوعة في الفضاء التصميمي ، أطروحة دكتوراه ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، ١٩٩٧ .
- ٤- الحسيني ، أياد : فن التصميم (الفلسفة - النظرية- التطبيق )،الشارقة ، دائرة الثقافة والاعلام،ج٣.
- ٥- الربيعي ، عباس جاسم : الشكل والحركة والعلاقات التصميمية في العمليات التصميمية ثنائية الابعاد ، أطروحة دكتوراه ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة، ١٩٩٩ .
- ٦- رعد منذر أحمد : دلالات الرموز في تصاميم الملصق السياسي ، رسالة ماجستير ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٢ .
- ٧- رياض عبد الفتاح : التكوين في الفنون التشكيلية ، النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٤ .
- ٨- عبد الرضا بهية داود : بناء قواعد لدلالات المضمون في التكوينات الخطية ، أطروحة دكتوراه ،كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، ١٩٩٧ .
- ٩- العزاوي ، ضياء :فن الملصقات في العراق ، وزارة الاعلام ، مطبعة الاديب ، بغداد ، ١٩٧٤ .
- ١٠-الغانم ، احمد فيصل رشك: مفهوم الحركة في التصميم الطباعي، رسالة ماجستير، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، ١٩٩٨ .
- ١١-فتوري ، روبرت : التعقيد والتناقض في العملة ، ترجمة سعاد عبد علي مهدي ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، ط١ ، ١٩٨٧ .

م.م. مها مؤيد الناصر

م.م. رعد منذر احمد

١٢-محمد مصالحة :دراسات في الاعلام العربي ، مركز التوثيق الاعلامي لدول الخليج العربي ، السلسلة الاعلامية الثالثة ، بغداد ، ١٩٨٤ .

١٣-الناصر ، مها مؤيد : التصوير المجسم ( hologram ) وتطبيقاته في التصميم الطباعي ،رسالة ماجستير ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٥ .

١٤-نصيف جاسم محمد : مدخل في التصميم الاعلاني ، بغداد ، ٢٠٠١ .

١٥-هايم ، الكسندر : التسويق للمبتدئين ، مكتبة جديد ، ٢٠٠١ .

١٦-الوحيشي ، كمال عبد الباسط : اسس الأخراج الصحفي ، ط١، منشورات جامعة قارا يونس بنغازي ، ١٩٩٩ .

## الملاحق

استمارة محاور التحليل				
١_	أساليب التتابع الابصاري	متحقق	إلى حد ما	غير متحقق
أ.	من خلال الحركة			
ب.	من خلال الاتجاه			
ج.	من خلال التدرج			
د.	من خلال السيادة			
٢_	تنظيمات التتابع الابصاري			
١.	التنظيم الشعاعي			
٢.	التنظيم الشبكي			
٣.	التنظيم البؤري			
٤.	التنظيم الخطي			
٥.	التنظيم التجميعي			

التتابع الابصاري في الملصقات الدعائية

م.م. رعد منذر احمد

م.م. مها مؤيد الناصر

العناصر التيبوغرافية للملصق				٣_
			العنوان	١.
			النصوص	٢.
			الأشكال ( الرسوم_ التخطيطات)	٣.
			الألوان	٤.