دور الملصق الاعلاني في تحقيق الاستدامة الثقافية (دراسة تحليلة للملصق البولندي)

The role of advertising poster in achieving cultural sustainability (An analytical study of the Polish poster)

أ.م.د/ أمل محمد حسنين سراج
أستاذ مساعد بقسم الإعلان كلية الفنون التطبيقية جامعة دمياط
Associ. prof. Dr. Amal Mohamed H. Serag
Advertising dept., faculty of applied arts, Damietta university
amalserag@ymail.com

ملخص

تتعلق الاستدامة الثقافية من حيث صلتها بالتنمية المستدامة بالحفاظ على المعتقدات والممارسات الثقافية، والحفاظ على التراث، والثقافة بكيانها الخاص.

حيث تُعرّف الثقافة على أنها مجموعة من المعتقدات والأخلاق والأساليب والمعارف البشرية التي تعتمد على انتقال هذه الخصائص إلى الأجيال الحديثة. وتُعرّف الاستدامة على أنها القدرة على الاستمرار. تداخل المفهومان، وأصبحا من أهم مفاهيم الاستدامة.

وإذا كانت الفرضية الأساسية لجميع الفنون- بغض النظر عن بنيتها المادية، أو موضوعها، أو طبيعتها- هي أن تجعلنا نتأمل ونتفاعل، فإن تقديم الأفكار المستدامة يعدّ خطوة منطقية للمؤسسات والتي يتمثل دورها في التقاط، وتعريف، وعرض ثقافة روح العصر.

وتمثل "المدرسة البولندية" لتصميم الملصقات نموذجا مثالياً للفن المستدام، حيث ساهمت الملصقات البولندية في النصف الثاني من القرن العشرين بشكل كبير في تشكيل الثقافة المرئية الحديثة، وقد أدرك الفنانون والمصممون في جميع أنحاء العالم أهميتها.

أهمية البحث:

يشارك الاعلان بما أصبح له من أهمية كبيرة في تنمية المجتمع، فهو يقدم مضمونا يثير الابتكار والتفكير الابداعي، وتعد الملصقات الاعلانية التي تحيط بنا في كل مكان هي بمثابة معرض مفتوح للاكتشاف، والمشاركة، وبناء المجتمع، وهو أيضًا يقوم بدور المحفز على التفكير التحليلي والنقدي، مع هدف جعل كل ذلك متاحًا للجميع. مما يمثل أداة مهمة تستخدم من أجل تشكيل الجماهير الواعية وتعزيز التقدم الاجتماعي.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في الاجابة على التساؤل:

هل يتم تفعيل هذا الدور الثقافي التنموي الهام للتصميم الاعلاني في المجتمعات المعاصرة؟

أهداف البحث:

- القاء الضوء على أهمية الفنون بشكل عام وتصميم الملصقات بشكل خاص في تحقيق الاستدامة الحضارية والثقافية.
- الاستفادة من الأسس الفريدة لمدرسة الملصقات البولندية لتحديد أهم الاعتبارات التي تساعد على تفعيل دور الملصق في تحقيق الاستدامة.

الكلمات المفتاحية:

الاستدامة الثقافية- المدرسة البولندية للملصقات- الملصق الفني - الملصق المفاهيمي

Abstract:

Cultural sustainability in its relation with sustainable development relates to the preservation of cultural beliefs and practices, heritage preservation, and culture in its own right.

Culture is defined as a set of beliefs, morals, methods, and a set of human knowledge that depend on the transmission of these characteristics to modern generations. Sustainability is defined as the ability to be continual. The two concepts overlap, and thus have become one of the most important concepts of sustainability.

If the basic premise of all arts - regardless of their physical structure, their subject, or nature - is to make us reflect and interact, so presenting sustainable ideas is a logical step for institutions whose role is to capture, define, and show the culture of the era.

The "Polish School" of poster design is an ideal example of sustainable art. In the second half of the 20th century, Polish posters made a significant contribution to modern visual culture and museums. Artists and designers all over the world recognized their importance.

Research importance:

Advertising plays an important role in the development process of society, as it provides content that stimulates innovation and creative thinking.

The billboards that surround us everywhere serve as an open exhibition for discovery, participation, and community building. It also plays an influential role on analytical and critical thinking. With the goal of making it all available to everyone. This is an important tool used to shape informed masses and promote social progress.

Research problem:

But is this important developmental role of advertising poster activated in contemporary societies?

Research objective:

- Shedding light on the importance of arts in general and posters in particular in achieving civilizational and cultural sustainability
- Utilizing the unique foundations of the Polish Poster School to identify the main considerations which help the poster plays a role in achieving sustainability.

Key words:

Cultural sustainability- Polish school of poster design- Art poster- Conceptual poster

مقدمة:

الاستدامة[1] Sustainability هي مصطلح بيئي يصف كيف تبقى الأنظمة الحيوية متنوعة ومنتجة مع مرور الوقت. والاستدامة بالنسبة للبشر هي القدرة على حفظ نوعية الحياة التي نعيشها على المدي الطويل.

وتُعرّف **الاستدامة** على أنها القدرة على الاستدامة أو الاستمرار.

وقد أصبح مصطلح الاستدامة واسع النطاق بحيث يمكن تطبيقه تقريبا على كل وجه من وجوه الحياة على الأرض، بدءاً من المستوى المحلى الي المستوى العالمي وعلى فترات زمنية مختلفة. *(wikipedia,Sustainability.html)*

وتُعرّف الثقافة[٢] Culture على أنها مجموعة من المعتقدات والأخلاق والأساليب والمعارف البشرية التي تعتمد على انتقال هذه الخصائص إلى الأجيال الحديثة.

وتتعلق **الاستدامة الثقافية Cultural sustainability** من حيث صلتها بالتنمية المستدامة (الاستدامة) بالحفاظ على المعتقدات الثقافية، والممارسات الثقافية، والحفاظ على التراث، والثقافة بكيانها الخاص. *(Soini& Birkland 2014, P.7)*

ذُكرت الاستدامة الثقافية لأول مرة في عام ١٩٩٥، وتكمن أهميتها في قوتها المؤثرة على الناس، فلاشك أن الثقافة ضرورة مهمة من ضرورات التنمية، فالأصل فى التكوين الوجودى للإنسان هو التكوين العقلى والنفسى والوجدانى الذى يشكل أساس التكوين الثقافى للإنسان، وهو يوجد بجانب التكوين البيولوجي، وبكليهما يحيا الإنسان حياة كريمة.
ويمنح التكوين الثقافى الإنسان طاقة معرفية وجمالية. وفى ضوء ذلك يمكن القول بكل ثقة: لا تنمية مستدامة دون ثقافة.

وقد نفترض عند هذا الحد إمكانية تعريف الاستدامة فى التنمية الثقافية على أنها القدرة على التعامل مع الحقل الثقافى (بكل ما فيه من إنتاج للمعارف ونقلها وتداولها، ومن صناعات ثقافية فى مختلف مجالات الحياة المعاصرة والتراثية، ومن فنون سمعية وبصرية وتخيلية) فى الحاضر والمستقبل، بحيث يسهم بشكل فعال مع حقول المجتمع الأخري، فى بناء المعرفة والفهم والوعى للأجيال الحالية ولأجيال المستقبل. يتحول الحقل الثقافى المستديم إلى حقل زاهر منير، له قوة التأثير فى بناء العقول لتكون قادرة على إنتاج المعارف الحديثة والتفاعل فى ضوء المعايير الحديثة، وبناء الوجدان ليكون قادراً على التذوق الجمالى والارتقاء الأخلاقي. *(زايد ٢٠١٩، ص ١٠٧)*
ومن هنا يتضح دور الملصق الإعلاني كجزء من البناء الثقافي في التنمية المستدامة، فللملصقات في وقتنا الحالي دور هام في بناء المجتمع الحديث، فهي ترتبط بالحياة اليومية للمواطنين وبمعارفهم وتطلعاتهم وتنقل لهم صورة جمالية هامة تساهم في تشكيل وعيهم البصري والفكري.
وتمثل "المدرسة البولندية" لتصميم الملصقات نموذجا مثالياً للثقافة المستدامة، حيث ساهمت الملصقات البولندية في النصف الثاني من القرن العشرين بشكل كبير في تشكيل الثقافة المرئية الحديثة، وقد أدرك الفنانون والمصممون في جميع أنحاء العالم أهميتها.

المدرسة البولندية للملصقات Polish school of poster design:

تتسم أعمال "المدرسة البولندية" لتصميم الملصقات، على الرغم من تنوع الأسلوب، بأنها تتبع نهج وطني موحد، كما عكس المصممون والفنانون البولنديون والكتاب والملحنون و تقاليدهم وعبروا عن حساسيتهم الثقافية من خلال الفنون.
فقد تم استخدام الملصقات للتعبير عن المواقف السياسية أو الدعاية أو نقل المعلومات ذات الأهمية الاجتماعية- بالإضافة الى كونها أداة للترويج والإعلان عن المنتجات والخدمات- لذلك يُعد الملصق البولندي أداة وظيفية وشكلًا فنيًا على حد سواء، وفي جميع أنحاء العالم لم يتم استخدامه بشكل أكثر جدوى من بولندا.
حرص مصممي الملصقات البولنديون على الاستلهام من أعمال فنية مختارة لإثارة الذكريات، والحديث عن تاريخهم الشخصي وأن يعيدوا الماضي إلى الحياة، لتذكيرنا بأن الاستدامة هي رحلة مستمرة لنا جميعًا، وبأنها يتم الحفاظ عليها عبر متابعة الأجيال من خلال الرسائل الثقافية والفنية.

1- نبذة تاريخية: *(Schneider ٢٠١٥,art/html)، (Austoni, ٢٠١٠ design/html)*

وقعت بولندا تحت الحصار خلال القرن التاسع عشر بأكمله ومعظم القرن العشرين نتيجة الجهود التوسعية للإمبراطوريات المتنافسة: الفرنسية، الروسية والنمساوية، وألمانيا، ثم الاتحاد السوفيتي، للسيطرة على الأراضي البولندية.

كافح البولنديون بقوة للحفاظ على سيادتهم كشعب، وطوال التاريخ المضطرب لأمتهم، عكس الفنانون البولنديون والكتاب والملحنون والمصممين تقاليدهم وعبروا عن حساسيتهم الثقافية من خلال الفنون.

الملصق الفني Art poster:

أطلق مصطلح الملصق الفني خلال القرن التاسع عشر نظرا لقيام الفنانون التشكيليون والرسامون البارزون بتصميم الملصقات على نهج أعمالهم الفنية والتأثر بالفنون الشعبية والمدارس الفنية المعاصرة لها.

بدأ ظهور الملصق الفني" مع المصمم الفرنسي جول شيريت حوالي عام ١٨٦٦، والذي قام بإنتاج أكثر من ألف ملصق ملون كبير الحجم، باستخدام الطباعة الحجرية الملونة التي كانت حديثة الاختراع في ذلك الوقت. كان الملصق وسيلة بارعة لهدف تجاري: نقل رسالة إعلانية. قام فناني الملصقات في القرن التاسع عشر، الذين تم تدريب العديد منهم كرسامين، بتطبيق مهاراتهم على تصميمات الجرافيك التي تعلن عن منتجات مثل الشمبانيا والبيرة وأوراق السجائر، أو الترويج للحانات والنوادي الليلية والمجلات والصحف وخطوط السفن البخارية والسكك الحديدية والأحداث الرياضية أو السياحة. كما تم إنشاء ملصقات للترويج للأحداث الثقافية مثل المعارض والحفلات الموسيقية والعروض المسرحية ، ثم عروض الأفلام في القرن العشرين.

على مر التاريخ ، تم استخدام الملصقات أيضًا للتعبير عن المواقف السياسية أو الدعاية أو نقل المعلومات ذات الأهمية الاجتماعية. وفي التسعينات من القرن التاسع عشر، اكتسب الفنان الفرنسي هنري دو- تولوز لوتريك شهرة بسبب تصميماته الجميلة الواضحة للملصقات التي صممها للمسارح وقاعات الرقص. وصمم عدد من الفنانين في القرن العشرين ملصقات تم جمعها على أنها أعمال فنية. حيث يُعد الملصق أداة وشكلًا فنيًا على حد سواء، وفي جميع أنحاء العالم لم يتم استخدامه بشكل أكثر جدوى من بولندا.

وحرص مصممي الملصقات البولنديون على استخدام أسلوبا قائما على الفن الشعبي البولندي، شوهدت فيه زخارف وأنماط وأشكال حروف تنتمي للتراث الثقافي الإقليمي كما يظهر في الملصق الذي رسمه جوزيف مهوفر عام ١٩٠٣ (الشكل ١) من خلال استخدامه لأسلوب الرسم المسطح والمبسط والتلوين المحدود الصامت للطباعة الحجرية. يتعلق هذا التأثير بالنقوش الخشبية التي كانت تُستخدم تاريخيا في كتب الحكايات والأساطير الشعبية البولندية. وقد قام Mehoffer بإنتاج هذا التصميم المستوحى من الشعبية عن قصد لتكريم التراث البولندي، أثناء عمل ملصق لمعرض للوحات البولندية.

شكل (١) *(Schneider ٢٠١٥,art/html)*

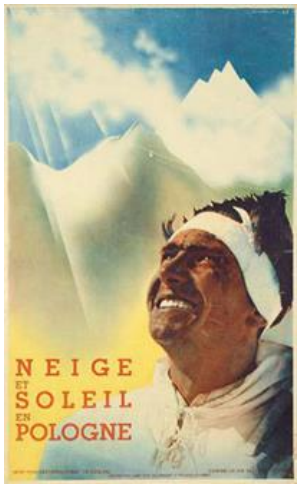
كذلك يمكن أن نلاحظ ظهور تصميم شكل الحروف على طراز فن الآرت نوفو حيث لم يستطع مصممي الملصقات البولنديين مقاومة انعكاس التأثيرات الأوروبية الغربية للفنون الفرنسية الحديثة، والألمانية، والنمساوية.

بعد توقيع معاهدة فرساي في عام ١٩٢١ أُعلن رسميًا قيام دولة بولندية مستقلة. أمضت بولندا ١٨ عامًا من الاستقلال في إعادة الإعمار وإعادة بناء الاقتصاد.

في هذه الفترة بين الحربين العالميتين، كانت التأثيرات الفنية من ألمانيا المجاورة وروسيا وتشيكوسلوفاكيا تظهر في أعمال الفنانون في بولندا بشكل تلقائي، وكانت حركات أوروبا الغربية مثل التكعيبية والتعبيرية الألمانية تجتذب أتباعًا بولنديين. كانت الأنماط الهندسية لفن الآرت ديكو الفرنسي جذابة بشكل خاص لطلاب التصميم والعمارة البولنديين.

مثل معهد وارسو للفنون التطبيقية ساحة تدريب للعديد من مصممي الملصقات البولنديين في الفترة ما بين الحربين العالميتين. وكان لدى هؤلاء الفنانين انتماء أقل واستخدام أقل لتقاليد الرسم. من خلال فهمهم للملصق كأداة إعلانية، أدركوا الحاجة إلى الاتصال السريع للمعلومات وحققوا ذلك من خلال البناء الهندسي للملصق. *(Millie& Zbigniew 1993, p21)*

شكل (٢) ملصق سياحي ١٩٣٨



شكل (٣) ملصق سياحي ١٩٢٥

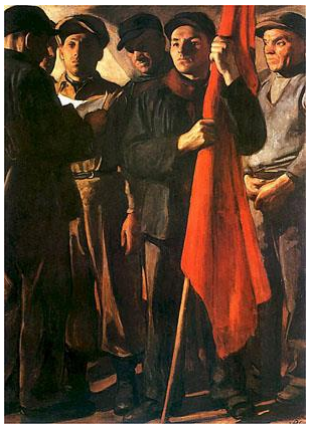
(Schneider ٢٠١٥,art/ html)

في عام ١٩٣٩ غزت ألمانيا النازية غرب بولندا، وغزا الاتحاد السوفياتي، بقيادة جوزيف ستالين، شرق بولندا، مما أدى إلى اندلاع الحرب العالمية الثانية وإنهاء فترة قصيرة من الحكم الذاتي القومي لبولندا. تقاتلت كلتا القوتين الغازيتين من أجل السيطرة على البلاد. قُتل ما يقرب من ٦ ملايين بولنديا.

خلال الاحتلال في زمن الحرب بين عامي ١٩٣٩ و١٩٤٥، تمكن عدد قليل من الفنانين البولنديين من النجاة وتم إنتاج عدد قليل من الملصقات. حيث كسدت التجارة، ولم تكن الشركات والصناعات القليلة التي ظلت تعمل تستطيع انفاق الأموال على الإعلان والترويج. واصبحت الأحداث الثقافية شبه معدومة، حيث تم إغلاق أو تدمير أماكن الحفلات الموسيقية والأوبرا والمسرح والأفلام بسبب التفجيرات.

قرب نهاية الحرب، تولى السوفييت السيطرة الكاملة على البلاد مما أدى إلى إنشاء جمهورية بولندا الشعبية. فرض جوزيف ستالين جمالية اشتراكية وفلسفة فنية أكثر صرامة تسمى الواقعية الاشتراكية في جميع أنحاء الاتحاد السوفيتي وتم فرضها من خلال نظام بيروقراطي للرقابة والموافقات التي تديرها وزارات الثقافة داخل الحكومة. تميز الأسلوب بالواقعية الحرفية والمحتوى السياسي والعسكري والوطني الصريح (الشكل ٤)

كانت الواقعية هي النهج الوحيد المعتمد للفنون الجميلة والفنانين في جميع أنحاء الاتحاد السوفياتي وبلدان الكتلة الشرقية (بما في ذلك بولندا). تم حصار الفنانين الذين كانوا يميلون إلى التجريد أو الرسم الذاتي، لكن مصممي الملصقات سعوا إلى طرق لكسر هذه القيود المفروضة عليهم من خلال البراعة في استخدام الاستعارة والإشارة.



شكل (٤)

شكلت نهاية الحرب العالمية الثانية بداية فترة جديدة في تطور الملصقات البولندية. كانت مواقع البناء في جميع أنحاء بولندا محاطة بأسوار خشبية ، وسرعان ما غُطيت بالملصقات. أصبحت هذه الأسوار بدائل للمتاحف وصالات العرض الغائبة. وأصبحت الملصقات هي فن الشارع. وعندما بدأت الثقافة في الظهور من بين الرماد كان هناك فن الملصق الذي خدمها. خلال هذا الوقت ، ازدهر تصميم الملصق ، وطور خصائص محددة: لفتة الرسام ، والجودة الخطية ، والألوان النابضة بالحياة ، فضلاً عن الإحساس بالشخصية الفردية ، والفكاهة ، والخيال. *(boldssskezia ٢٠١٢, art/ html)*

أعيد فتح الجامعات ومدارس الفنون والعمارة. تم ترميم المسارح وحتى بناؤها حديثًا لعرض المسرحيات والأوبرا والحفلات الموسيقية أو لعرض السينما. وكل هذه العروض تتطلب إعلانات.

كما كان هناك عدة أسباب جعلت تصميم الملصق قادرًا على الازدهار في بولندا ما بعد الحرب على الرغم من الرقابة والقمع العام للمجتمع، وهي: *(Fox 1990 ,html)*

1. كانت رغبة الناس في إعادة الأماكن والعروض الثقافية إلى وضعها السابق سببا أساسيا.
2. الدولة الشمولية التي تمتلك أموالاً غير محدودة تحت تصرفها كانت راعية جيدة للغاية.
3. نظرًا للكساد العام في كل شيء، لم تكن الملصقات تتعلق حقًا بالإعلان، بل كانت وجها جديدا من أوجه الفن.
4. حالت الحالة البدائية لتقنيات الطباعة دون أي استخدام سهل وتقليدي للصور، لذلك كان على الفنانين أن يكونوا أكثر إبداعًا.
5. كانت العزلة عن التيارات الفنية في الغرب ميزة أيضًا - فقد اتبع المصممون البولنديون مساراتهم الإبداعية الشخصية.
6. أتاح تصميم الملصقات إحدى الفرص القليلة للفنانين والمصممين لممارسة مهنتهم لتوفير الدخل، والتعبير عن افكارهم وارائهم في نفس الوقت.

وبرغم كون التعليم الفني ضحية أخرى للحرب، الا أنه تم إعادة فتح البرامج التعليمية، وجمع الجيل الأول من مصممي الملصقات البولنديين الطلاب وشكلوا دورات تصميم الملصقات في الجامعات الكبرى. وكان المعلمون الأكثر أهمية وتأثيراً في فترة ما بعد الحرب هم تاديوس جرونوفسكي، وجوزيف مروسزكزاك، وهنريك توماشوسكي، وتاديوس تريبكوفسكي.
بدأت حقبة **الملصقات المفاهيمية Conceptual poster** التي امتدت لنصف قرن في بولندا مع عمل هؤلاء الفنانون.

وتشارك هؤلاء المصممون- الطلاب والمعلمون على حد سواء- فلسفة ركزت ليس فقط على استخدام الأدوات المرئية لجذب المشاهد وتفاعله، ولكن أيضًا على صنع الرسائل التي تنقل جوهر الفكرة، وذلك من خلال البعد عن الواقعية، والابداع في استخدام مجموعة من الرموز لانتاج رسائل اعلانية أكثر تعقيدًا وبالتالي أكثر تأثيرًا على جمهورها. بحيث ينخرط المارة في عملية استنتاج وإدراك، ويصبح الملصق نظام اتصال لتحفيز التفاعل والمشاركة فيه. إنه يجبر المشاهد على قضاء بعض الوقت في فعل "القراءة" والتعلق بالرسالة المرئية/ اللفظية، مما يؤدي الى خلق استجابة أعمق وأكثر تأثيرا.

وقد اطلق على الملصقات المفاهيمية هذا الاسم نسبة إلى **الفن المفاهيمي**[٣] **Conceptual Art** الذي تبناه الفنانون في ذاك الوقت، حيث اعتمد تصميم الملصقات التركيز على مضمون الرسالة التي يحملها الملصق وابراز فكرته أولا وقبل الاهتمام بالمهارة الفنية للمصمم حيث الميزة الرئيسية للأعمال المفاهيمية هي الفكرة/المفهوم، وهي مرحلة مثلت تطوراً ملموساً للملصق الفني الذي كان الاهتمام الأكبر فيه بالشكل الفني على حساب وضوح المضمون أحيانا.

فقد ارتبط الفن المفاهيمي إرتباطاً وثيقاً بفن الإعلان كأحد أنواع الفنون البصرية التي إعتمدت على الفكرة والمضمون. فمن خلال الفكرة إستطاع الفن أن يحول الإعلان إلى صورة مرئية ذات بعدين تجذب العقل وتثير الإنتباه وتوصل رسالة متضمنة تحملها عناصر الفكرة من صور وكتابات، فتؤثر في النفس وتدفع لتغيير مجتمع.

فالفن المفاهيمى أو التصورى يعتبر الفكرة هى الآلة المنتجة للفن، وتصبح الخطة باستخدام الأدوات الفنية من خط ومساحة ولون وتشبيه واستعارة أداة فعالة لتواصل الفكرة مع المتلقى بشكل مشوق وغير تقليدى ويمكنها جذب المتلقى وإثارة تفكيره ودعم الرسالة المحتواه فى التصميم. *(مصطفى ٢٠٢١: ص ١٥٠)*

يظهر (الشكل ٥) *(Schneider ٢٠١٥,art/html)* ملصقا اعلانيا رمزيا للمصمم الفنان Trepkowski عن أحد الأفلام الأولى التي تم إنتاجها بعد الحرب ١٩٤٨، استخدم فيه تريبكوفسكي زهر قرنفل مكسور - رمز تقليدي للذكرى- للدلالة على استشهاد سجناء محتشدات الاعتقال. تُظهر الخطوط الخلفية ألوان زي السجين ويوجد في الأعلى رقم تعريف السجين.

شكل (٥)

يوضح ملصق تريبكوفسكي هذا الافتراض الأساسي في تصميم الملصق:"إنه تحدٍ يواجهه الفنان في الاستفادة من المخزون الواسع الخفي للقدرات الترابطية، مما يشجع المشاهد على المشاركة بفاعلية في استقبال الرسالة" *Boczar ،16-27) (1984*

بعد عام ١٩٥٠ ، أصبح الملصق المفاهيمي أداة مهمة للغاية في التاريخ الاجتماعي والسياسي لبولندا ، ومن هذه النقطة فصاعدًا ، أصبح استخدام الرمزية أو الاستعارة المرئية أو القياس لتوصيل رسائل الأفكار هو النهج الأكثر شيوعًا لتصميم الملصق في جميع أنحاء العالم.

من هنا تتضح الأهمية الكبرى للفنون المفاهيمية، ومنها الملصقات المفاهيمية، والتي بدأت في الخمسينات من القرن الماضي، في تحقيق الاستدامة الثقافية للشعوب التي تبنت تلك الاساليب الفنية حيث حافظت على نقل احاسيس الفانين ورؤيتهم لمجتمعاتهم وأرائهم وأفكارهم. كما ان استخدام اساليب الاستعارة والترميز في الملصق قد أدى الي خلق حوار شيق بين المتلقي والملصق لتفاعله مع الفكرة ومحاولة فك رموز الرسالة الاعلانية وفهمها.

العصر الذهبي للملصق البولندي:

من الخمسينيات وحتى الثمانينيات ، استمرت المدرسة البولندية للملصقات في التوفيق بنجاح بين تجارب وطموحات الرسم مع إيجاز وتأثير الملصق. حيث أصبح الملصق هو تصميم هادف يعتمد على ادواته الخاصة من التركيز على لغة الصورة والمناخ اللوني والتميز في استخدام الخط والتيبوغرافيا. وأصبح الملصق البولندي كنزًا وطنيًا وتأسس العصر الذهبي لمدرسة الملصقات البولندية.

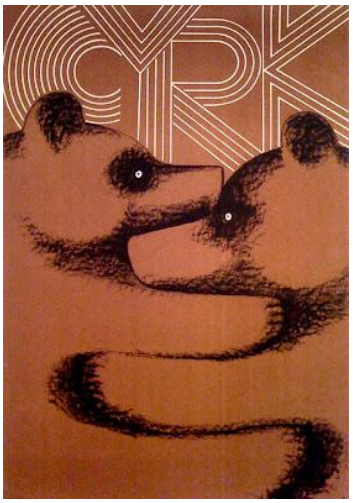
وقد كان الموضوع الأكثر شهرة والملصقات الأكثر استحسانًا خلال هذه الفترة هو ملصقات السيرك البولندي CYRK. على مدار ربع قرن تقريبًا، حققت ملصقات CYRK جودة فنية رائعة بالإضافة إلى درجة لا مثيل لها من الشعبية.

بدأ ظهور ملصقات CYRK المعاصرة لأول مرة في عام ١٩٦٢، عندما كلفت وكالة السيرك الحكومية (United Entertainment Enterprises ZPR) مجموعة من المصممين البارزين لتطوير نهج حديث لملصق السيرك. أراد ZPR الحصول على نظرة متطورة لملصق السيرك ليتناسب مع جهود السيرك لترقية صورته. لم تكن ملصقات CYRK الجديدة عبارة عن إعلانات تقدم أشياء أو أشخاصًا أو حقائق ملموسة؛ ولكن بدلاً من ذلك، كان على مصممي الملصقات أن يقدموا عروضا فنية تُذكر الجمهور بأن سيرك مثير وحديث قادم إلى المدينة. استنادًا إلى موضوع واحد عادةً، خلقت استعاراتهم وإشاراتهم تعبيرًا فنيًا رائعًا يجب مشاهدته، ولكن يجب أيضًا قراءته والتأمل فيه واستيعابه. (الأشكال من ٦-١١) *(postingposters, cepelia.html)، (polishpostergallery, guma.html)*

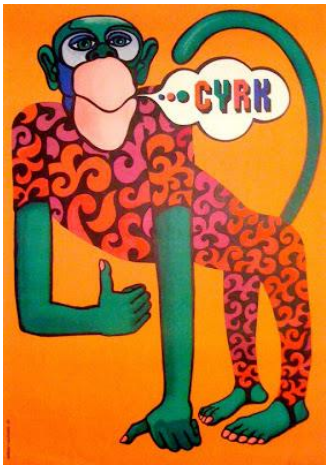
فعلى الرغم من الأهداف الدعائية للملصقات البولندية، اعتمد مصممي الملصقات بشكل كبير على الاستعارات المرئية التي غالباً ما تكشف عن رسالة أكثر عمقاً- ولعل أشهر هذه الملصقات هي ملصقات CYRK- حيث يحتوي الكثير منها على صور رمزية مشفرة تنتقد النظام السوفيتي. وأصبحت الملصقات قناة للحظات قصيرة من المقاومة، وفرصة لبولندا للتعبير بهدوء عن استقلاليتها وهويتها. *(comradekiev 2021 posters.html)*

مثلت ملصقات Cyrk بداية جنون الملصقات الدولي الذي حدث في الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي ولم يقتصر على التصميمات البولندية فحسب ، بل يشمل أيضًا فن الملصقات من جميع الثقافات والعصور.

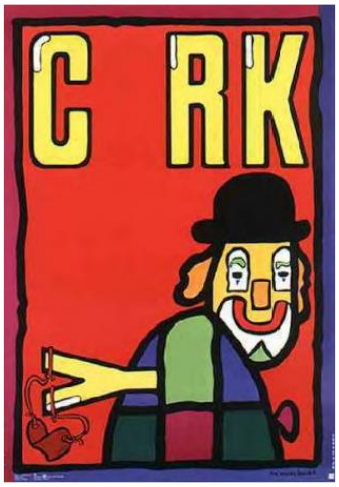
شكل (٦) 1970 Wiktor Gorka



شكل (٧) 1971 Wiktor Gorka

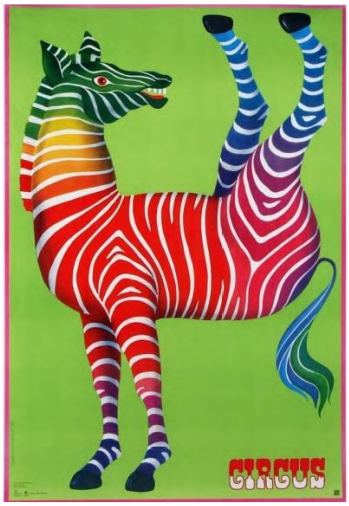


شكل (٨) Hubert Hilscher ١٩٧٣



شكل (٩) 1974 Jan Młodożeniec

شكل (١٠) Jan Lenica ١٩٧٦



شكل (١١) 1979 Hubert Hilscher

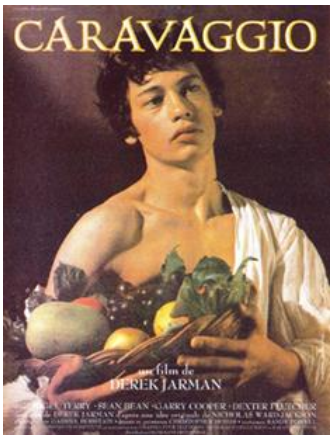
بعد وفاة ستالين وفي أوائل الستينات تمتعت دولة بولندا بالحكم الذاتي. عقدت بولندا أول بينالي دولي للملصقات عام ١٩٦٦، وفي عام ١٩٦٨ تم إنشاء أول متحف ملصقات في العالم في وارسو. بحلول سبعينيات القرن الماضي، كانت الملصقات شائعة جدًا لدرجة أن الحكومة خففت من الرقابة ورعت مسابقات التصميم. تم منح الفائزين جوائز والسماح لهم بالمنافسة

على المستوى الدولي، وتم منح مصممي الملصقات معارض فردية في صالات العرض التي تديرها الدولة. أصبح تصميم الملصق البولندي مصدر فخر وطني.

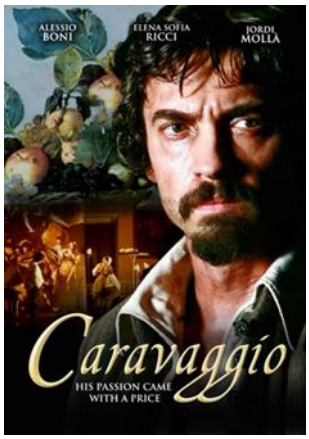
٢- المكانة الدولية للملصق البولندي:

كانت هناك نهضة دولية للملصقات في أواخر الستينيات والسبعينيات - ولادة جديدة للاهتمام بتصميم الملصقات وجمع متعطش مشابه لما حدث قبل وبعد نهاية القرن العشرين مباشرة، وكانت الأعمال البولندية جزءًا مهمًا من ذلك.

شكل (١٢) Poland,١٩٩٠



شكل (١٣) France,1986



شكل (١٤) USA, 1986

في ملصقات المسرح أو الأفلام ، لم تكن التمثيلات الحرفية للحبكة أو تصوير الشخصيات ذات صلة بالاسلوب البولندي في تصميم الملصقات. منذ أعمال Trepkowski الرائدة في أواخر الأربعينيات من القرن الماضي، استخدم المصممون البولنديون عادةً وسائل أكثر ابداعاً لإرسال الرسائل (الرمزية والاستعارة والقياس) تدعم الصور الإبداعية الغرض العملي من التصميم ولكنها تفعل ذلك بطريقة معقدة وجذابة وغير حرفية.

يوضح شكل (١٢) ملصق Wieslaw Walkuski لفيلم Caravaggio على النهج البولندي. يرسم والكوسكي صورة لجذع رجل بجرح عميق يتم فحصه بواسطة إصبع رجل آخر، وهو فعل يتم توجيهه بواسطة يد أخرى حساسة وأنثوية. ثلاثة أشخاص متورطون، و هو تمثيل للعلاقة بين الرسام كارافاجيو وشخصين أخرين رجل وامرأة، والتي تشكل جزءًا من رواية الفيلم.

قارن بين التصميم البولندي ونسختين تجاريتين (الشكلان ١٣،١٤) أحدهما فرنسي والآخر أمريكي، لا يظهر فيهما أي محاولة لإيصال المحتوى. وليس هناك شك في أي تصميم هو الأكثر إقناعًا ودهاءً وإثارة للفكر. *(Schneider ,art/html/٢٠١٥)*

وتعود الشخصية الفردية للملصقات البولندية أولاً إلى التقارب الشخصي والعاطفي لفنانيها، والتي حددت النزعة الفردية الواضحة، التي غالبًا ما تُنسب إلى الشخصية الوطنية البولندية. استندت كل من المفاهيم والتصميمات إلى فرضية المهمة الاجتماعية للتصميم المتأصلة في وعي المجتمع البولندي. وهكذا لم يعد الملصق مجرد وسيلة لتقديم شيء أو خدمة ولكنه بدأ في تفسيره والتعليق عليه. بدأ الملصق في العمل كفرع محدد من الفن، تحكمه مبادئه الخاصة وبدأ تقييمه في الخمسينيات من القرن الماضي كوسيلة خاصة به للتعبير، ان الملصق، على الرغم من قيوده الطبيعية، يمكن أن يكون حساسًا ومرنًا وعميقًا. للتعبير عن موقف المصمم كأي فرع آخر من فروع الفن ". *(Schubert ١٩٧٩, p.145)*

في الثمانينيات بدأ العديد من الفنانين البولنديين في زيارة دول أخرى مثل المملكة المتحدة والولايات المتحدة والهجرة إليها. كان معظمهم من طلاب أساتذة الملصقات الأوائل العظماء وجاء الكثير منهم بأساليب تحاكي هؤلاء الأساتذة القلائل. في غضون وقت قصير، تم دمج النمط البولندي بشكل غريب في جوانب من فن الجرافيك والتصميم لهذه الدول.

واليوم من الصحيح القول إن الرسم التوضيحي الأمريكي هو مزيج من عناصره الأصلية وعناصر أوروبا الشرقية. ولكن كلما أراد الأمريكيون أن يستلهموا من العمل الرائع فهم لا يزالون ينظرون بإعجاب إلى بولندا، حيث توجد روائع تصميم الملصقات. *(Heller, Dydo& Schubert 1995, p.102)*

فالملصقات هي شكل من أشكال التصميم لم تتضاءل شعبيته أبدًا مع مبدعيها أو جماهيرها طوال تاريخ الاتصالات المطبوعة. حيث تحمل معها المعنى الخالص للاستدامة الثقافية، فالملصقات تمثل جزءًا من البيئة الخارجية لمدننا، وحتى في هذا العصر الرقمي للأجهزة الإلكترونية وإعلانات الانترنت، لا يزال الملايين يشاهدون ملصقات الشوارع.

حتى يومنا هذا تعد بولندا راعية رئيسية لفن الملصقات، حيث تقام مسابقات الملصقات الدولية كل عام، ويتم تكريم الفائزين بجوائز ومشاهدة أعمالهم منشورة في المجلات التجارية للتصميم الجرافيكي، والكتب التوثيقية، ومنشورات التصميم "الأفضل لهذا العام". تُعرض أعمال مصممي الملصقات البولنديين البارزين في المتاحف والمعارض، وهناك العديد من المواقع البولندية التي تعرض نسخًا ومطبوعات أصلية محفوظة للبيع.

1- عرض تحليلي لنماذج من أعمال أهم رواد الملصق البولندي:

أوضحت الدراسة التاريخية السابقة أن تصميم الملصق البولندي مر بعدة مراحل من التطور احتفظ خلالها المصممون البولنديون على النزعة الوطنية الموحدة والاسلوب المتفرد في استخدام مفردات التصميم واساليب الاستعارة والرمز. هذه المراحل كما تم توضيحها هي:

1- **مرحلة الملصق الفني** (أواخر القرن ١٩ وأوائل القرن ٢٠)
2- **مرحلة الملصق المفاهيمي** (بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية)
3- **العصر الذهبي للملصق البولندي** (من الخمسينات وحتى الثمانينات)

وقد أرتبطت كل مرحلة منها بظروف سياسية واجتماعية انعكست بالطبع على تصميم الملصقات البولندية وأعطته هذه المكانة الفريدة في مجال تصميم الملصقات.

وفي الدراسة التحليلة تم اختيار أعمال لأبرز مصممي كل مرحلة من المراحل السابقة، وتحليل نموذج من أعمال كل مصمم مع عرض نبذة تعريفية عن كل منهم.

أولاً: من أعمال مؤسسي مدرسة الملصقات البولندية (مرحلة الملصق الفني)

(Rosenberg ٢٠١١,php.html)

- **تاديوش جرونوفسكي Tadeusz Gronowski (١٨٩٤-١٩٩٠):**

(Sural 2015, century.html)

هو أشهر مصمم جرافيك ورسام في بولندا في فترة ما بين الحربين العالميتين، ويعد الأب الروحي للملصق البولندي، تعتبر أعماله أمثلة رائعة على فن Art Deco في بولندا، صمم إعلانات للعديد من الشركات، بما في ذلك Wedel وOrbis، في عام ١٩٢٥، فاز جرونوفسكي بالجائزة الكبرى في المعرض الدولي الفنون الصناعية والزخرفية الحديثة في باريس. وأشهر ملصق له هو Radion Washes for You (١٩٢٦).

نموذج تحليلي (١):	من تصميم Tadeusz Gronowski، ١٩٢٦
نوع الملصق	اعلان تجاري للترويج لمسحوق غسيل Radion
الفكرة الاعلانية	فكرة فكاهية ملفتة للنظر، تنقل الرسالة للمشاهد ببساطة ووضوح (القط الأسود ينغمس في مسحوق الغسيل راديون فيخرج منه ابيض اللون ناصعاً).
الشكل	رسم مبسط و ومجرد لهيكلي قطتين تقفز احدهما في دلو مملؤ بمسحوق الغسيل التي تعلو رغوته سطح الدلو لتخرج منه في الاتجاه الاخر قطة بيضاء ناصعة البياض كناية عن قوة تأثير مسحوق الغسيل.
اللون	اعتمد المصمم التباين اللوني القوي بين العناصر والمساحات اللونية المستخدمة.. بين الأزرق الفاتح والأحمر والأبيض في الخلفية والكتابات، وبين الأبيض والأسود في العناصر المرسومة.
الكتابات	استخدم حروف واضحة مقروءة مع تنوع في الحجم واللون ليعرض عبارتين هما أسم المنتج وهو الأكبر حجما والمميز من خلال التباين اللوني بينه وبين خلفيته، والجملة الاعلانية "يغسل بنفسه" وجاءت في حجم أصغر واحتلت المساحة العلوية من التصميم
المعالجة الجرافيكية	ملصقات **Gronowski** كانت تعد مثالا لتأثير مدرسة الأرت ديكو على فن الملصقات، والتي تميزت بمعالجة تركيبية للأشكال، واستخدام مساحات احادية اللون في تركيبات ايقاعية معقدة.
الرسالة الاعلانية	استطاع Gronowski توصيل الرسالة الاعلانية بسهولة ووضوح وجاذبية. من خلال البساطة والابتكارفي الفكرة الاعلانية واستخدام الاستعارة في العناصر البصرية للتعريف بالمنتج وقوة تأثيره معتمدا في ذلك على تجريد العناصر، وتأكيد التباين اللوني الملفت للنظر والتوازن بين الرسوم والكتابات داخل المساحة الاعلانية مما حقق سهولة الرؤية والسيادة لكل عنصر منهم، كما اعتمد في نفس الوقت اسلوبه المميز في اضفاء روح الفكاهة التي عادة ما تجتذب المتلقي وتبهجه.

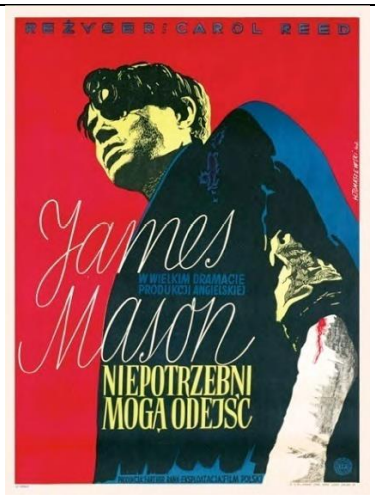
- **هنريك توماشوسكي Henryk Tomaszewski (١٩١٤-٢٠٠٥):**

يعد من مؤسسي المدرسة البولندية للملصقات، وأحد أفضل فناني الملصقات في بولندا. بدأ في الظهور في النصف الثاني من الثلاثينيات وقدم شكلاً جديدًا في مدرسة الملصقات البولندية، حيث استخدم في أعماله التي نشرها في معرض نيويورك العالمي عام ١٩٣٩، بقع ملونة ورسومات تركيبية.

في البداية من حياته المهنية تميز بالخروج عن المألوف في تصميم ملصق الفيلم الغربي التقليدي الذي غالبا ما ركز على اللقطات السينمائية، وصور الممثلين، واستخدام الحروف الداكنة للإعلان عن الأفلام والترويج للنجاح في Box of-fice. ويتضح ذلك في تصميمه المميز لملصق فيلم Odd Man Out (١٩٤٧) *(Dorota 2019, p.105)*

بعد الحرب العالمية الثانية ، بدأ في استخدام أدوات متطورة، وشكلًا تجريديا مذهلاً للعب مع خيال المشاهدين. قدمت علاماته الرسومية والحروف والرموز والاستعارات المصممة بشكل رائع تعليقات معبرة وملائمة للعروض المسرحية والأوبرا والمعارض والحفلات الموسيقية وغيرها من الأحداث الثقافية. شكل (١٥) منحته الجمعية الملكية للفنون في لندن جائزة المصمم الملكي الفخري للصناعة في عام ١٩٧٦. *(محمد، ٩٤٦٣٨/html)*

شكل (١٥) ملصق للمسرح الجديد في وارسو Henryk Tomaszewski ، Witold Gombrowicz، ١٩٨٣

نموذج تحليلي (٢):	من تصميم Henryk Tomaszewski، ١٩٤٧
	
نوع الملصق	اعلان ترويجي لفيلم Odd Man Out
الفكرة الاعلانية	تعتمد الفكرة على لفت النظر واعطاء انطباعا ذهنيا مباشرا عن الشخصية الرئيسية بالفيلم من خلال المعالجة الفنية المستخدمة.
الشكل	صورة للشخصية الرئيسية في الفيلم، تم التقاطها من منظور منخفض بالوان بارزة متباينة مع خلفية حمراء قوية لاعطائها انطباعا بالقوة والتحدي الظاهر على ملامح وجه الشخصية.

اللون	أستخدم المصمم الثلاث الوان الأساسية في عجلة الألوان وهي الأزرق والأحمر والأصفر بين العناصر والمساحات اللونية المستخدمة، مما حقق أعلى درجات التباين اللوني لتحقيق وقع بصري قوي للتصميم.
الكتابات	جاءت الكتابات توضح تفاصيل الفيلم كان أبرزها اسم الفيلم (الرجل الغريب)، اسم المخرج، جهة الانتاج (انتاج انجليزي) كما اعتمد التنوع في الحجم واللون ونوع الفونط المستخدم، دون أن يؤثر ذلك على الوضوح وسهولة القراءة. حقق هذا التنوع جاذبية بصرية واثارة للاهتمام للاحتفاظ بانتباه المشاهد.
المعالجة الجرافيكية	برغم تأثره في هذه المرحلة بفن الأرت ديكو -مثل باقي معاصريه من فناني الملصقات البولنديين- إلا أنه قدم في هذا الملصق إحساسًا مثيرًا للصدمة من خلال استخدام البقع اللونية القوية.
الرسالة الاعلانية	أعطى التركيز على صورة بطل الفيلم من زاوية تصوير مميزة وقع بصري قوي مثيراً للانتباه وحث فضول المشاهد، وقد ساعدت الكتابات المتنوعة في استكمال وضوح مضمون الرسالة الاعلانية وهي دعوة المتلقي لمشاهدة الفيلم.

ثانياً: من رواد مدرسة الملصقات البولندية (الملصق المفاهيمي: صياغة جديدة للفن المرئي والاتصال)

(Rosenberg ٢٠١١,php.html)

- **رومان سيشلفيكس Roman Cieślewicz (١٩٣٠-١٩٩٦):** *(Millie& Zbigniew 1993, p32)*

أحد رواد مدرسة الملصقات البولندية، التي سعت إلى جماليات البساطة والوضوح، مع حثها على استخدام الاستعارة ووفرة أساليب التعبير. في عام ١٩٦٣ هاجر إلى باريس حيث عمل مع العديد من الناشرين وصمم أغلفة مجلات مثل Elle (مدير فني ١٩٦٦-١٩٦٩) و Vogue و Opus International.

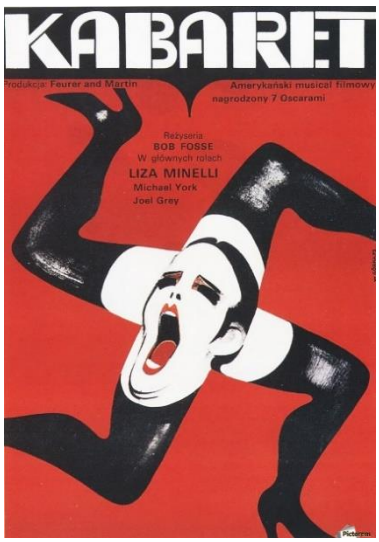
شكل (١٦) Roman Cieślewicz، غلاف مجلة Ty i ja، 1968

نال استحسانًا واسعًا لتصميماته للكتالوجات الفخمة للمعارض المرموقة في مركز باريس بومبيدو. استوحى الفنان - خاصة في فترته الأخيرة - من الطليعة البنائية الروسية في عشرينيات القرن الماضي والمجموعة البولندية "بلوك". من خلال الجمع بين الرومانسية والشعر والعقلانية الباردة، ووضع العواطف في اللعب بمنطق صارم، يتغلغل عمله في وعينا الباطن ويختبر ويثير ارتباطاته. *(Sural 2015, century.html)*

نموذج تحليلي (٣):	من تصميم Roman Cieślewicz، ملصق لفيلم (Cross-eyed Luck) ١٩٥٩
نوع الملصق	اعلان ترويجي لفيلم Cross-eyed Luck
الفكرة الاعلانية	تعتمد الفكرة على لفت النظر واعطاء انطباعا ذهنيا مباشرا عن الشخصية الرئيسية بالفيلم من خلال المعالجة الفنية المستخدمة التي تتناسب مع قصة الفيلم ((كوميديا ساخرة تدور حول رحلة رجل عبر بولندا من ١٩٣٩ إلى ١٩٥٠ في عالم متغير يبدو أنه لا مكان له فيه).
الشكل	صورة للشخصية الرئيسية في الفيلم تتوسط التصميم بملامح متحيرة يرتدي زياً دينياً ويؤكد ذلك من خلال الصليب كبير الحجم على صدره، ممسكاً بوردة مقلوبة في يده للاشارة للرومانسية وهي فترة من حياة بطل الفيلم. تحيط الشخصية ايادي عديدة مختلفة الاحجام والألوان تشير الى البطل من اتجاهات متعددة (للدلالة على حيرته) مكونة في مجموعها شكل دائري ليشبه التكوين في مجموعه بؤبؤ العين.
اللون	أستخدم المصمم التنوع اللوني في العناصر الشكلية والكتابات دون تباين قوي، بل حققت الدرجات اللونية المستخدمة التناغم في الألوان على خلفية محايدة، مما دعم انطباع الاستكانة والدهشة الظاهرة على ملامح وجه البطل.
الكتابات	اعتمد التنوع الشديد في الحجم واللون ونوع الفونطات المستخدمة، كان أبرزها وضوحا هو أسم الفيلم (حظ الأحول)،يعلوها نوع الانتاج (بولندي) في حين تناثرت عبارات أخرى كثيرة ذات صلة بمضمون الفيلم بحجم صغير يصعب تمييزه، وذلك بهدف تحقيق وقع بصري قوي، وخلق حوار من شأنه تفاعل المشاهد والاحتفاظ بانتباهه.
اسلوب المعالجة	جمع الفنان في الملصق بين عدة اساليب للمعالجة الفنية بين السريالية والرومانسية من خلال استخدام الكولاج الفني للربط بين العناصر المتنوعة في تكوين فني متكامل، يتسم بالفكاهة لينقل بأمانة مضمون الفيلم.
الرسالة الاعلانية	يهدف الملصق لدعوة المتلقي لمشاهدة الفيلم من خلال نقل روح الكوميديا المرتبطة بقصة الفيلم على الملامح المتحيرة للبطل واشارات الايدي الكثيرة حوله مما يثير فضول المتلقي لمشاهدة الفيلم ومعرفة قصته.

- **فيكتور كورجا Wiktor Górka (١٩٢٢-٢٠٠٤):**

أحد رواد مدرسة الملصقات البولندية، وأشهر أعماله تصميم ملصق لفيلم Cabaret (١٩٧٣) يصور الملصق أرجل راقصي الملهى في جوارب سوداء يتوسطها وجه البطل في مكياج جريء، والتي تشكل معًا شكل الصليب المعقوف شكل (١٧). *(polishpostergallery, guma/ html)*



شكل (١٧) Wiktor Górka، ملصق فيلم "ملهى"، ١٩٧٣

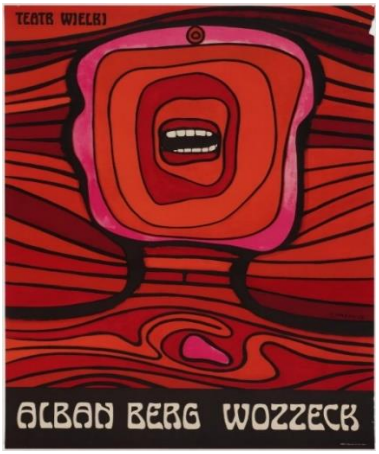
في عام ١٩٧٠، ذهب جوركا إلى هافانا مع مجموعة من الفنانين البولنديين لإجراء ورش عمل للتصميم في كوبا. من هناك انتهى به المطاف في المكسيك، حيث عمل فنانًا ومعلمًا. درس الرسم وتصميم الملصقات في مدارس الفنون المكسيكية المرموقة حتى منتصف التسعينيات. في بينالي الملصقات الدولي السادس في المكسيك عام ٢٠٠٠، حصل على الجائزة الأولى لمساهمته في تطوير فنون الجرافيك في المكسيك - Medalla a la Excelencia José Guadalupe.

شكل (١٨) ملصق للسيرك، Wiktor Gorka، ١٩٧١

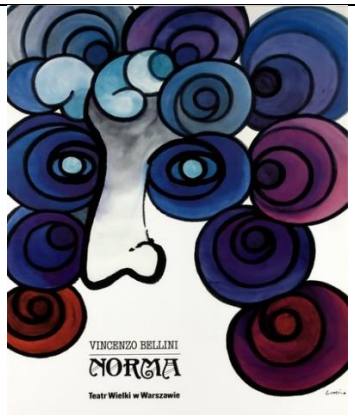
نموذج تحليلي (٤):	من تصميم Wiktor Górka sport tourist poster ١٩٦١
نوع الملصق	اعلان ترويجي للسياحة الرياضية في بولندا (رياضة الصيد)
الفكرة الاعلانية	تعتمد الفكرة على لفت النظر من خلال الفكاهة في مشهد غير مألوف تبدلت فيه الأدوار بين الصياد والفريسة.
الشكل	استخدم المصمم شكلين رئيسيين الصياد والفريسة في في مشهد غير مألوف تبدلت فيه الأدوار بين الصياد والفريسة، حيث بدت فيه الغزالة هي من تغلبت على الصياد وطرحته أرضا برغم وجود سلاح الصيد ظاهرا بجواره.
اللون	حقق المصمم التباين والتكرار اللوني بين الألوان ودرجاتها المستخدمة في العناصر الشكلية والخلفية والكتابات، وظهر هذا التباين والتكرار بين اللون الأخضر، واللون البرتقالي بدرجاتهما.
الكتابات	اعتمد التنوع في حجم واتجاه الكتابات بين الأفقي والرأسي، بهدف تحقيق وقع بصري قوي، وخلق حوار من شأنه تفاعل المشاهد والاحتفاظ بانتباهه.
اسلوب المعالجة	ينتمي التصميم للمدرسة التجريدية، حيث تخلى المصمم عن تفاصيل الملامح والاضاءات الخاصة بالأشكال المستخدمة مما أعطاها مظهرا كاريكاتيرياً متناسبا مع الفكرة الفكاهية الرمزية للتصميم. كذلك جاءت الخلفية في مساحة لونية موحدة لأعطاء التصميم مظهرا مسطحا ثنائي الأبعاد بعيدا تماما عن الواقعية.
الرسالة الاعلانية	جاءت الرسالة الاعلانية واضحة مباشرة تؤكدها الرسوم والكتابات المستخدمة.

- **يان لينيكا Jan Lenica (١٩٢٨-٢٠٠١):** *(Sural, 2015, century.html)*

واحدا من أهم الفنانين البولنديين وأكثرهم تأثيرًا في القرن العشرين - اكتسب شهرة كمبدع للملصقات وأفلام الرسوم المتحركة (يعتبر رائدًا في الرسوم المتحركة المعاصرة). كان فنانًا متعدد الاساليب الفنية، ويعمل على دمجها معاً، مخالفاً التقاليد ومتحدياً المعايير الجمالية. كان لأعماله ايقاع فريد. لقد كان - جنبًا إلى جنب مع هنريك توماشوسكي - أحد رواد الرسوم الكاريكاتورية للصحافة البولندية الحديثة، حيث ساهم في التصميم لمجلتي Szpilki وWiadomości Kulturalne وصحيفة Rzeczpospolita اليومية، واستبدل نكتة الرسوم المتحركة التقليدية بصورة فنية مميزة تقترب من أطروحة فلسفية. ويعتبر Lenica أول من أطلق مصطلح "المدرسة البولندية للملصقات"



شكل (١٩) ملصق Jan Lenica للمسرحية Alban Berg Wozzeck في المسرح الكبير في وارسو، ١٩٦٤

نموذج تحليلي (٥):	من تصميم Jan Lenica 1992 music poster Italian opera
	
نوع الملصق	اعلان عن حفلة موسيقية للاوبرا الايطالية
الفكرة الاعلانية	تعتمد الفكرة على لفت النظر من خلال تكوين ومعالجة فنية مبتكرة للشكل المتعارف عليه في زي شخصيات الاوبرا الايطالية.
الشكل	دوائر حلزونية مختلفة الأحجام والدرجات اللونية في تكوين مترابط يعكس شكل الشعر المستعار لشخصيات الأوبرا الايطالية في ايقاع جميل يتناسب مع النشاط الموسيقي، ويستكمل الفنان شكل الوجه برسم خط الأنف ودائرتي العينين.
اللون	أستخدم المصمم التناغم اللوني في التكوين من خلال استخدام ظلال اللون الأزرق والبنفسجي المشتق منه، واستخدم خطوط تحديد الرسوم بلون اسود سميك لابراز الشكل على خلفية بيضاء.
الكتابات	جاءت الكتابات مختصرة على اسم العمل الاوبرالي Norma وهو ما ظهر بوضوح بفونط مميز عن باقي الكتابات مما اعطاه الأهمية والسيادة، حيث اعتمد التنوع في حجم ونوع الفونطات المستخدمة، الا انها جاءت في مجموعها بحجم صغير نسبيا متمثله في حجم الفم للشخصية الاعتبارية المرسومة في الملصق الاعلاني.
اسلوب المعالجة	كان أسلوب Lenica في ذلك الوقت حديثًا وتجريبيًا، باستخدام القص والكولاج أو بقع حبر تنبض بالحياة. تميزت أعماله بأسلوب ايقاعي معاصر نتج عنه ملصقات نابضة بالصوت واللون.
الرسالة الاعلانية	جاءت الرسالة الاعلانية واضحة مباشرة من خلال عناصر التصميم والمعالجة الجرافيكية الملفت للنظر والجذابة بهدف حث المتلقي لحضور عرض الاوبرا الايطالية.

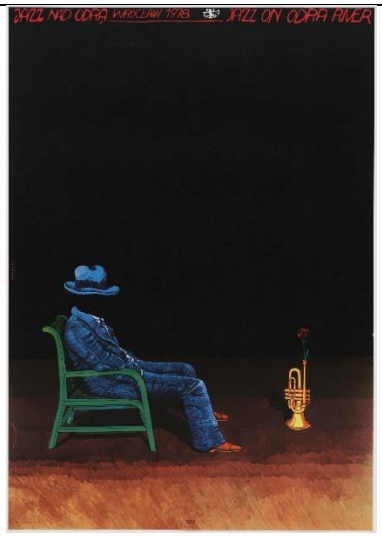
ثالثاً: من أنجح تلامذة مدرسة الملصقات البولندية (العصر الذهبي للملصق البولندي: الحداثة، والتصميم المعاصر) *(Rosenberg ٢٠١١, php.html)*

- **جان سوكا Jan Sawka (١٩٤٦-٢٠١٢):** *(Sural 2015, century.html)*

غيّر مصممو الملصقات الشباب الذين ظهروا لأول مرة في السبعينيات مسار تطور الملصقات البولندية. جان سوكا فنان معروف على الساحة الفنية العالمية، وهو أحد من يُطلق عليهم "جيل الرسامين". عند وصوله إلى الولايات المتحدة في السبعينيات، عمل في صحيفة نيويورك تايمز. غالبًا ما تميزت الملصقات والرسومات واللوحات الخاصة بـ Sawka بألوان متألقة ومتباينة، وحروف معقدة مكتوبة بخط اليد، وعناصر مجمعة، والتلاشي المزعج لبعض العناصر التركيبية. ولكن ، كما كتبت سيلويا جيكا:

إلى جانب الجماليات الساحرة، كانت ملصقات سوكا خبيثة. لقد أخفت الموضوعات التي تبدو تافهه - التفسيرات المخيفة في كثير من الأحيان- لحالة مواطن في بلد شمولي.

شكل (٢٠) ملصق للعرض الأول للانتاج المسرحي البديل ليسزيك موزولسكي Jan Sawka

نموذج تحليلي (6):	من تصميم Jan Sawka، 1978, Jazz on Odra River
	
نوع الملصق	اعلان عن حفلة موسيقية لموسيقى الجاز
الفكرة الاعلانية	نقل الأجواء المرتبطة بموسيقى الجاز من خلال استخدام العناصر الأساسية (العازف والألة الموسيقية) في علاقة غير تقليدية توحي بوجود حوار قائم بينهما.

الشكل	صور المصمم عازف الجاز ببدلته الكلاسيكية التي اعتاد عازفو الجاز ارتداءها في حفلاتهم في ذلك الوقت دون أن يظهر ملامح وجهه، جالسا مسترخيا على كرسيه. ترتكز أمامه آلته الموسيقية وهناك زهرة في فوهتها وكأن بينه وبين آلته حوارا رومانسياً يدل على ارتباطه القوي بها، ويأخذ المشاهد للأضاءة الخافتة لنقل الأجواء الرومانسية الحالمة المرتبطة بموسيقى الجاز.
اللون	استخدم سوكا التجانس اللوني مع غلبة الضوء القاتم على الملصق فاحتلت الخلفية السوداء القاتمة حوالي ٨٠% من مساحة الملصق لتتدرج بدرجات البنيات اسفل المساحة لأعطاء المنظور الوهمي لعمق الحجرة.. برز فوق الأرضية القاتمة اللون الأزرق والأخضر والأصفر الذهبي متمثلة في بدلة العازف والكرسي والألة الموسيقية مع لمسة ضعيفة جدا من اللون الأحمر متمثلة في الزهرة التي تعلو الكلارينت. وتم ترديد نفس اللون الأحمر في الكتابة في أقصى المساحة العلوية.
الكتابات	احتلت حافة مساحة التصميم العلوية وجاءت في سطر واحد بخط يدوي حر
اسلوب المعالجة	اعتمد المصمم التعبيرية التجريدية والتي تميزت بالجمع بين العناصر التصورية مع تجريدها من بعض التفاصيل دون أن يفقدها ذلك هويتها المميزة.. كما هو واضح في معالجة العناصر المصورة في الملصق.
الرسالة الاعلانية	اعتمد المصمم نقل الأجواء المرتبطة بموسيقى الجاز بشكل مباشر من خلال عناصر التصميم واسلوب معالجتها لاجتذاب المشاهد واستثارة رغبته في عيش هذه الأجواء من خلال التفاعل مع مضمون الرسالة الاعلانية.

نستخلص من الدراسة السابقة أهم الخصائص المميزة لملصقات المدرسة البولندية، والتي ساعدت على تحقيق الاستدامة الفنية والثقافية للملصق البولندي، وهي:

1- لم تكن الملصقات في بولندا تتعلق فقط بالإعلان، فبالإضافة إلى الجوانب الجمالية، استطاعت هذه الملصقات أن تكشف عن انخراط المصمم العاطفي في مستحدثات بيئته ومجتمعه، حيث حملت الملصقات البولندية العديد من الرسائل الظاهرة والخفية.

2- احتفظ الملصق البولندي بعرقه من خلال أنماط الزخرفة والعناصر المحلية في كثير من الأحيان.

3- تأثر مصممي الملصقات بالحركات الفنية المعاصرة وأنعكس ذلك على ملصقاتهم في شكل ابداعي ومبتكر.

4- مثلت الملصقات مساحة تجريبية للعديد من المصممين والفنانين لابتكار اساليب فنية حديثة ومميزة تحمل بصمة المصمم.

5- استخدام اساليب الاستعارة والترميز في الملصق قد أدى الي خلق حوار شيق بين المتلقي والملصق لتفاعله مع الفكرة ومحاولة فك رموز الرسالة الاعلانية وفهمها.

6- أثرت ملصقات المدرسة البولندية بشكل كبير على التطور الدولي لـ التصميم الجرافيكي في الملصق.

7- استطاعت المدرسة البولندية للملصقات أن تحافظ على مكانتها الدولية وتصبح مدرسة رائدة في مجال تصميم الملصقات.

8- استطاعت المدرسة البولندية للملصقات تحقيق الاستدامة الثقافية للشعوب التي تبنت تلك الاساليب الفنية حيث حافظت على نقل احاسيس المصممين ورؤيتهم لمجتمعاتهم وأرائهم وأفكارهم.

نتائج البحث:

1- الاستدامة هي رحلة مستمرة لنا جميعًا، ويتم الحفاظ عليها عبر متابعة الأجيال من خلال عدة أشياء منها الأعمال المرئية.

2- يمنح التكوين الثقافى الإنسان طاقة معرفية وجمالية، وفى ضوء ذلك يمكن القول أنه لا تنمية مستدامة دون ثقافة.

3- الملصقات هي شكل ذو طبيعة خاصة من أشكال الفنون البصرية لم تتضاءل شعبيته أبدًا مع مبدعيها أو جماهيرها طوال تاريخ الاتصالات المطبوعة.

4- أثبتت المدرسة البولندية للملصقات أن للملصقات دور هام في تحقيق الاستدامة الحضارية والثقافية للشعوب.

5- توفر الرمزية في التصميم الفهم على أساس الأيقونات الثقافية المشتركة.

6- تسمح الاستعارة بتطوير العلاقات المفاهيمية الرابطة. تدعم الأفكار المرئية واللفظية بعضها البعض، وتطلب الاستعارات من المشاهدين الانخراط في التصميم من أجل استنباط المعنى.

التوصيات:

1- التأكيد على الحاجة المستمرة للتنسيق والتكامل بين مختلف المؤسسات الثقافية والتعليمية والإعلامية لتبادل الخبرات، وتعميم التجارب الناجحة فى مجال التنمية الثقافية وبناء الإنسان.

2- وضع الضوابط القانونية والاستراتيجية التنفيذية لتحديد الكوادر المؤهلة للعمل بمجال التصميم بصفة عامة، وتصميم الملصقات بصفة خاصة، والتي تعي جيداً طبيعة النشاط وتسعى للعمل على تفعيل دوره في تحقيق التنمية الثقافية.

3- ضرورة الاستفادة من كليات الفنون لتنشيط الفنون البصرية، وتعليم وتدريب الشباب واستثمار الخريجين فى تعزيز مبادرات الاستدامة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لدى طلاب الجامعات فى جميع التخصصات.

4- تشجيع المصممين والفنانين المتخصصين في تصميم الملصقات، واقامة المسابقات الفنية بما يدعم برامج التنمية الثقافية المستدامة.

5- ضرورة البحث في التراث الحضاري عن القيم الثقافية للحفاظ على الهوية القومية، حتى يتسنى للمبدع ابتكار أعمال خالصة ذات تناسق فنى عالي، وتمتاز بالأصالة والابداع.

المراجع:

- أبو نجيلة، محمد عيسى (٢٠٢٠):

Abu Najila, Mohammad Issa 2020: https://portal.arid.my/ar-LY/Posts/Details/ accesed: 6 November 2021

- أحمد، جنان محمد (٢٠١٧): الفن التشكيلي وخطاب ما خلف التمثيلات قراءة ابستيمولوجية للفن المفاهيمي، البصرة، مجلة فنون البصرة، العدد ١٤.

'Ahmadu, Janaan Muhamad (2017): alfanu altashkiliu wakhitab ma khalaf altamthilat qira'atan abistimulujiatan lilfani almafahimi, albasrat, majalat funun albasrat, aleadad 14.

- آل وادي،علي شناوة ، وعبادي، رحاب خضير(٢٠١٤): استطيقا المهمش في فن ما بعد الحداثة، عمّان، دار صفاء للنشر والتوزيع.

Al wadi, Eli Shanawat, wAeabaadi, Rahaab Khudayr (2014): austutiqa almuhamash fi fani ma baed alhadathata, emman, dar safa' lilnashr waltawziei.

- أمهز، محمود (٢٠٠٩): التيارات الفنية المعاصرة، بيروت، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع.

'Amhaza, Mahmud (2009): altayaarat alfaniyat almueasiratu, bayrut, sharikat almatbueat lilnashr waltawziei.

- مصطفى، ايمان محمد السعيد (٢٠٢١): الفن المفاهيمي ودوره في الحملات التوعوية والتنمية المستدامة، مجلة العمارة والفنون والعلوم االنسانية، المجلد السادس، العدد الخامس والعشرون، يناير ٢٠٢١

Mostafa, Ayman Muhamad Alsaeid (2021): alfanu almafahimiu wadawruh fi alhamalat altaweawiat waltanmiat almustadamati, majalat aleimarat walfunun waleulum aalnsaniati, almujalad alsaadisi, aleadad alkhamis waleishruna, yanayir 2021

- زايد، أحمد (٢٠١٩): *كيف تكون الاستدامة فى الثقافة؟* بوابة الأهرام الالكترونية، العدد ٤٨٢٦٣.

Zayid, 'Ahmad (2019): kayf takun aliastidamat faa althaqafati? bawaabat al'ahram alalkitruniati, aleadad 48263. https://gate.ahram.org.eg/daily/News/202905/4/693107/ accesed: 5 July 2021

- جليلاتي، فراس (٢٠٢٠): *فن الملصق "البوستر" قرن ونصف من الفن المستمر*، ثقافة وفنون.

Jlilati, Firas (2020): fani almulsaq "albustir" qarn wanisf min alfani almustamiri, thaqafat wafunun. https://sakaluz.com/?p=14262 accesed: 2 July 2021

- راضي، صالح الطويل (٢٠١٥):

Radi, Salih Altawil (2015): http://fanwaadab.blogspot.com/p/blog-page.html accesed: 3 August 2021

- محمد، نصيف جاسم:

Muhamad, Nasif Jasim: http://elsada.net/94638/ accesed: 3 August 2021

- Austoni, Andrea (٢٠١٠): The Legacy of Polish Posters, Smashing Magazine. http://www.smashingmagazine.com/2010/01/17/the-legacy-of-polish-poster-design/ accesed: 10 July 2021
- Boczar, Danuta A. (1984): The Poster, Art Journal, Vol. 44, No. 1, Spring 1984
- Dorota Kopacz-Thomaidis (2019): The Polish School of Poster, Wrocław, Poland, Article, The E. Geppert Academy of Art and Design.
- Dydo, Krzysztof ; Heller, Steven; Schubert, Zdzisław (1995): Masters of Polish Poster Art, Poland, buffi press.
- Fox, Frank (1990): A Chronicle of Our Changing Era, USA, Magazine article, Washington Times Corp.
- Loach, Kirsten;Rowley, Jennifer; Griffiths, Jillian (2017): Cultural sustainability as a strategy for the survival of museums and libraries, International Journal of Cultural, volume 23.
- Millie, Elena and Zbigniew Kantorosinski (1993): The Polish Poster: From Young Poland through the Second World War; Washington, DC, pdf publication, Library of Congress.
- Rosenberg, Martin (2011): Polish poster collection https://www.rosenbergcollection.com/rosenberg.php accesed: 13 July 2021
- Schlosser, Paulina (2014): https://culture.pl/en/article/21-posters-that-will-blow-your-mind-and-move-your-heart accesed: 15 July 2021
- Schneider, Frederick (2015): Reflecting the Soul of a Nation: Polish Poster Art: https://www.illustrationhistory.org/essays/reflecting-the-soul-of-a-nation-polish-poster-art accesed: 18 July 2021
- Schubert, Zdaislaw (1979): The Polish Poster, Warsaw, Krajowa Agencja Wydawnicza.

- Soini, Katriina; Birkland, Inger (2014): Exploring the scientific discourse on cultural sustainability https://www.researchgate.net/publication/259505348_Exploring_the_scientific_discourse_on_cultural_sustainability accesed: 15 August 2021
- Sural, Agnieszka (2015): https://culture.pl/en/article/18-most-important-polish-graphic-designers-of-the-20th-century accesed: 15 July 2021
- Thomas, V., Stenning, S., Abbatt, C. and Duley, C (2011): The Polish School of Poster Art, Posters from the University of Northampton's Osborne Robinson Collection.
- https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/ accesed: 10 November 2021
- https://ar.wikipedia.org accesed: 7 September 2021
- https://boldssskezia.typepad.com/blog/2012/05/poster-design-in-poland-1890-1970-graphic-design-art.html accesed: 16 July 2021
- https://comradekiev.com/blog/polish-school-of-posters/ accesed: 12 November 2021
- https://moei.gov.ae/ar/e-participation/blog/11/2013/simplifying-the-meaning-of-sustainability accesed: 4 September 2021
- https://polishpostergallery.com/poster/gorka_wiktor_cyrk_kobieta_guma accesed: 27 August 2021
- http://postingposters.blogspot.com accesed: 29 July 2021
- http://postingposters.blogspot.com/2009/04/polish-posters-cepelia accesed: 29 July 2021

---

[١] يُعرف معنى الاستدامة في معجم المعاني الجامع: اِستدامة: (اسم) من (المصدر) اِستدامة، استدام (الفعل) استدام ، يستديم، استدم، فهو مستديم و(المفعول) مستدام. واستدام الشئ: بمعنى استمر وثبت ودام. (almaany, ar-ar/html)
الاستدامة في معجم اللغة العربية المعاصر والذي يعني باختصار استمرار الشئ ودوامه، ويقال استدام له الخير واستدام لابنه الخير أي طلب استمراره، وتطلق كلمة الاستدامة على جميع جوانب الحياة التي يرجى بقاؤها والحيلولة دون نضوبها ونفاذها.
(moei.gov.ae,2013, sustainability.html)

[٢] يُعرف معنى الثقافة في معجم المعاني الجامع: ثَقافة (اسم) والجمع ثقافات، الثقافة: العلوم والمعارف والفنون التي يُطلب الحَذق فيها، الثقافة العامة: مُجمل العلوم والفنون والأداب في اطارها العام. (almaany, ar-ar/html)

والثقافة بمعناها الخاص هي تنمية بعض الملكات العقلية أو تسوية بعض الوظائف البدنية، ومنها تثقيف العقل، وتثقيف البدن ومنها الثقافة الرياضية والأدبية، أوالفلسفية. (أبو نجيلة ٢٠٢٠، Details.html)

[٣] يعد الفن المفاهيمي نتاجا فكريا بإمكانه ترجمة الأفكار والتعبير عنها بوسائل ووسائط وخامات متعددة، هي بمثابة وسائل اتصال، حيث الميزة الرئيسة للأعمال المفاهيمية هي الفكرة/ المفهوم. فتصبح الفكرة هي الهدف الفعلي بدلاً من العمل الفني نفسه، أي أن الفن المفهومي يمثل من هذه الزاوية مرحلة من النشاط تكمن ما بين الفكرة والنتاج النهائي، تشكل الجزء الأهم في عملية صناعة الفن.(أمهز ٢٠٠٩، ص٤٨٣-٤٨٦)

فالفن المفاهيمي هو: "حال تحويل فكرة ما وجعلها ملموسة". (آل وادي، وعبادي ٢٠١٤، ص١٢٤) وقد أحدث الفن المفاهيمي تحولات نوعية في مفهوم الفن الذي يعتمد على المهارة الفنية، ويهدف إلى إنتاج شيء جميل، وفي مفهوم العمل الفني الاستهلاكي، ووسائل التعبير الفني، فضلاً عن دور الفنان. كما سعى رواد المفاهيمية إلى التنكر للتقاليد الفنية، ومحاولة التحرر من القيود الاجتماعية والثقافية، وإعادة الاعتبار للمضمون، فضلاً عن "دمج الفن بالحياة". (راضي ٢٠١٥،html.page)

فيتحول العمل الفني الى رسائل خفية توجه الى المتلقي حيث تُمنح الفكرة العقلانية للعمل الفني اهميتها، كتمثيل جوهري. يستقر خلف التمثيلات الشكلية (أحمد ٢٠١٧، ص١٨٩)