



مقالة بحثية

التصميم الجرافيكي وسيلة إتصال للتأثير على المجتمعات منذ القرن الثامن عشر وحتى القرن العشرين.

* هناء عبد الحميد شاور

* دراسة بمرحلة الماجستير، قسم الجرافيك، تخصص التصميم المطبوع، كلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان.

البريد الإلكتروني: hanaa.shawer@gmail.com

تاريخ المقال:

- تاريخ تسليم البحث الكامل للمجلة: 05 يناير 2021
- تاريخ تسليم النسخة المنقحة: 08 مارس 2021
- تاريخ موافقة هيئة التحرير على النشر: 15 مارس 2021

الملخص:

تعتبر الوظيفة الأساسية في التصميم الجرافيكي هي الإتصال، و يعتمد التصميم الجرافيكي بشكل مباشر على الإتصال البصري الذي يدركه الإنسان من خلال حواسه المختلفة و الذي يؤثر بالتالي على الفرد و المجتمع و يظهر على العديد من مناحي الحياة. و لقد ظهر ذلك التأثير جلياً على مدار التاريخ، فعلى سبيل المثال عندما زادت أعداد المثقفين في أوروبا في القرن الخامس عشر مع انتشار التصميم الجرافيكي على هيئة الكتب المطبوعة، و في القرن الثامن عشر عندما أثر الملصق الترويجي في فكر و ثقافة المجتمع في روسيا حيث روج لنموذج المرأة العاملة، كما كان له أثراً على تحويل المجتمعات في القرن التاسع عشر لمجتمعات أكثر استهلاكية، أما في القرن العشرين استخدم الملصق الدعائي "البروباجاندا" في دول التحالف و ألمانيا كأداة للتأثير على كافة فئات المجتمع المستهدفة للمشاركة في الحرب العالمية الأولى.

الكلمات المفتاحية: التصميم الجرافيكي – الإتصال – الإعلان المعاصر – المجتمع.

المقدمة:

الإنسان بطبيعته كائن تفاعلي، يؤثر و يتأثر ببيئته المحيطة به، ويحاول تفسير ما حوله من خلال حواسه و إدراكه. و يعتبر التصميم الجرافيكي متمثلاً في الملصق الإعلاني أحد المكونات و بالتالي المؤثرات المتواجدة في البيئة المحيطة بنا. و لقد بات من الضروري محاولة لاستكشاف و تحليل مدى أهمية و تأثير الملصق الإعلاني سواءً على الفرد أو المجتمع، و الذي بالضرورة يجب أن يبدأ من خلال معرفة كيفية اتصال و إدراك الإنسان بشكل عام لكل ما يحيط به. و تعد أهمية الملصق الإعلاني في كونه أداة هامة يفترض أن لها دوراً في التأثير على الفرد و المجتمع و يصل تأثيرها إلى حد تغيير فكر و معتقدات الفرد و المجتمع و بالتالي التأثير على الجوانب المختلفة في مصير و طبيعة الأمم و الشعوب. و لذلك بات من الضروري محاولة تحليل ذلك الأثر، و خاصةً في بعض المجتمعات الأوروبية في الفترة منذ القرن الثامن عشر و حتى القرن العشرين و التي تعتبر فترة خصبة جداً للبحث و تحليل مدى تأثير الملصق الإعلاني، حيث ظهرت العديد من التغييرات الجذرية في بعض الجوانب الإجتماعية و الفكرية و السياسية آنذاك و التي قد تكون تأثرت بشكل قوي بالملصق الإعلاني. و الجدير بالذكر أن تلك الدراسة قد تثير الكثير للدارسين و العاملين في مجال الإعلان بحيث يوضح مدى فعالية الملصق الإعلاني، ما يلقي على عاتق المصمم الجرافيكي المسؤولية في عملية التصميم و التنفيذ في اختيار العناصر و الأدوات المناسبة لإيصال الرسائل الموجهة للجمهور بشكل مناسب و ناجح.

مشكلة البحث: لقد بات التصميم الجرافيكي أحد عناصر البيئة المحيطة بنا في العصر الحالي، و التي تؤثر بالضرورة على الإنسان و بالتالي المجتمع. و لذلك بات من الضروري طرح السؤال التالي:

فروض البحث: يفترض البحث ما يلي:

- 1- أن تلقي الجمهور للتصميم الجرافيكي يرتبط بنظرية الإتصال.
- 2- أن للتصميم الجرافيكي دوراً فعالاً في التأثير على المجتمعات.

أهداف البحث: يهدف البحث إلى ما يلي:

- 1- التعريف بالجانب الوظيفي الأساسي للتصميم الجرافيكي.
- 2- التعريف بالإدراك.

3- تقصي تأثير التصميم الجرافيكي على المجتمعات في الفترة من القرن الثامن عشر و حتى القرن العشرين.

أهمية البحث: ترجع أهمية البحث لما يلي:

1- يساعد البحث في محاولة معرفة مدى قوة و أهمية التصميم الجرافيكي و كيف يمكنه أن يكون أداة قوية و مؤثرة للتأثير على فكر و سلوك المجتمعات ما يفتح المجال لدارسي و مصممي الجرافيك في التعرف على مدى تأثيره و رفع وعيهم بتلك المسؤولية.

2- يخدم البحث التخصصات المختلفة المتقاطعة مع التصميم الجرافيكي مثل التسويق و علم النفس و الاجتماع و دراسة سلوك الفرد و الجماعة و الربط بين ذلك السلوك في المجتمعات المختلفة نظراً لما يتعرض إليه الإنسان المعاصر من مؤثرات بصرية مختلفة حوله في كل مكان في شكل تصاميم جرافيكية.

حدود البحث: تتمحور حدود البحث فيما يلي:

الحدود الزمانية: منذ القرن الثامن عشر و حتى القرن العشرين.

الحدود المكانية: أوروبا بالإضافة إلى ما يمكن التشعب له في دول الإتحاد السوفيتي و أمريكا.

منهجية البحث: يتبع البحث المنهج النظري من خلال النقاط الخاصة بتعريف المفاهيم الأساسية التي يقوم عليها البحث من حيث الإدراك كقوابة رئيسية لكيفية استقبال الإنسان للمثيرات الخارجية من حوله، و المجتمع كمادة أساسية للتحليل و الإختبار و مفهوم و نظرية و عملية الإتصال. كما يتبع النظام التحليلي من خلال وصف و تحليل الملصقات الإعلانية المشار إليها في متن البحث و تأثيرها على المجتمعات التي نشرت فيها في الفترة من القرن الثامن عشر و حتى القرن العشرين.

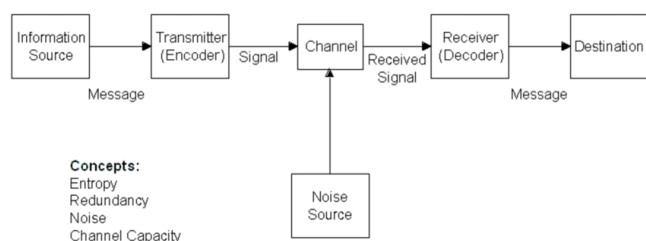
تعريف مفهوم المجتمع:

يعرف المجتمع بأنه مجموعة أو مجموعات من الأشخاص الذين تضمهم صفات أو أفكار متشابهة و تحدهم روابط و معايير متفق عليها أو أعراف إجتماعية و مصالح مشتركة أو تضمهم حدود جغرافية واحدة. و يعرف المجتمع على أنه مجموعة من الأشخاص الأحياء و ليست مجموعة من الأفكار فحسب، و تحاول تلك المجموعات الإستمرار في البقاء و التكيف مع الظروف المحيطة المختلفة و الأحوال المتغيرة. و قد تتغير طرق دراسة و تعريف المجتمعات من خلال النظر إليها سواءً من المنظور الأخلاقي، السياسي، الثقافي و غيره. و تعتمد المجتمعات منذ قديم الأزل و في عصرنا الحالي على الإتصال في خلق عملية التواصل التي تشكل المجتمعات و تؤثر فيها، و فيما يلي تعريف الإتصال.

Rosengern* عملية الإتصال على أنها العملية التي يتم بمقتضاها يقوم المتلقي على فهم و استيعاب الرسائل التي يتقبلها عن طريق خلق معنى لتلك الرسائل متأثراً بالجوانب النفسية، الفكرية، الثقافية و الإجتماعية. و حيث أن عملية الإتصال تتم في التصميم الجرافيكي من خلال المؤثرات البصرية في صورة ألوان و رموز و كتابات، و لذلك تنتقل الباحثة في النقطة التالية لتعريف الإتصال البصري.

نظرية الإتصال:

و تعتبر نظرية الإتصال التي طورها عالم الرياضيات كلود شانون* Claude Shannon في عام 1948م أحد أهم نظريات الإتصال و التي زعم إمكانية تطبيقها على أي نوع من أنواع الإتصال نظراً لبساطة فكرتها، و يوضح شكل (1) شرح مبسط لتلك النظرية و التي تعتمد على أن المرسل هو مصدر المعلومة Information Source و هو الذي يقوم بإرسال رسالة ما Message من خلال قناة للتواصل Channel ثم يقوم المستقبل بتحويلها إلى إشارات أو رموز توضح معناها قبل أن تصل إلى الوجهة النهائية Destination، و اعتمدت تلك النظرية على كيفية نقل أكبر كم من المعلومات من خلال قناة التواصل بدون التأثير على معنى و جودة المعلومات Noise Source، كما أنها ركزت على فكرة الإتصال في حد ذاتها و تناولتها كعملية ذات اتجاه واحد يقوم فيها المرسل بإرسال رسالة محددة إلى مستقبل واحد أو مجموعة من المستقبلين، و تعتبر عملية الاتصال في هذه النظرية عملية نشر و تدفق للمعلومات ينشر فيها المرسل رسالة إلى المستقبلين من خلال الكشف عن معناها في تلك الرسالة، و ينظر لها بطريقة رياضية بحثية.



• كلود شانون: (1916 – 2001م) هو عالم رياضيات أمريكي، و مهندس كهرباء، و مصور تشفير معروف باسم "أبو نظرية المعلومات" و يشتهر بتأسيسه لنظرية المعلومات بنشره لورقة علمية تاريخية بإسم "نظرية رياضية للتواصل"، في عام 1948م.

هناء عبد الحميد شاوور

تعريف الإتصال Communication:

تعني كلمة الإتصال في اللغة العربية بمعنى "المشاركة مع" أو "جعل الوصول إليها متاحاً بشكل عام" أو "المناقشة معاً". و يطلق تعبير الإتصال الإنساني للإشارة إلى حركة تبادل المعلومات و الأفكار و المشاعر بين الناس، سواءً كان المتبادلين فردين أو جماعة صغيرة أو حتى جماعات متعددة، كما يعرف الإتصال على أنه فن نقل و توصيل المعلومات و الأفكار و وجهات النظر من شخص لآخر أو من مجتمع لآخر. و ترجع كلمة إتصال في اللغة الإنجليزية Communication إلى المصطلح اللاتيني Communis أي مشترك أو Common و تعني أيضاً "المشاركة".

عملية الإتصال Communication Process:

تحدث عملية الإتصال في مجال الأفراد و المجموعات و تقوم على تبادل الرسائل اللفظية أو الحركية، المصورة أو المكتوبة أو المسموعة من خلال وسيط ناقل بغرض تكوين معنى و إحداث أثر ذهني أو معرفي أو سلوكي على المتلقي، يهدف إلى الإقناع أو الإعلام أو تغيير الرأي أو إحداث سلوك ما. و قد ينظر على عملية الإتصال في الأساس على أنها عملية ترمز، باعتبار أن هناك مصدر يرسل الرموز بوسيلة من الوسائل ليستقبلها طرفاً آخراً و يقوم بتسجيل تلك الرموز و تفسيرها من خلال معرفته و خبراته و شخصيته، و ذلك باعتبار أن الإنسان ليس مجرد كائناً ناطقاً، وإنما هو أولاً و بالذات كائناً رامزاً و صانعاً للرموز. و تعتمد عملية الإتصال على نقل معنى بين الأفراد، باعتبار أنها العملية التي يؤثر من خلالها الجهة المرسله في المستقبل سواءً فرد أو مجموعة، فيتغير سلوك ذلك المستقبل متأثراً بتلك العملية، و بالإضافة إلى ذلك فإن عملية الإتصال تتضمن كل التفاعلات التي تحدث منذ بدئ إرسال رسالة ما إلى المرسل إليه عن طريق الصورة التي تحتوي على عدة عناصر و رسوم أو صور أو كتابات أو حتى الكلمة و هي كلها رموز، و التي عن طريقها يتفهم المستقبل محتوى الرسالة و بالتالي تتم مشاركته للمرسل في أفكاره أو رفضها. و يعرف كارل إريك روسينجربين Karl Eric

• هو البروفيسور كارل إريك روسنجرين: 1932 – 2013م أحد أهم الباحثين في مجال الإتصال في أوروبا في العقد الماضي، و هو أيضاً مؤسس "الجريدة الأوروبية للإتصال"، لعب دوراً هاماً في تطوير علوم الاتصال في شمال أوروبا وفي الحصول على اعتراف دولي بها. و لقد قام بتأليف كتباً في مجالات الإتصال ظهر فيها اهتمامه بتأثيرها و وسائل الإعلام على المجتمع و الثقافة.

بحوث في التربية الفنية والفنون، المجلد (21)، العدد: 2 ©

تمثل هذا النوع من الإتصال و يترجمه الإنسان من خلال قدرته على الإدراك. و من جهة أخرى تعرف الفنانة سريّة صدقي • الإتصال البصري فتقول "أنه يعتمد على مكونات اللغة البصرية التي تتعامل مع العلامات و الرسوم و الأيقونات و الرموز و الإشارات، فهي تحيط بالإنسان منذ طفولته في حياته اليومية و يتعرف عليها و يترجمها إلى معاني بصورة تلقائية ذاتية". و يشكل الإدراك عنصراً هاماً جداً في عملية الإتصال بشكل عام و التصميم الجرافيكي على وجه الخصوص، لذا تنتقل الباحثة فيما يلي لتعريف مفهوم الإدراك.

تعريف الإدراك:

لقد اعتمدت كل التعريفات السالفة على مبدأ الاتصال و تأثيره على المتلقي، و لذلك يستوجب فيما يلي استيضاح لكيفية تلقي الإنسان لهذا الإتصال من خلال الصور و الألوان و الرموز متمثلة في التصميم الجرافيكي.

الإنسان بطبيعته كائن تواصل و تفاعلي، و يعتبر ما دون ذلك خلافاً أو نقصاً، و من خلال تواصلنا مع العالم المادي الخارجي يصبح من الطبيعي بالنسبة للإنسان أن يقوم بعملية ترجمة لما حوله من أشياء و منبهات بغرض إعطائها معنى. و يبدأ إدراك الإنسان لما حوله من خلال الحواس "البصر، اللمس، التذوق، السمع، الشم" و هي المستقبلات التي من خلالها يستشعر و يتعرف الإنسان على الكون من حوله و من ثم يدركها. و يمكن مما سلف استخلاص أن الإدراك هو القدرة الطبيعية و الفطرية على فهم و إعطاء معنى لكل ما نستطيع أن نستشعره في الكون من حولنا.

بداية تأثير التصميم الجرافيكي على المجتمع:

بدأت تظهر أهمية و تأثير التصميم الجرافيكي منذ بداياته، و لكن نخص بالذكر بداية انتشاره في أوروبا في القرن الخامس عشر، حيث أنها اعتبرت شرارة البداية الحقيقية للتصميم الجرافيكي و ذلك عندما طوّر "يوهان جوتنبيرج" تقنية الطباعة المميكنة و التي ساعدت على طباعة الكتب بشكل أسهل و في

الإسلامية بجامعة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية، عرضت أعمالها الفنية في العديد من المعارض الخاصة و الجماعية في مصر و خارجها، و حصلت على العديد من الجوائز الدولية و المحلية، لها بحوث في الفن الإسلامي و الثقافة البصرية و مناهج التثقيف و التعليم الفني.

هناء عبد الحميد شاوور

شكل (1)

نموذج شانون-ويفر الرياضي للإتصال

المصدر: شانون ، كلود ، وارن ويفر. النظرية الرياضية للإتصال أوريانا: مطبعة جامعة إلينوي ، 1949م

و لقد أدرك لاحقاً عالم الرياضيات وينر* Wiener في عام 1961م أهمية إضافة التغذية الإسترجاعية Feedback أو على الأقل عدم تجاهلها لتصبح عملية الإتصال دائرية و التي تساعد المرسل على إعادة ضبط عملية الإتصال إذا استدعى الأمر، حيث اعتبر أن لكل رسالة هدف ما و ينتظر من خلالها رد فعل أو تأثير متوقع، و تساهم التغذية الإسترجاعية في التأكد من صحة و فاعلية الرسالة المرسل.

و لقد تطورت فيما بعد تفسيرات نظرية الإتصال لتشمل فكرة الإتصال ثنائي الإتجاه، و تعتبر العملية التفاعلية فيه هي الأكثر أهمية. و تعني كلمة تفاعل في اللغة العربية أو "interaction" في اللغة الإنجليزية هو الفعل و رد الفعل المستمر أو التأثير المتبادل، و لا يقتصر في تلك النظرية على مبدأ التغذية المرتدة أو التفاعل المباشر بين الأفراد و الجماعات، و إنما يضع في الإعتبار البعد الإنساني و المؤثرات الخارجية التي تساعد الأفراد و الجماعات على تكوين و بناء و فهم الرسائل المستقبلة فيضيف بذلك في هذا المفهوم بعداً آخر في تفسير عملية الإتصال، و هو أيضاً يشير إلى مفهوم أكثر تجريداً للتفاعل يهتم بكيفية ارتباط الناس بمعاني أخرى في تطوير معانيهم الخاصة. و تتنوع أشكال الإتصال مثل اللفظي و السمعي و البصري و غيره، و بما أن التصميم الجرافيكي يعتمد بشكل أساسي و مباشر على الإتصال البصري، فلذلك وجب تعريفه تالياً.

الإتصال البصري Visual Communication:

إن الإتصال البصري هو عملية نقل و تبادل الأفكار و المعاني و المفاهيم و التصورات الشكلية من خلال الصور بأنواعها، و بشكل عام فإن البيئة المادية بكل ما تحويه من مثيرات بصرية

• نوربرت وينر (1894 – 1964م): عالم رياضيات أمريكي و فيلسوف، و كان من أوائل الدارسين لعمليات الضوضاء العشوائية و الرياضية، حيث ساهم في العمل المتعلق بالهندسة الإلكترونية و الاتصالات الإلكترونية و أنظمة التحكم.

• سريّة عبد الرازق صدقي: 1946م هي فنانة تشكيلية مصرية، تخرجت من كلية التربية الفنية و حصلت على الدكتوراه في الفنون

بحوث في التربية الفنية والفنون، المجلد (21)، العدد: 2 ©

أثر التصميم الجرافيكي على المجتمع السوفيتي في القرن الثامن عشر:

و لقد ساهمت العديد من التصميمات الجرافيكية في التأثير في شكل الحياة الاجتماعية في العديد من الدول على مدار التاريخ، فمثلاً كان للتصميم الجرافيكي دوراً بارزاً في الاتحاد السوفيتي ابتداءً من عشرينيات القرن الثامن عشر على حث المرأة على المشاركة الإيجابية في الثورة المجتمعية من خلال دمجها في قطاعات الحياة المختلفة شكل (3) و الذي كان على غير المعتاد في الحياة الاجتماعية آنذاك، فكان للملصق "Poster" أثراً بالغاً في تشجيع المرأة للخروج و المشاركة الفعالة في سوق العمل و دمجها في الحياة الصناعية و السياسية أيضاً، و يظهر ذلك التأثير في النتيجة الفعلية في الترويج لتلك الفكرة التي كانت مستحدثة في المجتمع السوفيتي آنذاك، و نتج عنه استجابة كبيرة جداً من المرأة و اندماجها في الحياة المهنية و بعد أن كان عملها الأساسي هو إدارة المنزل و تربية الأبناء، ما أدى ذلك إلى تغيير شكل الحياة الاجتماعية في المجتمع السوفيتي، و ظهر نموذج المرأة العاملة و التي خرجت للعمل في القطاعات الصناعية المختلفة جنباً بجنب مع الرجل، و الذي تلاه لاحقاً تغيير جذري في شكل الحياة الاجتماعية في تلك المجتمعات من استقلال المرأة و المنافسة مع الرجل على المناصب المختلفة في العمل في مختلف قطاعات الدولة.



شكل (3)

ملصق إعلاني لتشجيع المرأة في الاتحاد السوفيتي للمشاركة المجتمعية القرن الثامن عشر

أثر التصميم الجرافيكي على المجتمع الأوروبي في القرن التاسع عشر:

و استمر دور التصميم الجرافيكي فعالاً و مؤثراً على العديد من مجالات الحياة، فيظهر أثره الواضح على الجانب الاجتماعي في

وقت أقل بكثير من ذي قبل و من ثم انتشارها بشكل ملحوظ. و الجدير بالذكر أن ذلك الإنتشار قد أدى إلى التأثير بشكل واضح جداً على الجانب الاجتماعي آنذاك، حيث أن الكتب الدينية و العلمية كانت قد اقتصرت على قلة قليلة جداً من المجتمع و التي تشمل بعض أبناء الطبقة الأرستقراطية و رجال الدين، و لم يكن يتسنى لباقي طوائف المجتمع من الطبقات المتوسطة أو الفقيرة أو غيرها اقتناء الكتب، و بالتالي عم الجهل على معظم طوائف المجتمع و أضى فكر المجتمع مسيراً و ذو فكر أحادي. و لقد أدى انتشار الطباعة فيما بعد إلى نقلة كبيرة في الجانب المجتمعي خاصةً في المدن التي انتشرت فيها الطباعة المميكنة، كما أدى إلى ثورة حقيقية في انتشار العلم و المعرفة و المعلومات، و ساهم ذلك في رفع نسبة المتعلمين في الأوساط الاجتماعية المختلفة بعد أن اقتصرت على بعض أبناء الطبقة الأرستقراطية و كبار رجال الدين و الدولة. كما ساعد ذلك بشكل كبير على ظهور بعض الحركات الفكرية و التنويرية مثل "مارتن لوثر" في أوروبا، و الذي أعاد تفسير الكتاب المقدس من مفهومه الشخصي مصححاً بذلك بعض التفسيرات المغلوطة من الكنيسة و التي كانت تخدم مصالح الدولة آنذاك، و انتشرت نسخ الكتاب المقدس و أيضاً نسخ التفسيرات الخاصة بالعديد من المجددين في أرجاء أوروبا بعد أن كان حكراً إقتنائاه و تفسيره من قبل على كبار رجال الدين في الكنيسة التابعة للدولة، و أصبح بذلك التصميم الجرافيكي السبب الرئيسي في نشر الفكر و الثقافة.



شكل (2)

جزء من إحدى صفحات كتاب جوتنبيرج المقدس القرن الخامس عشر

أثر التصميم الجرافيكي على المجتمع الأوروبي في القرن العشرين:

وأصبحت الشركات تروج لسلع ومنتجات لم يكن لها أهمية و لا وجود من قبل، فعلى سبيل المثال ظهرت منتجات مثل المشروبات الغازية في الولايات المتحدة الأمريكية على وجه التحديد، و لم يكن لوجود مثل تلك السلع أهمية في المجتمع من ذي قبل. و لقد استخدم المصمم الجرافيكي في ذلك الوقت أساليب مبتكرة للترويج عن مثل هذه المنتجات و يظهر في شكل (5) ملصقاً دعائياً لمنتج "بيبسي-كولا" يظهر فيه ربط المنتج كعنصر أساسي في أحد مشاهد الحياة اليومية في المجتمع، بالإضافة إلى ذلك فلقد روج لأسلوب الحياة الذي يتسم بالمرح و السعادة من خلال ذلك المنتج، و بالتالي ارتبط ذلك المشهد المرح في ذهن و وجدان المتلقي و ارتبط به في عقله اللا واعي بأن هذا المنتج هو أحد مصادر السعادة. و الجدير بالذكر أن تلك التصاميم كان لها أثراً فعالاً على الفرد و المجتمع بمختلف فئاته و بالتالي على تشكيل الوعي الجمعي و الذي أدى في النهاية إلى توجه المجتمع لاستهلاك مثل تلك المنتجات في مختلف مظاهر الحياة اليومية، بغية الحصول على كل أو بعض المميزات التي كان يروج لها من خلال مثل تلك المنتجات حيث أنها ارتبطت بشكل مباشر و غير مباشر في ذهن الفرد و بالتالي المجتمع على ضرورة دمج هذا المنتج و غيره من المنتجات الإستهلاكية التي غزت المجتمعات آنذاك و أثرت فيها و باتت جزء أساسي في الحياة اليومية.



شكل (5)

ملصق إعلاني Poster للترويج لمنتج "بيبسي كولا" عام 1951م

عمليات إنتاج الحديد و الإستخدام المتزايد للطاقة البخارية و المائية و تطوير الأدوات الآلية و ظهور نظام التصنيع الآلي. كما حولت الثورة الصناعية المجتمعات من زراعية إلى صناعية.

هناء عبد الحميد شاوور

بداية القرن التاسع عشر خاصةً مع ظهور الثورة الصناعية • و انتشار تأثيرها في بعض الدول الأوروبية مثل فرنسا و إنجلترا، و بدأت بعض المجتمعات في تلك الدول بالتحول آنذاك من المجتمعات الزراعية إلى الصناعية. و كأحد مخرجات الثورة الصناعية فلقد استحدثت منتجات أكثر استهلاكية لم يكن لها وجود من ذي قبل، حيث أن السلع التي كانت متداولة آنذاك هي السلع الأساسية من مأكلاً و مشرب و ملابس، و بدأت المصانع في إنتاج منتجات لجعل الحياة أكثر رفاهية أو سلاسة، و لقد تطلب ذلك أن تعلن تلك المصانع عن منتجاتها و تروج لها بطرق أكثر ابتكاراً و مواكبةً للعصر. و كعادة التصميم الجرافيكي فإنه يتأثر بمتطلبات العصر و يواكب تغيراته فاتخذ التصميم الجرافيكي آنذاك شكلاً جديداً و ظهر التصميم الجرافيكي لتغليف المنتجات Packaging Design. و نتج عن ذلك أن التصميم الجرافيكي قد ساعد في تغيير العادات الإستهلاكية للمجتمعات في الدول الأوروبية التي انتشر فيها كأداة اتصال بصري للإعلان عن تلك المنتجات في شكل الملصق الدعائي أو تصميم التغليف شكل (4).



شكل (4)

ملصق إعلاني Poster للترويج لمنتج صابون القرن التاسع عشر

• الثورة الصناعية: تعتبر نقلة نوعية في عمليات التصنيع و التي بدأت في الفترة ما بين عام 1760م – 1840م في أوروبا و أمريكا ثم انتقلت إلى باقي العالم. و لقد شملت تلك النقلة الانتقال من طرق الإنتاج اليدوية إلى الآلات و التصنيع الكيمائي الجديد و

بحوث في التربية الفنية والفنون، المجلد (21)، العدد: 2 ©

بالمصانع و المزارعين و العاملين في المهنة المرموقة كل في مكانه، و هي إشارة مباشرة و دعوة مفتوحة لكل أطياف الشعب للإنضمام للجيش البريطاني بسبب حالة الحرب. و لم يقتصر التصميم الجرافيكي في التأثير على الجانب المجتمعي ككل خلال حملات التعبئة المجتمعية في الحرب العالمية الأولى، و إنما امتد تأثيره ليستهدف بالأخص نواة تشكيل المجتمع و هي الأسرة، فخطبها التصميم الجرافيكي بشكل مباشر، و حقل أفراد الأسرة جميعهم مسئولية الإشتراك في الحرب بشكل مبتكر اعتمد فيه المصمم الجرافيكي على التأثير و التلاعب بفكر و شعور مختلف أفراد الأسرة من الآباء و الأبناء و حتى الزوجات في العديد من الملصقات. و على سبيل المثال يصور الملصق شكل (7) مشهداً من خيال المصمم الجرافيكي لمشهد احتمال حدوثه في المجتمع البريطاني بعد انقضاء الحرب، و يشكل الملصق عامل الضغط العاطفي من الأطفال على أبيهم، فيظهر الأب بكامل هيئته و بدون إصابات و لكن على وجهه نظرة الخزي و الندم من أثر تسؤلهم له عن دوره في الحرب، و هو بمثابة تنبيه لكل من تسول له نفسه



شكل (6)

ملصق إعلاني Propaganda للترويج للإنضمام للجيش البريطاني في الحرب العالمية الأولى

و استمر تأثير التصميم الجرافيكي على الجانب الاجتماعي في القرن العشرين بشكل واضح و فعال، حيث أصبحت المجتمعات أكثر استهلاكية، و أصبح الإتصال البصري من خلال التصميم أكثر تشعباً في مختلف المجالات، فعلى سبيل المثال شهدت العقود القليلة الأخرى من القرن العشرين توغلاً للتصميم الجرافيكي في مختلف مناحي الحياة، فتأثر به العديد من قطاعات الحياة مثل التعليم و الصناعة و الفنون و غيرها. و دليلاً على أهميته و قوة تأثيره استعانت به الشركات و المؤسسات بمختلف القطاعات للتسويق عن أفكارها و منتجاتها و التأكيد على معايير الجودة المقدمة من خلال منتجاتها من خلال تصميم الهوية، كما كان لتصميم و تغليف العبوات و المنتجات دوراً أساسياً في جذب انتباه الجمهور لها و تشجيعهم على اقتنائها، فباتت المجتمعات أكثر استهلاكية كما لعب تصميم الهوية دوراً هاماً في ربط الثقة بين المؤسسات و الجمهور الذين أسمتهم بالعملاء الدائمين، ما شكل وعي و وجدان ذلك الجمهور ثم أثر على قرارات الشراء و تكرار التعامل مع تلك الكيانات بناءً على الثقة التي بنتها تلك المؤسسات مع عملائها من خلال التصميم الجرافيكي. و عن الحراك الجماعي للمجتمعات، فلقد لعب التصميم الجرافيكي دوراً هاماً في حياة الأمم، و على سبيل المثال في فترة الحرب العالمية الأولى في القرن العشرين حين انتشرت الملصقات الوطنية في بريطانيا و ألمانيا و دول التحالف و أمريكا، فلقد كانت تحث تلك المنشورات الشباب على الإلتحاق بالجيش للدفاع عن بلادهم و عدم التخاذل عن الواجب الوطني، ما أدى إلى اشتراك العديد من الشباب آنذاك في الجيش مقتنعين بذلك أنهم يلبون الواجب الوطني. و فيما يلي استعراض للأثر الاجتماعي للتصميم الجرافيكي في بريطانيا تحديداً.

لقد أخذ التصميم الجرافيكي شكل الملصقات الدعائية آنذاك، و أطلق عليها "بروباجاندا" "Propaganda"، و الجدير بالذكر أن الرسائل من خلالها كانت موجهة بشكل مباشر لكل أطياف المجتمع البريطاني بغرض تحريك جميع أطياف المجتمع للتعاطف مع الجيش و الإنضمام له و دعمه كلاً حسب إمكانياته، فمثلاً نرى في الملصق شكل (6) صفوف الجيش البريطاني يتبعها في نفس الصف جموع الشعب بمختلف أطيافه من العاملين

مصيرها و مستقبها، كما ساعد أيضاً في وحدة الصف و الترابط الإجتماعي الذي كان مميّزاً للغاية آنذاك، و بالإضافة لذلك، فلقد ساهمت الملصقات الدعائية في تحميل السيدات من الزوجات و الأمهات مسؤولية حث و إقناع ذويهم على الإشتراك في الحرب، فيظهر الملصق شكل (7) سيدتان و طفل صغير ينظران إلى الشباب المجند و تظهر العبارة لتشير إلى رسالة واضحة و هي "السيدات في بريطانيا يقطن إذهب!"، و هو بالتأكيد ما لا تريده أي سيدة خشيةً منهم أن يفقدوا ذويهم في الحرب، و لكن الجدير بالذكر أن كل تلك التصاميم و غيرها قد أثرت بالفعل في المجتمع في مختلف الدول التي انتشرت فيها، بل و أصبحت الدول تتبارى في إظهار للمجتمع مدى بشاعة و قسوة الأطراف الأخرى المعادية من خلال التصميم الجرافيكي، و شحن فئات المجتمع بمختلف طوائفها و توجهاتها للإنضمام للجيش الوطني لمجابهة الأعداء خوفاً على النساء و الأطفال، و لقد ساهم كل ذلك في تغيير شكل و وجدان تلك الشعوب على مستوى الأسرة و المجتمع ككل.

نتائج البحث: تتلخص نتائج البحث فيما يلي:

- 1- الوظيفة الرئيسية للتصميم الجرافيكي هي الإتصال
- 2- يتأثر الإنسان بما حوله من مؤثرات حسية و يدركها من خلال إعطائها معاني.
- 3- التصميم الجرافيكي أداة هامة تؤثر في المجتمعات و يصل تأثيرها لدرجة تصل إلى تغيير فكر و سلوك الفرد و المجموعة، ما يؤدي لتغيير مصائر تلك المجتمعات على مختلف الأصعدة السياسية و الإقتصادية و الإجتماعية.

التوصيات: توصي الباحثة من خلال البحث بما يلي:

- 1- إجراء المزيد من الأبحاث لدراسة التأثيرات الأخرى للتصميم الجرافيكي على الفرد و المجتمع في المجالات المختلفة.
- 2- إمداد طلاب تخصص التصميم الجرافيكي بالمعرفة التي توضح أثر التصميم الجرافيكي على المجتمعات، ما يوضح لهم مدى قيمته و حجم المسؤولية الواقعة على عاتقهم تجاه مجتمعاتهم.

هناء عبد الحميد شاوور



شكل (7)

ملصق إعلاني Propaganda للترويج للإنضمام للجيش البريطاني في الحرب العالمية الأولى



شكل (8)

ملصق إعلاني Propaganda لحث السيدات على تشجيع ذويهم للإنضمام للجيش البريطاني في الحرب العالمية الأولى

بالتخاذل عن الإنضمام للحرب و يفضل أن يتجنب الإنضمام من الحرب، فسيلاحقه الندم حتى بعد ذلك من أبنائه. و لقد ساهمت كل تلك الملصقات الدعائية في الحراك المجتمعي من أجل وحدة الصف و تشجيع جميع الفئات للإشتراك في الجيش البريطاني، و لقد تكررت مثل تلك الملصقات في العديد من الدول و كان لها نفس الأثر على المجتمع ككل، و الذي ساهم فيما بعد بتأصيل الإحساس بالإنتماء لأفراد المجتمع نحو بلادهم، و ذلك لاستشعارهم أنهم جزء منها و أنهم ساهموا في تشكيل

بحوث في التربية الفنية والفنون، المجلد (21)، العدد: 2 ©

7- P. B. Meggs and A. W. Purvis, Meggs' history of graphic design, 5th edition, Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2012.

8- David Flacher. Research Paper Called "Industrial Revolutions and Consumption: A Common Model to the Various Periods of Industrialization" - Paris XIII University – HAL archives-ouvertes - 2005.

9- Selma Karaahmet Balci - Research Paper Called "The impact of visual communicatopn sedign on the consumption culture from past to present" - Ondokuz Mayıs University – Turkey- 2016.

10- DR. Jean-Noël Kapferer - The New Strategic Brand Management – Fifth Edition – Kogan Page Publishers – London & Philadelphia - 2012.

11- Bryony Gomez Palacio and Armin Vit - Graphic Design, Referenced: A Visual Guide to the Language, Applications, and History of Graphic Design -Rockport Publishers – U- 2011.

المواقع الإلكترونية:

1. <https://www.bbc.co.uk/bitesize/topics/zqhyb9q/articles/zhw3jhv>
2. https://en.wikipedia.org/wiki/Propaganda_in_World_War_I

المراجع:

المراجع العربية:

- 1- د. محمد الجوهري – المدخل العام لعلم الاجتماع - دار المعرفة الجامعية – الإسكندرية – مصر - 2006م
- 2- د. حسنين شفيق – التصميم الجرافيكي في وسائل الإعلام و الإنترنت – سلسلة التصميم الجرافيكي 1 - 2009م.
- 3- د. زكريا إبراهيم - – فلسفة الفن في الفكر المعاصر – مكتبة مصر - القاهرة - 1966م.
- 4- لطفي محمد ذكي – التربية الفنية و نظرية الإتصال – دار المعرف - القاهرة – 1970م.
- 5- فاطمة الزهراء كمال – فعالية برنامج مقترح باستخدام الرمز كمدخل لتصميم شعار الوحدة العربية في تنمية بعض مهارات الإتصال البصري لدى طلاب شعبة التربية الفنية – رسالة دكتوراه – كلية التربية – جامعة جنوب الوادي – 2007م.
- 6- مشيرة مطاوع بلبوش محمد – الإتصال البصري كمدخل لتحديد الأبعاد المتعددة لمهن الفنون البصرية – مؤتمر الفنون الجميلة في مصر – 100 عام من الإبداع – كلية الفنون الجميلة – جامعة حلوان – مصر – 2010م.

المراجع الأجنبية:

- 1- Prof. Dr. Elsayed Ibrahim Kandil, Research Paper Called "The Role of Graphic Art in Terrorism" - 2020.
- 2- Jonathan Baldwin - Visual Communication from theory to practice – 1st edition - AVA Publishing – 2006.
- 3- Jonathan Baldwin, Lucienne Roberts - Visual Communication: From Theory to Practice – Bloomsbury Academic, AVA Publishing - illustrated, reprint edition – UK - 2006.
- 4- Betteke van Ruler- Article called Communication theory – University of Amsterdam – 2017 - <https://www.researchgate.net/publication/327879223>.
- 5- OU Qiong – Published Research called "A Brief Introduction to Perception" – Studies in Literature and Language - Huizhou University - China – 2017.
- 6- Stephen J. Eskilson - Graphic Design a New History – Yale University Press – USA – 2012.