

القيم الجمالية للتصميم الجرافيكي ومدى الاستفادة منها في مطبوعات الأحداث الهامة

The aesthetic values of graphic design and the extent to which they can be used in publications for important events.

مرفت حسين محمد حسين

محاضر بقسم الفنون التطبيقية- كلية التصميم والعمارة – جامعة جازان - السعودية.

Email address: marvt.fine_arts@windowlive.com

To cite this article:

Mervet Hussein Journal of Arts & Humanities.

Vol. 12, 2023, pp.157-171. Doi: 8.24394/ JAH.2023 MJAS-2310-1180

Received:28,10, 2023; Accepted: 14, 11, 2023; published: Dec 2023

المخلص:

التصميم الجرافيكي هو جزء هام من حياتنا اليومية وهو الآن أحد أهم الأشكال الفنية التي نشاهدها في كل مكان. أينما كنا (في البيت وفي السوق والمطعم والشارع وعلى الطرق وفي دور السينما والمسارح وفي كل متجر ودوائر حكومية أو خاص. تعتبر الوظيفة الأساسية في التصميم الجرافيكي هي الإتصال ويعتمد التصميم الجرافيكي بشكل مباشر على الإتصال الذي يدركه الإنسان من خلال حواسه المختلفة والذي يؤثر بالتالي على الفرد والمجتمع ويظهر على العديد من مناحي الحياة. ولقد ظهر ذلك التأثير جلياً على مدار التاريخ، ففي القرن الخامس عشر الميلادي مع انتشار التصميم الجرافيكي على هيئة الكتب المطبوعة، وفي القرن الثامن عشر الميلادي عندما أثر الملصق الترويجي في فكر وثقافة المجتمع، كما كان له أثراً على تحويل المجتمعات في القرن التاسع عشر الميلادي لمجتمعات أكثر استهلاكية، أما في القرن العشرين استخدم الملصق الدعائي " البروباجاندا ". وقد ظل التصميم الجرافيكي، ولفترة كبيرة، يختص بإنتاج المواد المطبوعة (مجلات – جرائد – كتب – أوراق رسمية – نشرات إعلانية – ملصقات دعائية وغيرها كثير) إلا أن التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات أضاف الكثير للتصميم الجرافيكي.

الكلمات الدالة:

القيم الجمالية- التصميم الجرافيكي – الأحداث الهامة.

المقدمة:

مفهوم فن الاتصالات البصرية:

هو نهج أبداعى يقوم به مصمم أو مجموعة من المصممين ويشير مصطلح تصميم الجرافيك إلى عدد من التخصصات الفنية والمهنية التي تركز على الاتصالات المرئية وطرق عرضها، وتستخدم أساليب متنوعة لإنشاء والجمع بين الرموز والصور أو الكلمات لصناعته تمثيل مرئي للأفكار والرسائل، وقد يستخدم مصمم الجرافيك تقنيات مثل فن الخط والفنون البصرية للوصول إلي النتيجة النهائية هذا وغالباً مايشير تصميم الجرافيك إلي كل

من العملية (التصميم) التي من خلالها يتم إنشاء التواصل وكذلك المنتجات (التصاميم).

تعريف تصميم الجرافيك:

عرف تصميم الجرافيك (بأنه فن الإتصال البصري للإعلام والتعليم والتأثير والأقناع وامتلاك التجربة البصرية التي تجمع الفن والتكنولوجيا لتوجيه رسالة محددة، لربما تكون حيوية في حياتنا اليومية وهي ببساطة قوة ثقافية يقوم تصميم الجرافيك علي تطبيق مجموعة من المبادئ والاشتغال علي مجموعة من العناصر لإبداع عمل فني تواصلى مرئي يرتكز إلي الصورة

البرنامج يعكسه البوستر الرسمي للطبعة من انجاز الفنان التشكيلي دنيز مارتنيز "diniz martiniz" الجزائري والذي يعبر من خلال لوحته تناغم الأدب مع عدسة المخرج السينمائي بألوان معبرة وتعبير وجه تعكس طبيعة وتقاليد المرأة الجزائرية. فالاعتماد على تيمة المهرجان التي تجمع بين الأدب والسينما بمعنى الكتابة والصورة التي تجسدها المرأة في الأعمال الفنية مع توظيف الوشام (التاتواج) في هذا العمل والذي يعبر عن هوية المرأة الجزائرية.

-النظام التصميمي في الاحداث الهامة:

هو الاسلوب الذي يحدد العلاقات بين المكونات وفق أنظمة محددة لأن لكل نظام حاله واسبابه وان كل نظام يتداخل ويتفاعل مع أنظمة اخرى وفق شروط تصميمية، بل أن اجتماع نظامين أو أكثر يؤدي إلي نشوء نظام جديد، فالتصميم لا يكون ولا يتكون إلا بنظامة لانها مرحلة فكرية متكاملة ذات بعد زمني منظم وفق كيان بسيط أو معقد يضم النظم، فلا بد أن يحقق التصميم فعل جمالي وظيفي يتصف بالعصرية لزمته ولعصر مابعده، لان لكل عصر زمان واهداف واتجاهات لها شروط مرتبطة فالجانب الاجتماعي الذي يكون العامل الفعال في تشكيل هذا النظام. ونري في شكل (3) ملصق لدار الأوبرا في عمان، يتمثل التشكيل البصري فية علي تصميم فكرة الإعلان لصورة عازف الكمان يجلس وسط فضاء حالم شغلت ثلثي مساحة الإعلان وهو يتصدر واجهة الاوبرا، أما الثلث الآخر من المساحة فقد حملت ايقونة تمثل بوابة الاوبرا رسمت بخطوط منحنية شكلت أقواس متصاغرة تستند إلى نص كتابي باللغتين العربية والانكليزية للإشارة إلى جغرافية المكان، إذ النظام التصميمي لهذا التصميم عن طريق توظيف الرمز (صورة العازف) في خدمة الفكرة والأسلوب ليظهر التصميم بشكل معبر ومناسب للإعلان فجاء النظام التصميمي من خلال اعتماد المصمم علي الشكل الصوري لوضعية العازف الذي يرمز لجغرافية المكان من خلال اتجاهية الشكل مما أعطى إحياءاً للمتلقي كون ان الرمز شغل بصرياً أغلب فضاء التصميم، كما ان اللون أسهم في تحقيق العمق الفضاء بينما نشاهد النص الكتابي الذي استخدمه بهيئة كتلة شغلت الجهة اليمنى من التصميم لتحقيق توازن شكلي بأسلوب منظم، إذ حاول المصمم تحقيق جذب بصري للمتلقي واثارة انتباهه من خلال حركة

الثابتة ويتخذ شكلاً مطبوعاً أو معروضاً علي سطح ثنائي الأبعاد.

كان أول من أطلق تسمية graphic designed هو المصمم -"وليم أديسون دوينغنز wilyam adisun duinghinz" - عام 1922م الذي عرف مصطلح المصمم الجرافيكي بأنه ذلك الشخص الذي يجمع بين العناصر المختلفة (كلمات- صور- ألوان) في صفحة واحدة بشكل يجذب النظر. وتتنوع ودمج الرسم، وفنون الطباعة يوضح ذلك شكل (1)



شكل (1) مجموعة من اعمال المصمم وليم أديسون دوينغنز

wilyam adisun duinghinz

يوضح الجمع بين العناصر المختلفة (كلمات، صور، ألوان)

التصميم والأحداث الهامة:

يعد التصميم للأحداث الهامة من بين التطبيقات الجرافيكية الحديثة التي تنسم بالكثير من السمات الثقافية والاجتماعية وتوظيف التصميم الجرافيكي في اظهار وترويج الاحداث الهامة، يعد مجالاً واعدأ يتحدي التوجه ويقوم بأثناء ممارسات التصميم التقليدية، ولاسيما دوره في النهوض بالمجتمع وتعزيز الوعي الثقافي والاجتماعي وما يؤديه مع الجمهور في تهذيب لغته البصرية، ويعكس ظهور التصميم الثقافي الإحساس المتزايد بالمسؤولية.

كما في شكل (2) يحمل الملصق ثنائية الصورة والكتابة، وهو الشعر الذي تم اختياره ليعكس محتوى المهرجان الذي يجمع بين الأدب من رواية وشعر والفن السابع من أفلام طويلة لمخرجين يضعون قضايا المرأة صلب اختياراتهم الفنية في أفلامهم كما تعرف هذه الطبعة مشاركة أفلام قصيرة لمخرجين شباب كل هذا

والتذكارية للترويج لمعرض دمشق الدولي 59/ سوريا اشكال(4,5,6,7,8,9,10,11,12) حيث انتشرت في عالمنا الحديث واصبحت ضرورة للتواصل بين الفرد ومتطلبات الحياة، تتعامل مع العين مباشرة فيتكون الإحساس بجمال الأشكال الموجودة داخل التصميم لدى المشاهد ويتفاعل معها ومن ثم ادراك الرسالة التي يحاول التصميم إيصالها له، وهو ما يعني اتصاله بصرياً مع تلك التصميمات لتلائم هذا الحدث الثقافي.



شكل (4) شعار معرض دمشق الدولي 59/ سوريا



شكل (5) ملصق معرض دمشق الدولي 59/ سوريا



شكل (6) دعوة معرض دمشق الدولي 59/ سوريا



شكل (7) كارت معرض دمشق الدولي 59/ سوريا

الخطوط المنحنية المشكلة لبوابة الاوبرا محققا بذلك نوع من الالفة والعاطفة وجعل هناك جو نفسي يمكن ان يعيشه المتلقي. فالمصمم اعتمد نظاماً للإعلان بغرابة مفردات جمالية في المكان حيث ترك أثراً من خلال تقنية الإظهار. حيث يمكن أن يعيشه المتلقي عند ارتياده للاوبرا، فغرابة الإعلان استطاعت أن تعمل على جذب الانتباه والعمل على بث رسالة اتصالية تحمل أبعاداً فكرية وثقافية واجتماعية وتعطي دلالة جغرافية المكان.



شكل (2) ملصق يوضح فكرة التصميم الثقافي



شكل (3) ملصق يوضح فكرة النظام التصميمي

-الجمال في تصميم الأحداث:

من الصعب في مجال التصميم التفرد بين الشكل ومدلولاته الرمزية الوظيفية، الإستراتيجية على عكس العمل الفني فالمعنى والدلالات التي يحملها شكل المنتج معيّنًا من الوجهة الوظيفية النفعية. هذه كلها تثيرنا إلى استجابة خيالية تجعلنا نحس أننا نستمد منها إرضاء يجعلنا نشعر تجاهها كما لو أننا نحصل منها على فائدة معينة، والقيم الجمالية تتلخص في تحويل القيمة العملية إلى قيمة علي مستوي الجمال. فالمصمم يعي تماماً أن الفكرة التي يريد إيصالها للناس عن طريق تصميمات معينة يراها الناس مثل (الشعار، البوستر، اغلفة الكتب والمطويات وحتى لوحات الاعلانات الكبيرة في الشوارع والتذكارات من تيشيرتات واقلام وشنط وغيرها..كما في المجموعة الدعائية



شكل (12) مجموعة دعائية للترويج وهدايا تذكارية لمعرض دمشق الدولي/59 سوريا.

أهمية التصميم الجرافيكي:

يعد التصميم في عصرنا الحالي نظاماً إنسانياً أساسياً، وأحد الأسس الفنية لحياتنا المعاصرة، فالتصميم هو أحد مجالات النشاط الفني التي لا يمكن الاستغناء عنها، إذ إنه يستحيل لأي عمل الظهور دون تصميم. وهذا أسلوب شائع في حياتنا وسلوكنا، سواء كان من خلال إبداع المصمم المنتج أم اختياره، فكل هذا يعكس الأسباب النفسية التي تدفع الفنان إلي أن يعبر عن نفسه سواء بالإبداع أم الاختيار بطرق خاصة تختلف من فرد إلي آخر. لقد أدي انتشار الثقافة في كافة الأماكن وانتقالها إلي القارات المجاورة في الدول وتعليم الفنون بشتي اختصاصاتها من فنون تشكيلية وتطبيقية، وموسيقى، ومسرح، سنيما، والرياضة، والمهرجات، والحاجة لإعلان هذه النشاطات الإنسانية والتسويق وابتكار قدرات فنية بصرية جديدة بدافع الترويج، مما استوجب تطوراً هائلاً في مفاهيم الإعلان والتسويق وأشكالها وكيفيةها وانتشارها ودلالاتها الفنية والتشكيلية والجمالية وفق حاجة ومتطلبات السوق محلياً وعالمياً. فأصبح للتصميم أهمية كبيرة في حياة الناس لما له من دور هام في توفير احتياجات المجتمع من منتجات فنية من شأنها أن تخاطب ذوق كل أفراد المجتمع ومستهلكيه حسب اختلاف أعمارهم ومستواهم الاجتماعي والثقافي ويهدف التصميم بالدرجة الأولى إلى تحقيق الرفاهية والناحية الجمالية وهذه الاهمية تكمن في ان:



شكل (8) رول اب المعرض



شكل (9) إحدى إعلانات المعرض.



شكل (10) مجموعة دعائية وتذكارية للترويج

لمعرض دمشق الدولي/59 سوريا



شكل (11) مجموعة دعائية وتذكارية للترويج

لمعرض دمشق الدولي/59 سوريا

كرة القدم، إذ من خلالها يتعرف الناس على تفاصيل المونديال ومدى حرص البلد على العناية بالجانب البصري للمونديال، فكل الأهداف والأحداث والمشاعر والأحاسيس يتم نسيانها بعد الخروج من المباراة وانتهاء الحدث، باستثناء الأغاني والبوسترات والشعار التي تبقى في ذاكرة الناس وأحلامهم، لذلك تعد صناعة الشعارات والبوسترات الخاصة بالمونديال صناعة هامة منذ بدايته 1930م لابتكار مجموعة من الملصقات الرسمية التي من شأنها تعزيز أجواء الحماس والإثارة لدى المشجعين تجاه البطولة وتخليداً لذكري هذه المناسبة. "لم تتغير وظيفة الشعارات لإعلان البطولة على رغم تطور البث التلفزيوني واحتوائه على جميع العناصر المرئية اللازمة، فإن الشعار وملصقاته تتخذ حيزاً تعبيرياً كثيفاً، يشكل سجلاً في خزانة التاريخ لنمو الرياضة الأكثر شعبية". وعلى رغم أهمية الصورة التلفزيونية منذ بداية سبعينيات القرن الـ20 وما لعبته من دور كبير في التوعية ببعض القضايا، لم يستطع التلفزيون القضاء على شعارات المونديال، ولم يخف وهجا الأيقوني، إذ مع كل مونديال نلاحظ تطوراً كبيراً على مستوى الديزائن والمنطلقات الفنية والجمالية التي تؤسس شرعية هذا الشعار. فعلى المستوى الجمالي غالباً ما تم التخلي عن الرسم المباشر لصالح بهجة الألوان وأبعادها الدلالية، بعد أن أصبح الرهان على الجانب التخيلي. ولم يعد جمال البوستر ما تراه العين ويشعر به الجسد، ولكن ما تتسجحه معه المخيلة من أفكار ودلالات تزيده عمقاً ووعياً في ذهن كل من يشاهده أن بوستر مونديال أوروغواي عام 1930م شكل (13) هو أول ملصق فني ابداعي لهذا الحدث الهام، بسبب البساطة في اللون ونضجاً في رسم الجسد وعدم الكشف عن ملامحه، لكن بالاستناد إلى مفاهيم النقد الفني يكتشف المتابع أن تصميم "جيليرمو لابورد" لا يقدم أي جديد يعول عليه، طالما يلجأ إلى عملية تجسيد لحارس المرمى وهو يهيم بالتقاط الكرة في الزاوية 90. في وقت اعتمدت فيه بعض المونديالات على عملية تخيل مركزة من دون أي رسم تعريفي للبوستر، بحيث تجعل المشاهد يطلق العنان لمخيلته وتدعوه إلى السفر بروحه وعقله من خلال الأفيش ومدى كثافة صورته وارتفاع الجانب الرمزي فيه. وعلى رغم الإبدالات الفنية والجمالية والابدعية التي رافقت سيرة البوسترات على مستوى الألوان والأشكال والخطوط والرسومات، فإن الأمر ظل يضمحل في طياته مختلف التحولات التي طاولت مفاهيم الصناعة، والفن

-التصميم الجرافيكي يعتبر لغة اتصال بصري التصميم البصري له تاريخ طويل، معبراً عما يشغل الفكر بوسائله البسيطة، ومن بينها التعبير بالرسم الذي ابتكره الانسان ليكون وسيطاً بينه وبين الطبيعة واستطاع أن يستعمله للتواصل ونقل الأفكار والمعلومات والرسائل في شتى المجالات. وعلى هذا فان مهمة المصممين تكوين التواصل عن طريق الوسائل البصرية في تشكيل نوعية الحياة اليومية للأفراد والجماعات والمجتمعات.

- التصميم الجرافيكي هو أحد أهم لغات الحوار بين الشعوب والمجتمعات التي تعزز التفاعل الحضاري عن طريق الإنفتاح على العالم الآخر بما لديه من إبداعات ثقافية وفنية. لها دور أساس في تشكيل البيئة الفنية والثقافية للمجتمع، بالإضافة إلى دورها الوظيفي كأداة اتصال مجتمعي لها صفة الجماهيرية.

-التصميم الجرافيكي يحوي مجموعة من القيم الثقافية والفكرية، التي تتحول إلى معنى بصري للعديد من الدلالات التعبيرية المركزه بما يحويه من عناصر ورموز فنية وعلاقة تحتوي في ترجمتها الفنية على مخزون توجيهي لوظائف عملية تهم المتلقي كمستخدم دائم لها.

-التصميم الجرافيكي ذو أهمية كأداة تسويقية، يجعل للعمل نظرة فعالة ومحترفة تؤثر إيجاباً على توصيل رسائل الشركات إلى الجمهور المستهدف. ويساعد في توصيل الرسائل بدقة وبشكل متجدد وملائم. كما انه يساعد علي زيادة قابلية قراءة المطبوعات.

-التصميم الجرافيكي صناعة فنية وإبداعية كان سابقاً تشكل العناصر الفنية من (الأغاني والموسيقى والأزياء وجميع مظاهر الاحتفال) منظومة فنية لإدراكاتنا البصرية لأي حدث، ولكن الآن أصبح التصميم الجرافيكي في المونديالات علي سبيل المثال تتسابق كل الدول فيما بينها وتتنافس من أجل تقديم مشاهدة بصرية وصناعة إبداعية تستطيع من خلاله التأثير في كواليس المونديال وتلقيه من طرف المشاهد قبل بداية المباريات. فالغاية هنا تبقى ترفيحية واحتفالية بدرجة أولى تعمل إلى جذب أنظار العالم حول هذا الحدث الرياضي الاستثنائي. لهذا نلاحظ مع كل مونديال ارتفاعاً كبيراً لمنسوب الأغاني وموسيقاها لحد أنها أصبحت أهم من المباريات أحياناً على مستوى تلقيها ومتابعتها، وذلك بسبب تأثيرها في الجماهير العالمية. وأصبح بالنسبة لـ"الاتحاد الدولي لكرة القدم" مطلباً كبيراً لا يتم الاستغناء عنه، وذلك باعتبار أنها تعد أول خيط رابط بين المونديال وجماهير

لكنها لا تقدم أي معلومة مباشرة عن المونديال. فما هو متعارف عليه أن صناعة البوسترات تختلف من فن إلى آخر ، فبوسترات المعارض تختلف عن الفيلم السينمائي، لكنها تجتمع ولكنها تجتمع في البعد الترويجي، غير أن ملصقات الأحداث الرياضية للمونديال تظل يطغى عليها الطابع الإشعاري الذي يحول الصورة إلى مختبر تختلط فيه الهواجس الدعائية بالتجارية والفنية بالرياضية. فإذا كانت ملامح البوسترات الرياضية يطغى عليها هوية البلد المنظمة أحياناً كما هو الحال في مونديال قطر 2022م شكل (16) تصميم بثينة المفتاح استلهمت فكرة الملصق من التراث والموروث الشعبي في قطر بشكل خاص، وبالخليج العربي بشكل عام، لافتة إلى أن المصممة حاولت أن ينعكس هذا الموروث في عملية التصميم الفني للملصق؛ ليتعرف العالم على الموروثات والعادات والتقاليد المحلية الغنية بمضامينها وأبعادها. تبرز الثقافة العربية المتمثلة بالزبي العربي، كما أنها تعزز الهوية العربية وتفتخر بالزبي العربي استلهمت كلمة /هَيَا/ التي تضمنها ملصق كأس العالم FIFA قطر 2022م، من هتافات المشجعين في الملاعب المختلفة، ومن الأصوات الجماعية للمشجعين التي تحث على المساندة، مضيئة أن هذه الكلمة تؤكد على شغف الجمهور القطري بكرة القدم. كما أن الملصق يبين الغترة والعقال في الهواء لحظة التشجيع والفرحة، وطريقة الاحتفال بالأهداف خلال المباريات، والاحتفاء بالانتصارات، أن /هَيَا/ تعبر عن مدى شغف الجمهور القطري برياضة كرة القدم خاصة، واهتمامه الكبير بمختلف الرياضات الأخرى بشكل عام. وما يأخذ علي تصميم الملصق هو عدم وجود الألوان فظهر فقط بالأبيض والأسود مع لمسة بسيطة للون الأحمر الغامق، إذ أن وجود الألوان في أي تصميم تضيفي جمالية على الصور فتعطي الأحساس بالحركة ويظهر الإبداع وفكرة التصميم من النواحي كلها. ومع التراكم الكمي للفيلموغرافيا العالمية والتطور التقني المذهل الذي شهدته الشاشة الكبيرة، جعلت أغلب الملصقات ذات تصميم فني محترف، إذ غالباً ما يتجاوز فكرة الفيلم وتقديم شخصياته في الملصق، صوب صورة تضرر اشتغالياً جمالياً مكثفاً على مستوى مزج الألوان واستلهم المدارس الفنية والأساليب الجمالية ومزجها داخل بوستر مركب هو عبارة عن عمل فني أكثر من كونه ملصقاً تجارياً أو دعائياً. على رغم الأهمية القصوى للملصق السينمائي، تجارياً ودعائياً وترويجياً،

بشكل عام. فداخل كل شعار نعثر على مجموعة من الألوان الخاصة بكل بلد، كما أن أساليب التصوير تتغير من بوستر إلى آخر. فتارة نعثر على شعار عبارة عن خطوط وألوان بداخلها كرة، كما يظهر ذلك في مونديال الأرجنتين عام 1978م شكل (14) يتألف البوستر من أشكال مجردة، مثل النقاط هذه النقاط جعلت هناك حاله من التوتر المصاحب لرؤية الملصق لاحداث تشويش، كما استخدم القليل من الألوان.، ومونديال أميركا عام 1994م شكل (15) جاء بوستر مونديال الولايات المتحدة 1994م بعد مرحلة مفصلية من تاريخ أميركا بعد انتهاء حقبة الحرب الباردة (1947-1991م) وما ترتب عنها من مشكلات سياسية واجتماعية، كان لها الأثر البالغ في نفوس الناس. فجاء البوستر الفنان والمصمم "بيتر ماكس Peter Max" وفق طابع احتفالي أعطى فيه للألوان (الأصفر والأحمر والأخضر والأزرق) أهمية كبيرة لإظهار مظاهر الفرحة والسرور. ويصور البوستر لاعباً أميركياً وهو في وضعية ضربة مقص على علو يقترب إلى سماء زرقاء تحيط بها النجوم. وقد اعتبر عدد من نقاد الفن أن هذا الشعار يعد لوحة تشكيلية مميزة أكثر من كونه صورة إخبارية، بسبب ارتفاع حدة الإبداع على ملامح البوستر، كما أن الفنان حرص على عدم إظهار معلومات المونديال على تضاريس العمل حتى لا تؤثر على الجانب الجمالي للبوستر. فهي تصميمات يطغى عليها النفس التجريدي الذي يحول البوستر إلى علامة بصرية يصعب تحليل ميكانيزماتها خارج السياق الرياضي الذي ظهرت فيه، لكن ما يجعل بوسترات مونديال الأرجنتين وأميركا ضعيفة، أنها لا تخرج عن الجانب الدعائي أو الإشعاري، وذلك بما يجعلها أعمالاً فنية تعانق رحابة الإبداع والابتكار. إذ غالباً ما تم التعامل معها بكونها إعلانات إخبارية ذات علاقة بحدث رياضي، وإن تغيرت طبيعة هذه الرؤية في السنوات اللاحقة بعد ظهور "البوستر" كصناعة قائمة الذات داخل المؤسسات الرياضية. ولقد أصبح الي جانب الهدف الدعائي للملصق والبعد الترويجي للحدث أصبح هناك هدف وبعد جمالي. فتحول عديد من البوسترات بعد انتهاء المونديال إلى عمل فني باقٍ في ذاكرة المؤسسات. وتتميز بوسترات المونديال بطابعها التصويري المجرد الذي يحول حدثاً واقعياً إلى صورة تتخذ بعداً تجريبياً وذاكرة رمزية. فكل شعارات كأس العالم تحمل دلالات رمزية توحى بمظاهر الاحتفال الكروي،



شكل (16) ملصق مونديال قطر 2022م المصمم/ بثينة المفتاح.



شكل (17) متحف التصميم بالعاصمة البريطانية، يضم

مطبوعات لدورات كأس العالم السابقة

دور التصميم الجرافيكي للتعبير عن الهوية الوطنية من خلال الإعلان عن الأحداث الوطنية والهامة:

تستخدم الدول التصميم الجرافيكي للإعلان عن الأحداث الضخمة حيث يعتبر عاملاً مهماً في تعزيز الصورة الوطنية فكري:

كيف تقدم الدول نفسها في الأحداث الكبرى.

كيف يستخدم التصميم الجرافيكي لتحسين الصورة الوطنية.

كيف تربط الأمم بين الصورة الوطنية والحدث الضخم المستضاف.

الصورة الوطنية هي عنصر حاسم لأي بلد يحتاج إلى إعادة تأسيس وتعزيز لتقديم الثقافة الحقيقية للبلد، والهوية الاجتماعية والتاريخية ووضع مكان إيجابي ومفيد لنفسه في جميع أنحاء العالم.

قواعد وأساسيات استخدام التصميم الجرافيكي في الأحداث الكبرى لتعزيز الصورة الوطنية.

التصميم الجرافيكي للأحداث الضخمة قد يزيد من الإدراك الإيجابي للصورة الوطنية التي تؤثر بدورها على مكانة الأمة حول العالم.

أساسيات استخدام التصميم الجرافيكي في الأحداث الكبرى.

فإن حضوره في المكتبة السينمائية العربية قليل، وحفظه من الضياع معقود على جهود فردية يقوم بها مهتمون أو مهووسون به، إضافة إلى ذلك، فإن النقاد السينمائي والفني لا يهتمان بالملصق، ولا يتابعان تطوراتهِ وتحولاتهِ، ولا يشتغلان على ارتباطه بالفيلم، ومدى قدرته على أن يكون فناً قائماً بذاته، إلى جانب دوره الترويجي-الدعائي، لذلك تعد هذه الملصقات/الإعلانات/الشعارات "عملاً فنياً" انظر شكل (17) وصناعة جمالية لا يستهان بها، خاصة أنها تبقى حاضرة في أذهان الناس ويمكنهم شراء نسخ منها على شكل صور فوتوغرافية، فإننا نعثر على هذه البوسترات وقد تحولت إلى رحاب المعارض الفنية، ويتم التعامل معها كأعمال فنية.



شكل (13) ملصق مونديال الأوروغواي عام 1930م.



شكل (14) ملصق مونديال الأرجنتين عام 1978م.



شكل (15) ملصق مونديال 1994م

بصرية وشعار يميز مدنهم ويعطيها ميزة تنافسية في ظل حالة التنافس الشديد في المدن بهدف الحصول على حصة ما في السوق التنافسية. كما يجب تعزيز وتفعيل دور المجتمع المحلي ومشاركته في تحسين صورة المدن خلال الفعاليات والاحداث التي تنظمها ويكونوا سفراء لها بحيث تنعكس خصائص وقيم ماركة المدينة على تعاملاتهم مع الزائرين. ولذلك فالعديد من المدن تتنافس لاستضافة حدث ما او لجذب مزيد من الساح والاستثمارات ولذلك تلجأ إلى ابتكار وتصميم هوية بصرية لتحسين صورتها الحالية او لجعل صورة ذهنية ايجابية عنها لدى المتلقي وذلك من خلال بعض الحملات الاعلانية التي تعمل على جذب انتباه المتلقي واقناعه بانه سوف يجد في هذه المدينة ما يحتاجه ويرغب فيه. شكل (19) شعار مهرجان عام القهوة السعودية 2022م، وصورة للهوية مع الشعار، حيث استوحيت الوزارة شعار الهوية من «الفنجال» بما يحمله من إشارات دلالية مرتبطة بالقهوة وقيم الكرم والضيافة السعودية الفريدة. فترتبط القهوة بالإرث الثقافي للمملكة عبر تاريخ حافل بالعادات والتقاليد، وقيم الكرم والضيافة، والحضور الإنساني والجمالي والفني في الأغاني والقصائد واللوحات، حتى أصبحت عنصراً رئيساً في الثقافة والموروث الشعبي السعودي، وعلامة ثقافية تتميز بها المملكة، سواء من خلال زراعتها، أو طرق تحضيرها وإعدادها وتقديمها للضيوف شكل (20) طوابع بريدية وبطاقات تذكارية خاصة بمبادرة "عام القهوة السعودية" 2022م، وذلك تفعيلاً للمبادرة واحتفاءً بهذا العنصر الثقافي الذي ارتبط بهوية وثقافة المملكة على مر العصور. وتشكلت الطوابع البريدية من فئة "3 ريال" بأشكالٍ فنية تجسد أدوات القهوة السعودية كالدلة والفنجان وغيرها من الرمزيات المرتبطة بالقهوة السعودية، في حين جاءت البطاقة التذكارية من فئة "5 ريال" بتصميم هوية "مبادرة عام القهوة السعودية 2022م" وجاء الاحتفاء بعام القهوة السعودية 2022م من خلال إصدار طوابع بريدية وبطاقات تذكارية تخلد هذا العام، كما تعزز مكانة القهوة السعودية محلياً ودولياً باعتبارها رمزاً من رموز الثقافة السعودية، وموروثاً أصيلاً، وذلك في إطار برامج وأنشطة الشراكة بين الجهات الحكومية والخاصة شكل (21) مجموعة من الحملة الاعلانية لمهرجان عام القهوة السعودية 2022م

يمكن أن يكون استخدام التصميم الجرافيكي في تقديم الحدث الضخم فرصة جيدة للبلاد للتعبير عن هويتها الوطنية وتعزيز صورتها الوطنية.

-يعد التصميم الجرافيكي أداة اتصال مهمة تستخدمها الدول التي تستضيف حدثاً ثقافياً ضخماً.

-استخدام ألوان الهوية الوطنية في التصميم الجرافيكي للأحداث الضخمة يجعل التصميم لا ينسى للجمهور المستهدف. واستخدام أهم عوامل الجذب والمعالم والأماكن الفريدة في الدولة تجعل الجمهور يربط بين التصميم والأمة المستضيفة.

فعلى سبيل المثال نجحت جنوب افريقيا في تغير الصورة السلبية عنها من خلال تنظيم كأس العالم نجحت المانيا في تغير صورتها الناتجة من الحرب العالمية الثالثة من سلبية الى ايجابية وذلك من خلال تنظيم احداث دولية كبرى كالألعاب الأولمبية (مونخ 1972م) وكأس الامم الاوروبية لكرة القدم 1988م كان عنوان الحملة الاعلانية الخاصة بها تحت شعار "الإهام جيل" ففي عام 2004م عندما نظمت مدينة أثينا اليونانية دورة الألعاب الأولمبية عملت على ابتكار شعاراً مميزاً يربط ما بين التاريخ والحاضر يعمل علي ربط الجمهور المتلقي بالمدينة وليس الحدث فقط وهي شعار له عدة ابعاد ودلالات بحيث ان اليونان هي أساس وبيت الألعاب الأولمبية، كما انها رسالة للجمهور المتلقي بأنه سيكون في بيته عند زيارة في المدينة اليونانية، كما في شكل (18) شعار تصميم يوناني كامل يمثل اكيلاً من اكيل الزهور مرسوماً باليد ومدمج مع لون العلم اليوناني، ذلك لتعميق وتعزيز صورة المدينة بانها مدينة ملهمة والجميع سوف يعيش تجربة فريدة في المدينة. وقد عملت على العديد من المدن حول العالم في استغلال تنظيم الفعاليات والاحداث الكبرى لنشر صور وسعة ايجابية عن المدينة تعمل على جذب الجمهور المتلقي المستهدف، كما لعب المجتمع المحلي دوراً هاماً في تشكيل الهوية والماركة الخاصة بأي مدينة خلال تنظيم الفعاليات والاحداث الدولية الكبرى، فهم سفراء يعبرون عن صورة المكان من خلال تفاعلهم وسلوكهم تجاه الزوار. فمعظم الحكومات تعمل على تنمية النشاط السياحي لبلدانها ومدنها من خلال ابتكار حملات تسويقية واستغلال الفعاليات الكبرى وتحسين خدماتها بشكل يعمل على جذب انتباه الجمهور المتلقي ومن ثم تحسين صورة المدينة ولذلك لجأ القائمين على ادارة المدن لابتكار هوية

تنوع الأحداث الهامة ومدى التفاعل التصميمي:

يعد مفهوم التنوع في الأحداث من أهم المؤشرات التي تستخدم للدلالة على السمات التي يمتلكها أفراد المجتمع لإثبات أنفسهم أمام الآخرين، وتتضمن هذه السمات العوامل الديموغرافية والتي تشير إلى العمر والجنس واسم العائلة، بالإضافة إلى مجموعة المعايير والعلوم الثقافية المتنوعة، وفي المجتمعات المنفصلة تختلف الثقافات المتبادلة بين الناس في تفاصيلها المتنوعة.

1-أنواع الحدث الثقافي:

تتنوع الأحداث والفعاليات التي تقام كل عام وتتميز بمحتواها الثري سياحياً وسينمائياً وتاريخياً وادبياً وتراثياً وتسويقياً:

-الأحداث الهامة (السياحية) ثقافة سياحية:

هناك نوع من الأحداث الثقافية التي يندرج تحتها المجال السياحي سواء داخلية أو خارجية، والتي تهتم بثقافة دولة معينة، ونمط حياة الناس فيها، وطبيعتها الجغرافية، وتاريخ الأشخاص الذين يسكنون هذه الدولة، والهندسة المعمارية، والفن، والدين، وأي أمور أخرى عملت على تشكيل نمط حياة الأفراد فيها، ويمكن ممارسة هذا النوع من الحدث في المناطق الحضرية، مثل المدن التاريخية، أو المدن الكبيرة، أو المتاحف، أو المسارح، ومن الممكن أن تشمل المناطق الريفية التي تعرض تقاليد المجتمعات الأصلية الثقافية فيها، وقيمهم، ونمط حياتهم. بالتالي فإن الحدث الثقافي السياحي هو انتقال الأفراد الى مناطق الجذب الثقافي خارج مكان إقامتهم، وذلك لجمع المعلومات، وتلقي تجارب جديدة من أجل تلبية احتياجاتهم الثقافية.

من أكثر الأحداث الهامة للمشهد السياحي التي تحظى بإقبال جماهيري هي:

-المهرجانات السياحية:

تعد المهرجانات من أكثر حملات الترويج للسياحة بشكل عام والفنية بشكل خاص، أن أول ما يهتم به المهرجان هو الترويج لاسم المدينة والدولة التي ينعقد فيها وما تحويه من معالم سياحية وأماكن ذات طبيعة خاصة سواء كانت جغرافية أو تاريخية.. مؤكداً أن تحقيق التوازن ما بين أهداف موضوع المهرجان والأهداف الأخرى ضرورة لا بديل عنها ويوصف على أساسها هذا المهرجان بالنجاح أو الفاشل. كما أن المهرجانات لها من القوة الناعمة التي تمكنها من تحقيق أهداف عديدة وليست مادية فحسب موضحاً أن تبادل الخبرات والاحتكاك بالتجارب العالمية وإحداث زخم إعلامي يعد دعاية مؤثرة للغاية تؤتي نتائج أدبية



شكل (18) شعار دورة الألعاب الأولمبية 2004م / أثينا / اليونان



شكل (19) شعار وهوية مهرجان عام القهوة السعودية 2022م



شكل (21) طوابع بريدية وبطاقات تذكارية خاصة بمبادرة "عام القهوة السعودية" 2022م.



شكل (22) نماذج من الحملة الاعلانية والتذكارية لمهرجان عام القهوة

السعودية 2022م



شكل (25) شعار مهرجان سباقات الخيل /المصمم...؟



شكل (26) ملصق مهرجان النخيل والتمور/2015م



شكل (27) ملصق المهرجان الدولي الخامس للتمور المصرية بسبوة 2022م

مفهوم المهرجانات السياحية:

تعرف المهرجانات بأنها احتفالات عامة للدول تكون في نطاق إطار معين تقام بها إبداعات وفعاليات مختلفة أصلية قد تكون رياضية أو ثقافية أو اجتماعية وأنشطة سياحية وتسويقية خلال فترة معينة من العام، وذلك لتحقيق أهداف وفوائد اجتماعية واقتصادية وثقافية وترويجية على المستويين الدولي والمحلي.

-أهداف المهرجانات السياحية:

تهدف المهرجانات السياحية للنهوض بالتراث الفني والثقافي للمقصد السياحي ووضع الدول المضيئة للمهرجان على الخريطة السياحية العالمية وحث الهيئات الرسمية وغير الرسمية على ضرورة إعطاء الأولوية للتعبير عن الطاقات البشرية والثقافية لدى المنظمين لها ولدى البلد المضيف للحدث، وإبراز الصورة السياحية للبلد المضيف. وتعتبر المهرجان انفتاحاً على العالم الخارجي حيث تشارك فيه كثير من الفرق الموسيقية (مهرجان فني) والرياضة (مهرجان رياضي) والمسابقات الأخرى على مستوى العالم.

كبيرة وتحقق الترويج السياحي العالمي المباشر وغير المباشر ولفئات يتعذر الوصول إليها بسهولة وبتكلفة ضمنية أقل بكثير من تكلفة البرامج الترويجية الموجهة لتلك الفئات. تتسابق دول العالم في إقامة مهرجانات متنوعة وعرضها من خلال الأجنحة السياحية من أجل جذب عدد أكبر من السائحين من جميع دول العالم، وتحاول تلك الدول تحديد مواعيد ثابتة للمهرجانات لكي تستطيع شركات السياحة والمتخصصين في التسويق عمل الدعاية اللازمة للمهرجان والتعرف على جدول أعمال تلك المهرجانات، ففي دول الخليج نجد مهرجان سباق الخيل كما في شكل (23،24،25) وفي مصر تحتل المهرجانات السياحية والمناسبات الخاصة مكانة كبيرة في الأجنحة السياحية المصرية، وباتت تحدد مدنا ومواقع بعينها يقصدها السائحون للحضور والمشاركة في فعاليات وأنشطة تلك المهرجانات كما في شكل(26،27) مهرجانات جني البلح .



شكل (23) ملصق مهرجان الشارقة التراثي للجواد العربي /المصمم...؟



شكل (24) ملصق كأس لمسابقة الخيل العالمي

بالسعودية/2023م/المصمم...؟

كما جاء المهرجان الأول للتراث والصناعات اليدوية بالسعودية شكل (30) والذي يهدف إلى إبراز الموروث التراثي الذي تتميز به المنطقة وتسويق المنتجات الحرفية وتحقيق المتعة والفائدة مهرجان التراث البحري العماني شكل (31) ويهدف المهرجان إلى إبراز الدور التاريخي للولاية قديماً وحديثاً، وهذا ما تضمنه الملصق وذلك للترويج والتعريف بالتراث البحري والمقومات السياحية. ويتضمن المهرجان إقامة فعاليات القرية التراثية البحرية التي ستسرد قصة التراث البحري من خلال عدة أقسام منها: ركن الصناعات الحرفية المرتبطة بالتراث البحري، والجلسات التراثية الشعبية، والمقهى الشعبي، ومسرح الفعاليات والأنشطة الترفيهية والثقافية، بالإضافة إلى الألعاب الشعبية وعروض الفنون التراثية المتعلقة بالبحر.



شكل (28) ملصق مهرجانات مهرجان الشيخ زايد التراثي بالامارات/2017م



شكل (29) شعار مهرجان الشيخ زايد التراثي بالامارات.



شكل (30) شعار المهرجان الأول للتراث والصناعات اليدوية بالسعودية

تتم أهمية المهرجانات والفعاليات التراثية، ودورها، في حفظ مكون ومفردات تراثنا، أن تلك البرامج مجدية تمثل منصة لعرض وتقديم تراثنا والتعريف به، وتعزيز صون الهوية وتحمي موروثنا من الضياع، وتمثل حصناً منيعاً في وجه غيابها. وهو ما يعزز جهود وخطط عمل مختلف الجهات والمؤسسات في الدولة، التي تنظم المهرجانات التراثية على نطاق واسع، لهذا الهدف، حيث تحظى بحضور جماهيري كبير، فالفعاليات التراثية تسلط الضوء على أهم المشاريع والمبادرات والبرامج التي تدعمها المؤسسات الحكومية، وتساهم بشكل قوي في دعم وترسيخ الموروث والهوية، حيث تتضمن أنشطة متنوعة تستقطب الجمهور، وتنقلهم بشكل حي وتفاعلي إلى ماضيهم وتاريخنا، مشيراً إلى أهمية اللقاءات المستمرة بين خبراء التراث والمهتمين به، لمناقشة التجارب والاستفادة من الخبرات المتبادلة في نقل هذا التراث.

أن الفعاليات التراثية تزرع في قلوب الأبناء حب الوطن وتاريخهم وماضيهم، كما أنها تتيح فرصة المشاركات الجماعية، بما لها من فوائد للكبار والصغار، لكون تلك الفعاليات تعد الملتقى الأساسي الذي يجمع الماضي والحاضر تحت سقف واحد، وأفضل وسيلة لربط الجيل الحاضر بالماضي، وذلك من خلال زيادة عدد المشاركين والمشاركات في مجال التراث، وهو ما تحرص عليه الجهات المنظمة للفعاليات في الدول من حيث الاعتناء بالتراث وأهله جل الاهتمام، وأن يكونوا في مقدمة جميع المهرجانات، وأن يحرصوا على إتاحة بيئات متنوعة عدة، مثل المعارض والمهرجانات والمؤتمرات والمتاحف. كما في مهرجان الشيخ زايد التراثي بالامارات شكل(28،29) حيث اصدار طابع بريد "مهرجان الشيخ زايد التراثي" التذكاري يأتي توثيقاً للمهرجان على اعتبار أن الطوابع البريدية وسيلة من وسائل الاتصال الإعلامي والثقافي التي تصل إلى مختلف دول وشعوب العالم ما يعطيها انتشاراً واسعاً ورسالة تاريخية تنتقلها الشعوب والحضارات. حيث يجسد المهرجان الاهتمام بالتراث الإماراتي والعالمي وما يحمله من قيم ورسائل تسامح إلى الشعوب كافة وأوضحت مشاركة مجموعة بريد الإمارات لتأريخ المهرجان والترويج له محلياً وعالمياً كما جاء الشعار موضحاً لمضمون فكرة التراث فكان تواجد الصقر وهو من التراث الاماراتي الأصيل.

-الأحداث الهامة (المهرجانات الفنية)

تعريف المهرجانات الفنية:

تعرف المهرجانات الفنية على أنها تلك الأحداث المجدولة قصيرة الأجل التي تشتمل برامجها على عروض أو معارض تعرض نماذج فنية فردية أو متعددة، ويكون هناك فرص للجمهور للمشاركة المباشرة في الأنشطة الخاصة بالمهرجان، وتختلف المهرجانات الفنية في نطاقها من مهرجانات دولية أو محلية كما تختلف في المدة الزمنية المحددة للمهرجان وكذلك الإدارة والتنظيم، وتتم عروض تلك المهرجانات في أماكن تقليدية مثل المسارح والأماكن العامة والشوارع والأماكن غير التقليدية مثل المباني التاريخية والأستوديوهات إلى أنه يتم تقييم نجاح المهرجانات الفنية عن طريق عوامل رئيسية تتمثل في قدرة المهرجان على جذب فني الأداء والزوار، وتأثيره الإيجابي في تحسين الصورة الذهنية السياحية للمقصد المضيف للمهرجان وكذلك تسليط الضوء على تسويق المهرجان ودوره في الترويج للمدن المضيئة. هذا وقد بدأت مصر العمل على أن يصبح لها مهرجانات فنية يسعى العالم لحضورها والمشاركة فيها، وشهد عام في عدد المهرجانات التي تنظمها مصر. كما ان مهرجانات السينما احتفاليات ثقافية لها تأثيرات إيجابية كبيرة في تعميم الثقافة السينمائية، كما ان مهرجانات السينما في العالم متنوعة، ولكل مهرجان جمهوره وسماته الثقافية والإعلامية من الهند حتى أرمينيا ومن بريطانيا حتى النرويج. في كل بلد وفي كل مدينة مهرجان، وتشكل هذه المهرجانات أهمية ثقافية كبيرة كون المهرجان يقدم نتاج كل السينما في العالم. فنري في شكل (32) ملصق مهرجان الفيلم الثاني "النوستالجيا" الذي أقيم في مدينة Milan2021 الذي سيقام في مدينة "ميلانو" الإيطالية تم تصميم ملصق هذا الحدث بالمصمم "ميديا كياست" midya kiast، الذي يعد المدير الفني للمهرجان أيضاً. يحمل فكرة الملصق "الشروق" في الحياة، دائماً يحمل الكثير من المعاني للعواطف التي يمكن فهمها بأي عقلية ويمكن تسجيل تفسير مختلف لها في الذاكرة. وصورة الضوء في الظلام كعنصر ذي مغزى في هذا الحدث، هو الموضوع الرئيسي لتصميم ملصق مهرجان "النوستالجيا" السينمائي وصورة إشعاع الضوء الإفتراضي كرمز للمهرجان في فراغ برمجي، خلقت صوراً خاصة بالنسبة له، حيث قرر أن يجعل رمز المهرجان هو

الموضوع الرئيسي للتصميم من خلال الإقتباس من الشعارات البدائية للأفلام الكلاسيكية.



شكل (31) ملصق مهرجان التراث البحري العماني /2023م.



شكل (32) ملصق مهرجان الفيلم الثاني "النوستالجيا" الذي أقيم في مدينة "ميلانو" الإيطالية

تصنيف المهرجانات السينمائية الكبيرة ذات البعد التاريخي والثقافي:

أولاً-المهرجانات الأوروبية: في العالم توجد ثلاث مهرجانات سينمائية دولية وهذه المهرجانات حسب أقدمية تأسيسها هي:

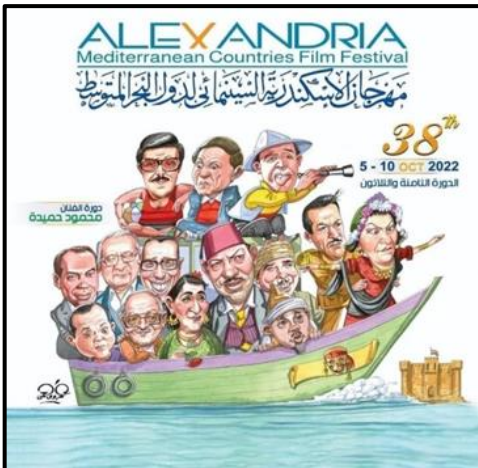
1-مهرجان البندقية السينمائي الدولي:

وهو الاسم الرسمي للمهرجان: وهو أقدم مهرجان سينمائي في العالم تأسس عام1932م أسسه "جوزيفي فولبي" Josefi Volpi وجائزة هذا المهرجان هي الأسد الذهبي لأفضل فيلم سينمائي وتقدم الجائزة في المسابقة الرسمية للمهرجان. كما تقدم جائزة لأفضل ممثل وهي جائزة كأس "فلوبي" Coppa Volpi، يعتبر المهرجان من أكثر مهرجانات العالم تألقاً، ويعد جزءاً من بينالي فينيسيا. الذي يعد معرضاً فنياً ضخماً ومهرجاناً للفن المعاصر كما في اشكال (33).

تعتبر فرنسا أكثر البلدان اهتماماً بالثقافة، فإن وزير التعليم العام والفنون الجميلة الفرنسي «جون زاي» بادر بإقامة مهرجان سينمائي ثقافي دولي شكل (35) في فرنسا كي يناقش مهرجان البندقية السينمائي الذي ذاع صيته وانتشر ثقافياً في أرجاء المعمورة. تم افتتاحه سنة 1939م. يهدف مهرجان كان السينمائي إلى تشجيع تطور الفن السينمائي بكل أشكاله، وإنشاء روح تعاونية بين البلدان المنتجة للأفلام والمحافظة عليها.

ثانياً- مهرجانات السينما العربية:

1-مهرجانات القاهرة والإسكندرية: مهرجان القاهرة السينمائي الدولي، المهرجان الدولي للأفلام التسجيلية، المهرجان الدولي للمسرح التجريبي، مهرجان الإسكندرية السينمائي الدولي اشكال (36) بوستر المهرجان للدورة 38 من تصميم فنان الكاريكاتير الكبير "عمرو فهمي" معتمداً على الأسلوب الكاريكاتيري الساخر حتى يتناغم مع الحدث خاصة مع إهداء الدورة لصناع الكوميديا. يعزز البوستر الثقافة البصرية عند المتلقي، وبالنسبة للحدث العالمي هو مهرجان الإسكندرية السينمائي لدول البحر المتوسط وإهداء الدورة لصناع الكوميديا والحرص على تنفيذ البوستر بأسلوب كاريكاتيري يتناغم مع الحدث في المدينة الساحلية، ولذلك كان العنصر الرئيسي مركب صيد في الميناء الشرقي للإسكندرية يستقلها بعض رموز الكوميديا في حقب مختلفة بينما تصدر المشهد في مقدمة المركب الثنائي الشهير في فيلم "شارع الحب" بطولة زينات صدقي و عبد السلام النابلسي في مشهد رومانسي كاريكاتيري مستوحى من فيلم "تيتانك" في لقطة نادرة لكل لمجموعة من أشهر الفنانين" موضحاً أنه كان لإضافة قلعة قايتباي في تكوين العمل شيئاً مهماً لأنها أشهر معالم الإسكندرية.



شكل (36) ملصق مهرجان

الإسكندرية لدول البحر المتوسط الدورة 38

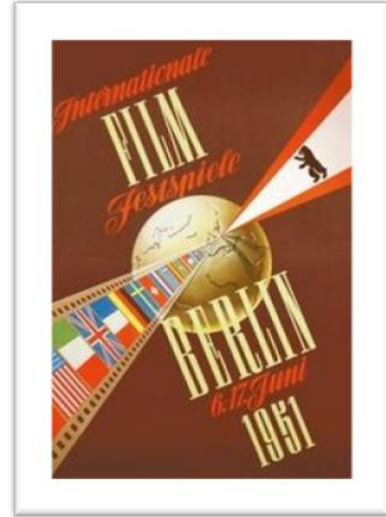


شكل (33) الملصق الرئيسي لمهرجان

فينسيا السينمائي/ إيطاليا لدوات مختلفة منذ بدايته.

2-مهرجان برلين السينمائي:

هو مهرجان سينمائي يقام سنوياً في برلين، ألمانيا، يعد مهرجان برلين السينمائي واحداً من أهم المهرجانات السينمائية وأعرقتها في العالم ويسمى أيضاً البرلينا. تأسس المهرجان سنة 1951م في العاصمة الألمانية برلين وينعقد كل عام من التاسع من فبراير حتى التاسع عشر من كل عام في قصر برلينا الواقع في ساحة «مارلين ديتريش». شكل (34).



شكل (34) ملصق مهرجان برلين السينمائي

البلد/ المانيا سنة 1951م

3- مهرجان كان السينمائي في فرنسا:



شكل (35) شعار ونموذج من ملصق مهرجان كان السينمائي

2- مهرجان دبي السينمائي شكل (37):

يعتبر بمثابة نقطة انطلاق للسينمائيين العرب لعرض إبداعاتهم أمام الجماهير العالمية والعربية الذي له دور كبير في حركة صناعة السينما في المنطقة، وقد أصبح مهرجان دبي السينمائي الدولي منذ تأسيسه وجهة مهمة لصناع السينما في المنطقة وحول العالم، ليتحول إلى قاعدة قوية لتسهيل التعاون المشترك بينهم، ملتقى دبي السينمائي، وهو بمثابة سوق للإنتاج السينمائي تهدف إلى تعزيز نمو صناعة السينما في العالم العربي.



شكل (37) ملصق مهرجان دبي السينمائي

الإمارات 2007-2014م

3- مهرجان قرطاج السينمائي شكل (38):

تتميز تونس بالثقافة السينمائية، فهي التي بادرت منذ منتصف القرن العشرين إلى تأسيس نوادي السينما فقد لعبت دوراً هاماً في تأسيس الثقافة السينمائية. فكان مهرجان قرطاج السينمائي العريق الذي ينعقد في تونس كل عامين وهو من أهم وأعرق المهرجانات السينمائية العربية وينعقد مرة كل عامين. تأسس عام 1966م وكان في أول تأسيسه مهرجاناً محلياً وخلال عامين فقط حمل صفة العالمية كمهرجان معترف به دولياً، وهو مهرجان ينحو منحى ثقافياً عمداً على المحافظة على هويته الثقافية طوال هذه السنوات.



شكل (38) ملصق وشعار مهرجان قرطاج السينمائي / تونس

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- 1- احمد الشعراوي، سامر سيف الدين 2020: التصميم الجرافيكي- الجامعة الافتراضية السورية- سوريا.
- 2- تحية نصر 2020: دور المهرجانات الفنية في تنشيط وترويج الحركة السياحية الوافدة لمصر-تطبيقاً على مهرجان الجونة السينمائي السنوي- مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة – المجلد 18- العدد 3.
- 3-رانيا فاروق 2017: نظم الهوية البصرية لدعم صورة المدينة-مجلة العمارة والفنون- العدد الخامس عشر.
- 4-دينا محمد عناد 2017، (التصميم الجرافيكي لغة تعزز التواصل الثقافي والجمالي للمجتمع) – مكتب الفتح – بغداد.
- 5-دينا محمد عناد 2016: النظام الكامن في فعل التصميم للإعلانات التجارية-مكتب الفتح – بغداد.
- 6-محمد عباس مظهر 2021: التصميم الجرافيكي الاجتماعي وإنعكاسه في مكافحة تعاطي المخدرات- مجلة الاكاديمي- العدد 100.
- 7-ساره عبد العظيم رزق واخرون 2021: التصميم الجرافيكي للأحداث الضخمة ودوره في تعزيز الصورة الذهنية للدولة- مجلة العمارة والفنون – العدد 17.
- 8-مني سيد عثمان وأخرون 2017: العلاقة بين فلسفة التصميم وقيم الفلسفة- مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية – العدد 30
- 9-نور البكديش 2015: صورة المرأة في التصميم الجرافيكي- كلية الفنون الجميلة-سوريا-رسالة ماجستير غير منشورة.
- 10-لؤي الزغبي 2020: الوسائط المتعددة- الجامعة الافتراضية السورية- سوريا.
- 11-محمد زيدان محمد 2016: الاستفادة من الأجنحة السياحية كأداة لتسويق المقصد السياحي المصري- بحث منشور- مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعه الفيوم، المجلد العاشر.
- 12-هناء عبدالحميد 2021: التصميم الجرافيكي وسيلة إتصال للتأثير علي المجتمعات منذ القرن الثامن عشر وحتى القرن العشرين- بحوث في التربية والفنون- المجلد 21.

Abstract:

Graphic design is an important part of our daily lives and is now one of the most important art

forms that we see everywhere. Wherever we are (at home, in the market, in the restaurant, on the street, on the roads, in cinemas, theatres, in every store, government or private departments. The basic function in graphic design is communication, and graphic design depends directly on the communication that a person perceives through his various senses, which consequently affects the individual and society and appears in many aspects of life. This influence has appeared clearly throughout history, in the fifteenth century AD with the spread of graphic design in the form of printed books, and in the eighteenth century AD when the promotional poster influenced the thought and culture of society. It also had an impact on transforming societies in the nineteenth century AD into societies. More consumeristic, but in the twentieth century the propaganda poster was used. For a long period, graphic design has been concerned with the production of printed materials (magazines, newspapers, books, official papers, flyers, promotional posters...and many others), but the development in the field of information technology has added a lot. For graphic design.