

## الصورة الفوتوغرافية بين تصميم الملصق و التوعية لفيروس كورونا The Role of the Photography in Designing Awareness Posters for COVID-19

م. د/ محمد حسين محمد حجاج

مدرس قسم الاعلان- كلية الفنون التطبيقية جامعة دمياط

**Dr. Mohammed Hussein Mohammed Haggag**

Lecturer at Advertising Department - Faculty of Applied Arts, Damietta University

[Haggag2007@gmail.com](mailto:Haggag2007@gmail.com)

### الملخص:

يعد الملصق احد اهم الوسائل الفعالة التي تربط بين المصمم والمتلقي، والصورة المرئية المعبرة ذات الدلالة عن موضوع مكافحة مرض فيروس كورونا المستجد ( **Coronavirus disease COVID-19** ) والتي تساعد على التعرف عليه وكيفية الوقاية منه، وأصبح عاملا نفسيا وأداة استرشادية مهمة ، حيث يساعد على الوقاية والتأثير علي المتلقين بتعديل السلوك والوقاية منه قدر الإمكان ، وفي الآونة الأخيرة اوالي اهتماما كبيرا لتصميم ملصقات التوعية البصرية بمرض فيروس كورونا المستجد، وتعد الصورة بأنواعها من العناصر الاساسية التي تسهم في البناء الفني لتصميم الملصق، وتتمتع بنفوذ هائل وقوة إقناع فائقة جعلت منها احد أقوى عناصر العملية الاتصالية ، ويتباين استخدام الصورة المعاد صياغتها و الصورة الواقعية الفوتوغرافية بدون تعديل، ويمكن لها أن تلعب دورا كبيرا في جذب انتباه المتلقين ، وقد تضي تأثيرات إيجابية ومن هنا يبرز الدور الذي يمكن أن تلعبه الصورة في تصميم ملصقات التوعية لفيروس كورونا ، والتعبير بصورة حقيقية عن هويته وطبيعته و دوره في التأثير و توعية وارشاد المتلقين، و يعتمد تصميم الصورة الفوتوغرافية على إبداع المصور وتمكنه من استخدام عناصر الصورة لإنتاج تصميم ابتكاري جديد ، وقد ساعد التطور التكنولوجي المعاصر على إنتاج الصور الفوتوغرافية بشكل أسرع من ذي قبل، وإمكانيات التحكم في الدرجات اللونية و عمل بعض التعديلات أو التحسينات بالصورة في وقت اقل بل أعطت بعض الكاميرات إمكانية التعديل بسهولة ويسر فائق و التكنولوجيا هي مفتاح الفوتوغرافيا و ترجمة مع عين المصمم الفوتوغرافي المبدع الذي ينتج صورة اصيلة وابتكارية، ومع تطور برامج المعالجة الرقمية للصور الفوتوغرافية مثل الفوتوشوب تم إدماج بعض الخصائص التي مكنت من الإسراع من الوصول لتوازن فوتوغرافي مميز تصميميا وتقنيا، من هنا تكمن اهمية الدراسة .

### الكلمات المفتاحية:

الصورة الفوتوغرافية، التصميم، ملصقات التوعية.

### Abstract:

The poster is considered as one of the effective way linking the designer and the recipient. The visual, expressive, meaningful photograph has been expressed in the topic of fighting Coronavirus disease (COVID-19), which helps in identification and prevention of this virus. It also has an important psychological effect on the recipient and a guiding tool for controlling the spread of the virus, in addition to its direct impact on recipients' behavior modification in infection control efforts as much as possible.

In the recent period, great attention has been paid to designing posters for visual awareness of the emergence of the new (COVID-19). The image with its all different types is considered as one of the basic elements that contribute to the artistic construction of the poster design, and it

has tremendous influence and superior persuasive power, which made it the strongest component of the communication process.

The using either the reformulated image or the photorealistic image without modification, can play a major role in attracting the attention of recipients and may add positive effects, hence the role that the image can also play in designing awareness posters for the (COVID-19) and expressing it in a real way its identity, nature and role in Influencing, educating, and mentoring recipients The design of the photo depends on the creativity of the photographer and his ability to use the image elements to produce a new innovative design, and the contemporary technological development has helped to produce the photos faster than before, and the possibilities of controlling the tones and making some adjustments or improvements to the image in a less time, but rather gave Some cameras have the ability to adjust easily and with great ease. The technology is the key to photography and translation with the eye of the creative photographer who produces an original and innovative image. Hence the aim of the research.

### Key words:

Photography, design, awareness posters.

### المقدمة:

الصورة جوهر الفنون البصرية بما أنتجته من لغة جديدة استحوذت به على الطاقة البصرية لدى الإنسان، فاعتقلت عقله ومخيلته (مادي 2015). كما أشار أرسطو فالصورة تملأ الحياة وتغزو الأمكنة والأزمنة، فتثاقف الصورة اقتحمت إحساسنا الوجداني لأن الصورة تؤثر تأثيرا عميقا في المتلقي، إنها تترك بصمة واضحة في مخيلته وذاكرته (الحميد 2008). و للصورة دور للتوعية وللوقاية من فيروس كورونا المستجد (Coronavirus disease COVID-19) بصريا من خلال الملصق الخاص بالتوعية لمجموعة من نصائح للعامة لتصحيح المفاهيم المغلوطة (الغامدي 2007). من خلال الفكر والحس والرؤية يتم تحديد جوهر الصورة (سيرزسني 2003) كما في الشكل رقم ( 1 ) ملصق للتوعية يوضح تصميم لملصق لنصفين من الصور الشخصية النصف الأيمن لفتاة ترتدي الكمامة والنصف الأيمن لفتي يرتدي ماسك تنفس الأوكسجين ومكتوب باللغة الإنجليزية، أي قناع تفضل؟ وفي النصف الأيمن أسفل مكتوب كوفيد - 19 حملة التوعية 2020 وفي النصف الأيسر ارتدي القناع للمصلحة العامة.



(الشكل رقم 1) (Sajan 2020))

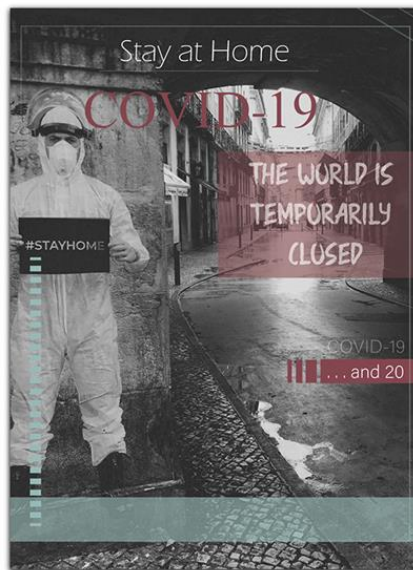
وترتبط الصورة بالخيال ارتباطا وثيقا فبواسطة الخيال ونشاطه تنفذ الصورة إلى مخيلة المتلقي فتطبع فيها بشكل معين وهيئة مخصوصة ناقلة إحساس الفنان اتجاه الأشياء وانفعاله بها وتفاعله معها (سيرزسني 2003). كما في الشكل رقم (2) والذي يوضح الخيال من خلال ملصق منفذ لصالح شركة للألعاب ليغو (مكعبات للأطفال) توضح طفل داخل غرفة يلعب بطائرة من المكعبات خلال نافذة مفتوحة ومكتوب باللغة الإسبانية، لا تخرج، حلق مع ليغو..



(الشكل رقم 2) (Villanueva et al. 2020)

الصورة الفوتوغرافية ليست مجرد أطار يجمع بين زواياه مجموعة من الأشياء الجميلة أو المرعبة التي لا هدف لها، فعالم التصوير فن له أسسه وعلم له قواعده وله استخداماته الجادة والهادفة في كثير من المجالات كالتعليم والطب والإعلام والمتعة وغيرها (أرمز 1992) كما في الشكل رقم (3).

فالصورة لا تمتلك إلا وظيفتها لأنها محددة بغاية تتجاوزها، إنها مضمون بصري حامل لواقعة إبلاغيه بصرية من علامات ممثلة على حد تعبير بارت (جاكوب 2006) أن قيمة الصورة تتمثل في الأفكار المتولدة عنها وهي علاقة الصورة بالمفهوم وقد سعي المصمم دوما إلى بناء صورة للفكر ولأوليياته ، وفي ارتباط مع مادته الأصلية، فإن المفهوم يستدعي إدراكات ومشاعر جديدة تشكل الفهم غير الفلسفي للملصق(دولوز 1997). وفي وقتنا الحالي لعبت الصورة بأشكالها المختلفة دورا أساسيا في تشكيل وعي الإنسان المعاصر بأشكال إيجابية حينا وبأشكال سلبية حينا آخر حتى باتت



(الشكل رقم 3) (Harutyunyan, n.d.)

تحتل مكانة كبيرة والوحيدة في التواصل مع الآخر , فهي تحمل جانبين متعارضين ومتكاملين هما ؛ الجانب الدلالي والجانب الجمالي أي ما يتضمنه الملصق دون قوله بشكل مباشر بل هو متجذر في ثنايا الملصق ورموزه الموحية (حسن, n.d). للصورة جانبين إخباري يصف ما تمثله الصورة، ويشير إلى الموضوع، الصورة ذاتها. إخباري يصف ما تمثله الصورة وجانب رمزي يدرج الموضوع ضمن سجلات غير مرئية. حيث يتضمن الرمزي بكل امتداداته، التي لا يمكن أن توجد إلا في الذات الناظرة، القدرة على الكشف عن سياقات جديدة، ضمن سجلات غير مرئية في الظاهر(غويتي 2012).

### أولاً: مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في التساؤل التالي:

- ما مدى إغفال أهمية ملصق التوعية كوسيلة اتصال مؤثرة بحضورها التعبيري والرمزي وقدرته على ترجمة الأحداث المؤثرة بشكل فعال؟، وهل لملصق التوعية منذ بدء الجائحة وحتى الآن دور فعال في المجتمع؟ وما هي أهم التغييرات التي طرأت عليه شكلاً ومضموناً؟

### ثانياً: فرض البحث:

وللإجابة على التساؤل المطروح في مشكلة البحث يفترض الباحث الفرض التالي:

- أن ملصق التوعية على اعتباره فن تسجيل ومساعدة في تغيير الحدث الإنساني، قد طرأت عليه اختلافات من ناحية الشكل والمضمون نتيجة التغييرات التي تطرأ على المجتمع سياسياً واجتماعياً واقتصادياً وخصوصاً مرض فيروس كورونا المستجد (Coronavirus disease COVID-19) حتى يكون مسائراً ومعبراً عن الفترة الزمنية التي يظهر فيها فيكون بذلك قوة فعالة ومؤثرة.

### ثالثاً: اهداف البحث:

(1) وصف وتحليل الصورة الفوتوغرافية ودورها في إثارة خيال المصمم ودفعه لاتجاهات تصميمية جديدة للملصقات الخاصة بالتوعية.

(2) تفسير دور الصورة في الملصق الخاص بالتوعية لوضع اسس لاستخدامها.

(3) معرفة تأثير الملصق الخاص بالتوعية في سلوك المتلقين وبخاصة تجاه الجائحة الحالية.

### رابعاً: أهمية البحث:

تنحصر أهمية البحث في التالي: -

1- التأكيد على الدور الهام للاتصال الفعال للصورة الفوتوغرافية ودورها من الناحية التقنية والجمالية في ملصق التوعية كوسيلة اتصال بصري مؤثر بعناصره التشكيلية المختلفة.

### خامساً: تحديد المصطلحات:

#### 1- الصورة الفوتوغرافية.

أ- لغة: الصورة إحدى ظواهر الطبيعة وهي إما حقيقة أو خيال، وقد جاء في لسان العرب لابن منظور: الصورة في الشكل والجمع صور، وقد صوره فتصور، وتصورت الشيء، توهمت صورته، فتصور لي. ويقول ابن الأثير: الصورة ترد في لسان العرب على ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته وعلى معنى صفته، يقال: صورة الفعل كذا وكذا أي هيئته، وصورة الأمر كذا وكذا أي صفته، وإذا شاهد الإنسان صورة ما ينفعل بها ويدركها إدراكاً حسياً(ابن منظور, 1968) ، والإدراك الحسي هو: "الأثر النفسي الذي ينشأ مباشرة من انفعال حاسة أو عضو حاس... وهو يعني الفهم أو التعقل بواسطة الحواس، وذلك كإدراك ألوان الأشياء وأشكالها أو أحجامها أو أبعادها بواسطة البصر".

**2- فوتوغرافيا – (photography)**

كلمة فوتوغرافيا يونانية الأصل تتألف من مقطعين الأول (photo) وتعني (الضوء) أما الثاني (graphs) تعني (الكتابة) وعند جمع المقطعين تعني الكتابة بالضوء أو (الرسم بالضوء) (م. م. جاسم 2014) ويعرف التصوير الفوتوغرافي أيضا بالتصوير الضوئي ويعرف أيضا بأنه فن يمكن من خلاله الحصول على صور للأشياء بواسطة فعل الضوء على أسطح حساسة للضوء (معجم المعاني الجامع - معجم الوسيط - معجم اللغة العربية المعاصرة)

ب: اصطلاحا: التصوير هو إبراز الصورة إلى الخارج بشكل فني بعد مرورها بمخيلة المصور وكما يقول المثل الصيني فإن "الصورة أبلغ من ألف كلمة" ولكم هزت صورة إعلامية من خلال التلفزيون أو السينما أو الصحف مشاعر الناس وفجرت ثورات، ويتوقف أثر الصورة على خصائص مستقبل الرسالة الإعلامية وقدرته على استيعاب مغزاها وفهمها وفك رموزها، خاصة مع التطور الكبير والمذهل في التعامل مع الصورة إنتاجا وتركيبا وتوزيعا وتحكما في الحجم يمكن من خلاله الحصول على الأحجام التالية:

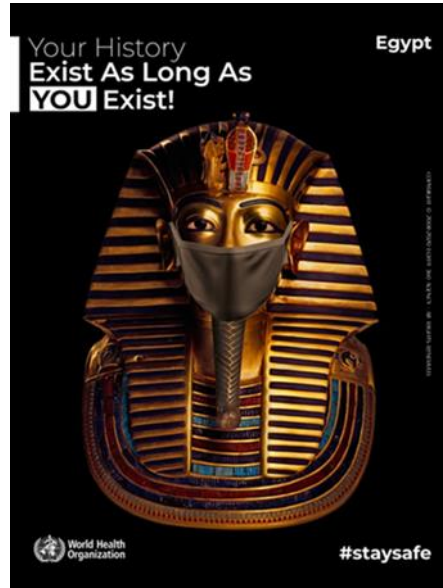
- اللقطة العامة- اللقطة المتوسطة- اللقطة القريبة- اللقطة الصدرية- اللقطة الكبيرة- اللقطة الكبيرة جدا ,الصورة الإشهارية :- "وهي صورة خاضعة لقصد مسبق لا يمكن فصله عن غاياته التواصلية في الميدان (الإشهارى) " (س. بنكراد 2009) **التعريف الإجرائي** " هي الصورة الموظفة في التصميم وتكون ذو طابع تعبيرى ، إشاري .

ويعد الملصق ملصق التوعية أحد وسائل الاتصال الجماهيرية التي ترتبط بالخدمات الصحية للتوعية بمرض أو جائحة و التي تقدمها المؤسسات أو الجهات الرسمية ، فضلاً عن نشر الوعي الصحي وفق الأساليب الإخراجية المرتبطة بالعناصر التيبوغرافية (كالصور والرسوم) أو التعبير بالكلمات والمعاني (العزاوي 2004). ويعد الملصق الخاص للتوعية من مرض فيروس كورونا المستجد (Coronavirus disease COVID-19) أحد أنواع فنون الملصقات و الذي يكون موجهاً إلى المجتمع كرسالة بصرية ذات خطاب يعتمد على التوجيه والحث والإرشاد الصحي ولاسيما الوقاية من الأمراض الوبائية التي تواجه الإنسان المعاصر.

الملصق الخاص للتوعية هو أحد أنواع الملصقات التوعوية والخاصة بالإرشاد.

**1- مفهوم الصورة الأسطورة (الفوتوغرافية) وتصميم الملصق للتوعية:**

الصورة متعددة المعاني فالتعبيرات المختلفة لكلمة الصورة ذات معان متعددة ومختلفة و أصدر بارت مقالا هو خاتمة كتابه "أساطوريات" تحت عنوان: "الأسطورة اليوم". أعطى فيه للأسطورة معنى جديدا هو "الأسطورة نسق تواصلية، إرسالية، وهو ما يعني أن الأسطورة ليست موضوعا ولا مفهوما أو فكرة، إنها نمط في الدلالة، إنها شكل"، فكل شيء يمكن أن يكون أسطورة ما دام الموضوع الأسطوري ( فكرة صورة سلوك ما، شيء ما ) مدرجا ضمن شبكة اجتماعية تمنحه معنى. إن الصورة الفوتوغرافية أيضا، موضوعا أسطوريا، تتضمن رسالة إيديولوجية ما بلورها المجتمع، ثقافة وتاريخ وفي النهاية مع خطاطة فكرية أو سلوكية جماعية تُشترط الإنتاجات الرمزية المختلفة لمجموعة اجتماعية ما(كمال 2015) كما في الشكل رقم ( 4 ) والذي أنتجته منظمة الصحة العالمية ويوضح فكرة البقاء على قيد الحياة في قناع بعنوان قناع هو أفضل تأمين على الحياة , أن أهم وسيلة لتحسن شكل الملصق ومحتواها هي استخدام الصورة الفوتوغرافية بفعالية أكبر، وبظهور الحدث الجائحة والبقاء في المنزل اصبحت مواقع الأنترنت شارع الرؤية الجديدة لعرض الملصقات بعد الجائحة فالصور يمكن أن تجذب المتلقين للمواقع الإلكترونية ، أجل الاستحواذ على وقت المتلقي الوحيد أمام شاشة الجوال او الكمبيوتر الشخصي، فالصور الجيدة يمكن عن طريقها توصيل المعلومات إلى الملقيين من حيث جذبهم إلى متون القصص الخبرية التي تحتوي على المزيد من المعلومات (صالح 1988) كما في الشكل رقم ( 5 ) ويوضح النجاة من الفيروس فقط بغسل اليدين.



(الشكل رقم 4) (Gahramy and Ashraf 2020)



(الشكل رقم 5) (Verde 2020)

أن الصورة وسيلة تعبير، واتصال تربطنا بتقاليدنا (Joly 2011) فتلعب الصورة العنصر الأساسي والقوي في تصميم الملصق للتوعية ولها الدور الهام والأكبر في جذب المتلقي ذهنيا ووجدانيا وحركيا والتأثير عليه وذلك عن طريق المعاني وقدرتها على ترسيخ المعنى للمشاهد والتكامل بتجليها في مهامها التعبيرية. (ن. جاسم 2007)

الصورة الفوتوغرافية عليها قراءة الرموز التي تحملها من معان وأفكار وتؤكد على تثبيت المعلومات في الذاكرة وخلق جو من الواقعية، كما أنها تحتوي على جانبين هامين يؤثران في إدراك رسالة الملصق الخاص بالتوعية ومن ثم يؤثران على أفكار واتجاهات المتلقي وهما الجانب الدلالي، والجانب الجمالي، فهناك صور تظهر بدلالات واضحة ومباشرة وصور أخرى تحتاج إلي الغوص في أعماقها لفهم معانيها وصور أخرى تتداخل فيها الدلالات مع المعاني والأشكال والمضامين (قطب 2008).

**2- دور الصورة في الملصق (الإيضاح Illustration):**

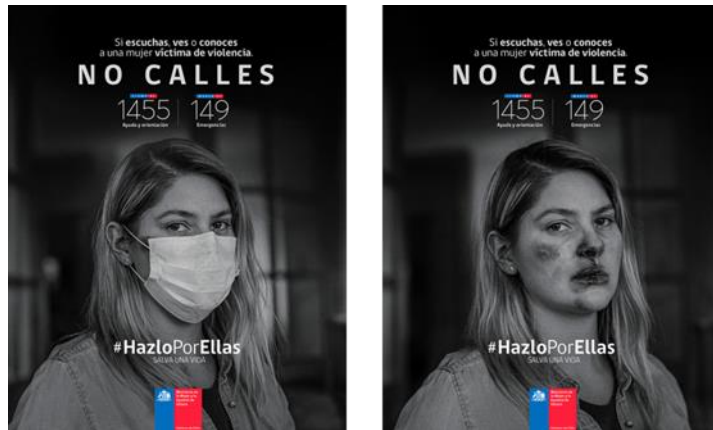
لما كانت الصورة هي غرض مرئي وبصري "و لا تقتصر على انها مجرد غرض جمالي يتناقله الناس وينظرون إليه، بل هي أبعد من ذلك (أومون 2013) ، لذا فإن قراءة الصورة منحت النص الكثير من المدركات والتعميمات التي تثير المتلقي ، فقد شحنته بدلالات بصرية متنوعة ، فالصورة تتحكم بيسر في الانفعالات ، بينما يتحكم السرد البصري في بلورة المفاهيم . إن العين تروض وتضفي طابع الألفة على كل ما يحيط بها، لكون الصورة تتمتع بقابلية للانتشار والذبوع والشيوع والفهم أكثر من غيرها، نظرا لكونها أكثر قابلية للتقبل بسرعة، كذلك يمكن استخدام التوريات البصرية لأغراض أكثر جدية، إن المعنى المزدوج لتراكب صور يمكن أن يوظف للحصول على تأثيرات - متنوعة ومتعددة - ساخرة أو للإيحاء بتراكيب سريلية " فالصور المشوهة هي صور مجازية شوهدت عمدا" (أودان 2006) لذلك نجدها جاءت منتقاة بعناية فائقة. فهناك صور تظهر بدلالات واضحة ومباشرة وصور أخرى تحتاج إلي الغوص في أعماقها لفهم معانيها فهة واقعية وصور أخرى تتداخل فيها الدلالات مع المعاني والأشكال والمضامين (كمال 2015) للصورة في الملصق يثير بارت في معرض حديثه عن الإيضاح الإشكالية التالية: ما هي البنية الدالة للإيضاح، "هل تحل الصورة محل بعض المعلومات الخاصة بالنص من خلال استطراد، أم تضيف معلومات خاصة بالصورة؟" الصورة Image , إليكم هذا التعريف النادر الذي قدمه بارت للصورة في معناها العام الصورة ( فوتوغرافيا) حسب اشتقاق قديم تعين، ترتبط الصورة بالجزر imitari المحاكاة، إن الحس المشترك يرى هو أيضا في الصورة بؤرة لمقاومة المعنى باسم فكرة أسطورية للحياة: الصورة تمثيل، أي هي في نهاية الأمر بعث، يعتقد البعض أن الصورة هي نسق ضحل في علاقته باللسان، والبعض الآخر يعتقد أن الدلالة لا يمكن أن تستنفد مجمل دلالات الصورة. والحال أن الصورة، خاصة إذا كانت الصور تقليصا لحجم المعنى و الغاية الرئيسية للملصق الخاص بالتوعية عن فيروس كورونا المستجد فهيا الإيضاح ويتحقق من خلال التالي: "

1- توضيح الهوية: الدلالات الممكنة المحددة لملامح الوجه وهينة ولغة الجسد وفي حالة التوضيح البصري يتعلق الأمر بنشاط إدراكي. والإدراك عادة يفرض نفسه على الذاكرة، لأنه يقلص من إمكانات التخيل والتخمين، ليبقى الوجه هو الهوية، من خلال ملصق يوضح صورة لوجه عليه لفائف بلاستيكية شفافة ومكتوب قاتل شفاف ابق في البيت .. ابق آمنة أنت لا ترى ذلك قادمًا ، تشعر فقط أنه يبدأ! فيروس كورونا، ولذلك يعطي أمبرتو إيكو للصورة الشخصية "صفة دليل مؤشري يشبه اسم العلم الذي يحيل بالضرورة إلى مرجع فيزيقي لون البشرة تقاسيم الوجه / العمر/ اللباس (الحدادي 2006) كما في الشكل رقم ( 6 )



(الشكل رقم 6) (Osama 2020)

**3- التقصي:** فإن فعل التقصي السوري يؤدي وظيفتين: الأولى: الإقناع إن الخاصية المميزة في الصورة هي نقل الأشياء كما هي عليه في ظاهرها. مما يضيف عليها بعدا توثيقيا. وهو جانب مهم للملصق الخاص بالتوعية ، والغرض تعديل سلوك معين مثل بعض الملصقات الخاصة بالعنف ضد المرأة في اسبانيا في ملصقين بنفس الهيئة بالكمامة وبدونها والذي يشدد عند سماع أو مشاهدة أو التعرف على امرأة ضحية للعنف التبليغ علي ارقام تليفون للمساعدة والتوجيه والطوارئ و ذلك نتيجة الحجر المنزلي والتي اظهرت بعض المشاكل النفسية مثل العنف ضد المرأة ، فكان التقصي السوري ادي اول وظيفة وهي الأقناع من خلال صورة لسيدة مرتدية الكمامة للتوثيق الجائحة وعلي الوجه كدمات لرصد وتوثيق الإيذاء البدني الذي تعرضت له هكذا جاءت الصورة وسيلة مهمة وفعالة، للوقوف علي المشكلة والتوجيه لحل لها بواسطته التقصي نهجا منتقلا بين لغة تعبيرية تصويرية بصرية , كما في الشكل رقم (7)



(الشكل رقم 7) (Catalán et al. 2020)

الثانية تمثيل حي ويكون من جهة القارئ الذي تصيبه الدهشة، حين يرى صورة لوسيلة نقل جماعي مكتظة، ، بعين المصور الذي التقطها، فيشعر هذا القارئ وكأنه يعيش اللحظة نفسها في الالتزام بالبقاء بالمنزل كما في الشكل رقم ( 8 ).



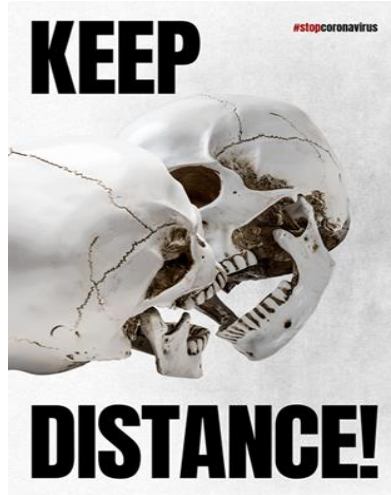
(الشكل رقم 8) (Fathalla 2020)



**3- التحيز:**

عادة يوصف التحيز بأنه فعل تواصل غير متوازن، تحيز له أي حيابه وتحيز لرأيه ومن وجهه نظر الباحث التحيز ملائم لمثل الظروف بالعبور الي نهاية سعيدة للجائحة وبالنسبة للصورة، يعد التحيز سمة أساسية في تركيبها، كما في الشكل رقم

(9)



(الشكل رقم 9) (Pih 2020)

الذي يظهر تحيز لصورة فوتوغرافية معبرة عن الجائحة في رسالة توضح أن في التقارب هلاك للبشرية وهي للترهيب وحث جمهور المتلقين قبول فكرة البقاء في البيت والتباعد للبقاء حي وعلى هذا النحو تراه يسلط الضوء على نواحي القصور، ومن ثم يضع مقترحات وحلولاً.

4- الإرفاد: وتحتة نوعان: الأول إرفاد تعقيب، وموطنه متأخر، حيث تقع الصورة بعد تمام المقدمة السردية، وفيها يوجه المتلقي للتدرب على إبعاد الأخبار السيئة أيضاً بعدم قراءة الكثير من أخبار فيروسات التاجية يمكن أن يتسبب في القلق والتوتر، حماية صحتك العقلية، الممهدة لظهور المكون الصوري بعدها كما في الشكل رقم (10) والثاني إرفاد تميم، وموطنه متوسط، بحيث تأتي الصورة في أثناء المقدمة الممهدة لظهور الصورة (غبان 2016)



(الشكل رقم 10) (Cabanillas 2020)

**4- ما يقوله النص ولا تقوله الصورة:**

ومن الواضح أن ما يقوله النص هو ما يؤطر الصورة في الملصق، إذ يستثير النص سلسلة من الانفعالات التي تهرب من المرئي، لتحتمي بالمسموع الذي يستعصي عادة على جموح الخيال المعهود. كما في الشكل رقم (11).

**5- ما تقوله الصورة ولا يقوله النص:**

في هذا السياق نذكر ما قاله معزوز (معزوز 2014) بأن: " الصورة إثبات لا نفي، ووظيفتها الإظهار، وفي الإظهار إثبات"، وآية ذلك أن الصورة لا تحمل ما يستعصي على النظر، فإما أن يكون مرئياً أو لا يكون، أو كما يقول غويتي (غويتي 2012) "إن غاية كل تواصل بصري هي استنفار لكم هائل من الأحاسيس التي تتوسل بالنظرة أكثر مما تستدعي اللفظ لإدراك مداها، إنها مبنوثة في الحجم واللون والشكل والامتداد"، لأن الصورة تتدفق بين أنظارنا دون أن نعلم أين العلة من المعلول، وأين السبب من النتيجة، ودون أن نعرف مسوغات الوقائع، ولا الروابط بين الأفعال والدوافع.



(الشكل رقم 11) (August 2020)

**النتائج:**

تكمن نتائج البحث في الآتي:

- 1- للصورة الفوتوغرافية أثر إيجابي في جذب انتباه المشاهد للملصق الخاص بالتوعية. كما تساهم بشكل كبير في تحقيق التواصل بين المشاهد للملصق الخاص بالتوعية.
- 2- تحقق الصورة الفوتوغرافية إبراز مضمون الملصق الخاص بالتوعية عن طريق الدلالات التي تبعثها في عملية الاتصال.
- 3- لكل صياغة في الملصق الخاص بالتوعية معاني ودلالات بصرية مستوحاه من مضمون الحدث .
- 4- تؤثر صياغة الصورة في اظهار وابرار العناصر ذات الدلالة بالصورة.

**التوصيات:**

- دراسة دور الملصق الخاص بالتوعية ويعد أحد أكثر أنواع الاتصال البصري تأثيراً على الشعوب والمجتمعات "فهو أحد أشكال فنون الملصقات، وهو وسيلة بصرية فعالة، تستخدم للتأثير في المتلقي واستمالاته إلى فكرة أو عقيدة معينة.
- ما مدى مصداقية الدور الرئيسي الذي يلعبه الملصق الخاص بالتوعية وهو اتخاذ موقفاً من قضية راهنة يجري تداولها في مرحلة زمنية معينة، ويتفاوت توظيف هذه الوسيلة من مكان لآخر.
- إلى أي حد يستخدم الملصق الخاص بالتوعية كظاهرة حضارية تواكب عصرية الإنسان وتطور عقليته، وأهمية التأثير على الرأي العام، والتنشئة الاجتماعية وتوعية الشعوب لسلوكيات جديدة للتعامل العالم ما بعد جائحة كورونا.

## المراجع

- Av gust, Ruslan. 2020. COVID-19. russia. [https://www.behance.net/gallery/94551485/COVID-19?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7C Corona posters.](https://www.behance.net/gallery/94551485/COVID-19?tracking_source=search_projects_recommended%7C%20Corona%20posters)
- Cabanillas, Guadalupe. 2020. News Distancing. Spain. [https://www.behance.net/gallery/95320825/News-Distancing?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7Cpandemic posters.](https://www.behance.net/gallery/95320825/News-Distancing?tracking_source=search_projects_recommended%7Cpandemic%20posters)
- Catalán, Dani, Diego Rojas, Tomás Gutiérrez Weil, David (Pate) Espinosa, Sebastián Vega, Diego Torres, and Matías Cubillos. 2020. HazloPorEllas. Chile. [https://www.behance.net/gallery/96248865/HazloPorEllas?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7C%20HazloPorEllas.](https://www.behance.net/gallery/96248865/HazloPorEllas?tracking_source=search_projects_recommended%7C%20HazloPorEllas)
- Fathalla, Andrew. 2020. STAY SAFE STAY HOME POSTERS 2020. Egypt. [https://www.behance.net/gallery/95665431/STAY-SAFE-STAY-HOME-POSTERS-2020?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7Cpandemic.](https://www.behance.net/gallery/95665431/STAY-SAFE-STAY-HOME-POSTERS-2020?tracking_source=search_projects_recommended%7Cpandemic)
- Gahramy, Arkan, and Hedeya Ashraf. 2020. HISTORY X COVID-19. egypt: Egypt 360. [https://www.behance.net/gallery/97933835/HISTORY-X-COVID-19?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7CCorona posters.](https://www.behance.net/gallery/97933835/HISTORY-X-COVID-19?tracking_source=search_projects_recommended%7CCorona%20posters)
- Harutyunyan, Anna. n.d. Cover COVID-19. Armenia. [https://www.behance.net/gallery/100055305/Cover-COVID-19.](https://www.behance.net/gallery/100055305/Cover-COVID-19)
- Joly, Martine. 2011. L'image et Les Signes. Paris: Armand Colin.
- Osama, Ahmed. 2020. COVID-19 Stay Home.. Stay Safe. Egypt. [https://www.behance.net/gallery/98640563/COVID-19-stay-home-stay-safe?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7CCorona posters.](https://www.behance.net/gallery/98640563/COVID-19-stay-home-stay-safe?tracking_source=search_projects_recommended%7CCorona%20posters)
- Pih, Evgeniy. 2020. No Title. Ukraine. [https://www.behance.net/gallery/94567849/Coronavirus-posters-Keep-distance-Stay-at-home?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7Cpandemic posters.](https://www.behance.net/gallery/94567849/Coronavirus-posters-Keep-distance-Stay-at-home?tracking_source=search_projects_recommended%7Cpandemic%20posters)
- Sajan, Surya. 2020. Covid-19 Awareness Camp. India. [https://www.behance.net/gallery/99319137/Covid-19-Awareness-Camp-Poster.](https://www.behance.net/gallery/99319137/Covid-19-Awareness-Camp-Poster)
- Verde, Antonio. 2020. Istayathome-POSTERS-Serie- COVID-19. Italy. [https://www.behance.net/gallery/94542339/istayathome-POSTERS-serie-COVID-19?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7Cmanifesto antropófago.](https://www.behance.net/gallery/94542339/istayathome-POSTERS-serie-COVID-19?tracking_source=search_projects_recommended%7Cmanifesto%20antropofago)
- Villanueva, Miguel Alonso, Jolin Ivan Panta Zegarra, Renato Olcese, Lato La Torre, and Koki Piscocoya. 2020. No Title. Peru. [https://www.behance.net/gallery/101162773/LEGO-No-salgas-Vuela?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7CCorona virus .](https://www.behance.net/gallery/101162773/LEGO-No-salgas-Vuela?tracking_source=search_projects_recommended%7CCorona%20virus)

armaz rawy ,1992,loghat al sora fe al cinema al moasera ,targamet saeed abd el mohsen , al hyaa el ama lelktab .

أرمز, روي. 1992. لغة الصورة في السينما المعاصرة Edited by ترجمة سعيد عبدالمحسن. مصر: الهيئة العامة للكتاب.

Odan , Rojeh ,2006, al cinema w entag al maana , targamet faez bshor, soriya, mnshorat wezaret el thakafa .

أودان, روجيه. 2006. السينما وإنتاج المعنى، ترجمة فائز بشور. سوريا: منشورات وزارة الثقافة.

omon, jak , 2013, al sora , targama reta al khori , birot , al monazama al arabya lel targama .

- أومون, جاك. 2013. الصورة، (ترجمة ريتا الخوري). بيروت: لمنظمة العربية للترجمة.
- Al hedawy, tae, 2006, cinemaeyat al taaweel, al entag w mante al dalala, bayroot, al dar al arabya , al markaz al thkafi al araby.
- الحدادي, طائع. 2006. سيميائيات التأويل (الإنتاج ومنطق الدلالة). بيروت: الدار العربية: المركز الثقافي العربي.
- Al hameed, shaker abd, 2008, al fnon al basarya w abkaryat al edrak, cairo, al hyaa al masrya al ama lel ktab
- الحميد, شاكر عبد. 2008. الفنون البصرية وعبقورية الأدراك. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب
- Al ezawy, nabil ahmed fouad , 2004, wakea tasamem al molsakat al ershadya al shya w emkanyat tatwerha , kolyat al fnon al gamela gameat baghdad.
- العزاوي, نبيل أحمد فؤاد. 2004. "واقع تصاميم المصمقات الإرشادية الصحية وإمكانية تطويرها، ر، كلية الفنون الجميلة". جامعة بغداد.
- Al ghamedi, ahmed abd el rahman , 2007, thakafet al sora w atharaha al egtmaee w al tarbawi , al ordon , gameat fladelfya.
- الغامدي, أحمد عبد الرحمن. 2007. ثقافة الصورة وأثرها الاجتماعي والتربوي. الاردن: جامعة فلادلفيا.
- Bnkrad, saeed , 2009, al sora al eshharya , alyat al eknaa w al dlala , byroot, al markaz al thkafii al arabi .
- بنكراد, سعيد. 2009. الصورة الإشهارية - آليات الإقناع والدلالة. بيروت: المركز الثقافي العربي.
- Gasem, moseb mohamed, 2014, al tasweer al dawee fan w tknyat , al erak .
- جاسم, مصيب محمد. 2014. التصوير الضوئي فن وتقنيات. العراق.
- Gasem, nasef, 2007, al awlama w khadabha al etsaly fe tasmem al afeesh alsenemaee , bhth mnshoor mn rsala doctora al mogalad al academii, gameat baghdad , 65.
- جاسم, نصيف. 2007. "العولمة وخطابها الإتصالي في تصميم الأفيش السينمائي". حث منشور من رسالة دكتوراه المجلد الأكاديمي - جامعة بغداد, 65.
- jab, louis, 2006, al waseet al cinemaee, targamet nabeeh hamzawi , soriya, manshorat w zart al thkafa.
- جاكوب, لويس. 2006. "الوسيط السينمائي" In , edited by سورييا: منشورات وزارة الثقافة.
- Hasan , salwa mahmoud aly, estedlal al sora fe tasmem al hamalat al elanya al mowagha lel shabab .
- حسن, سلوي محمود علي. n.d. استدلال الصورة في تصميم الحملات الإعلانية الموجهة للشباب".
- Doloz, geel , 1997, falsafet el sora, targamet hasan oda, soriya, mnshorat wezaret el thakafa .
- دولوز, جيل. 1997. فلسفة الصورة Edited by سورييا: منشورات وزارة الثقافة.
- Sersosni, peter, 2003, gamalyat al tasweer w el edaah, cairo, al tbaee al araby leltabe w al nashr w al twzee .
- سيرزسني, 5 ببتز. 2003. جماليات التصوير والإضاءة. القاهرة: مركز الحضارة العربية للنشر.
- saleh, ashraf, 1988, ekhrag al sohof al arbya al sadera belenglezya, cairo, al tbaee al araby leltabe w al nashr w al twzee
- صالح, أشرف. 1988. إخراج الصحف العربية الصادرة بالإنجليزية. القاهرة: الطباعي العربي للطبع والنشر والتوزيع.
- Ghaban, maryum, 2016, al tasweer al photography , tagalyat w taraek eshtghalah fe al rehla al hegazy mokarabat cinemaeya fe al dal al icony w hodod al taeel , mgalet al adab w el olom al ensanya 23(1), 21.
- غبان, مريم. 2016. "التصوير الفوتوغرافي: تجلياته وطرائق اشتغاله في الرحلة الحجازية مقارنة سيميائية في الدال الأيقوني وحدود التأويل". مجلة الآداب والعلوم الانسانية 23 (1): 21.
- Ghowety , 2012, al sora al mokwenat w altaweel , targamet saeed bnkrad , bayrot al dar al bydaa, markaz al thkafa al arabi .

غويتي. 2012. الصورة المكونات والتأويل، (ترجمة سعيد بنكراد) Edited by بيروت/الدار البيضاء: مركز الثقافي العربي.

kotb,mayson mohamed ,2008, al boed al maarefii lel swar al photagraphya w dorha fe tahkek efadet el amlya al etsalya le elanat al bareed al mobasher ,mgalet olom w fnon 20:108.

قطب, ميسون محمد. 2008. "البعد المعرفي للصور الفوتوغرافية ودورها في تحقيق أفاءة العملية الإتصالية لإعلانات البريد المباشر." مجلة علوم وفنون 20: 108.

Kamal , abd el rahman , 2015,al kamos el basary and barth,44:42.

كمال, عبدالرحيم. 2015. "القاموس البصري عند بارث" 44: 42.

Mady,abd el bary mohamed ,2015,abaad al sora w dlaltha al falsfya , mgalet el gamaa , 2015.

مادي, عبدالباري محمد. 2015. "أبعاد الصورة ودلالاتها الفلسفية." مجلة الجامعة, 2015 .

<http://search.mandumah.com/Record/770781>.

Mazoz , abd el ally,2014,flsaft el sora bayen al fan w al twasol,al dar al beda , efrica el shark.

معزوز, عبد العاللي. 2014. فلسفة الصورة / الصورة بين الفن والتواصل. الدار البيضاء: أفريقيا الشرق.

Manzor , gamal el deen ebn,1968,lesan el arab,bayroot,dar sader.

منظور, جمال الدين ابن. 1968. لسان العرب. المجلد الر. بيروت: دار صادر.