

**الدور الفني والتربوي الإيجابي في تصميم الإعلان
الإرشادي الموجه ضد أفكار الفتنة في المملكة العربية
السعودية
إعداد الباحث :
د/ مشاري بن عائش المرزوقي البقمي**

ملخص البحث:

تناول البحث مشكلة الانتشار الغير مسبوق في وسائل الاتصال المختلفة لمجموعة من الإعلانات المحرّضة للفتنة في السعودية، ومهم البحث في تفعيل دور التربية الفنية في مواجهة مثل تلك الإعلانات ونبذها، ويهدف البحث لتوظيف الجوانب الفنية والتربوية في تصميم إعلانات إرشادية تنبذ أفكار التطرف والفتنة والدعوة للوحدة الوطنية، وخرج الجانب النظري بمجموعة من النتائج ومن تحليل بعض الإعلانات المرتبطة ومن تجارب مشابهه، ثم خرج الباحث، بالنتائج النهائية وأهمها، مجموعة من الإعلانات الرقمية التي تحقق الجانب الفني والتربوي والإرشادي الموجه للمجتمع السعودي بهدف تعديل السلوك الغير ايجابي.

خلفية البحث:

لقد تقدم وضع العالم كثيراً منذ ظهور التقنيات الحديثة ومنها الاتصالات العنكبوتية والكمبيوتر، وفي الوقت السالف الذي مضى كان الفن التشكيلي في تجاربه وأبحاثه ومنجزاته نمطية التجربة الإنسانية المستندة إلى الملاحظة والإدراك، فالإحساس، فالمقاربة التشكيلية، فالاستشراف التقني والحرفي، إلى مرحلة التسابق التقني بين تقنيات الكمبيوتر والتكنولوجيا الرقمية والالكترونيات الاستهلاكية في خضم كل ذلك تتطوي مشاعر الدهشة وتنطلق مساعي البحث والتي تستوجب المواكبة للتطورات التقنية وفي سرعة المجرىات، مجريات التغيير الذي يواجه دوماً تحديات حمة تتمثل في إعادة التشكيل والتأهيل لإمكانية اقتناص الفرص المتاحة من حمة وفي تحصين الموروث الثقافي من حمة أخرى، وبالعودة إلى التحدي حيث يكمن هذا في إعادة النظر في طبيعة المبتكرات والمنتجات وإمكانية التسويق بطرق مغايرة للماضي وهذا سيتحول حتماً نظام وثقافة المنافسة على اختلاف مظاهرها سعياً نحو التغيير والتطوير.

وبالنسبة للتربية الفنية التي تهدف للمحافظة على التراث والهوية المحلية التي تتعرض لمفاهيم العولمة التي من شأنها السعي لطمس الهوية المحلية للعديد من بلدان العالم، وذلك من خلال الفن التشكيلي الذي يسجل كل ملامح البلدان لا سيما مجال التصميم لبعض المصمقات والإعلانات.

وكون الإبداع التشكيلي هو نتاج تفاعل الإنسان والبيئة المحيطة به وتداعيات أفكاره وعقائده الناتجة من امتزاج عواطفه بمكوناتها الداخلية، فجدور أي فكر إنما تستمد غذائها من بيئتها المحيطة) وذلك حسب ما أشار إليه (الحشاب، 1977م، ص 18)

وأن علاقة الفنان المصمم بالبيئة علاقة تبادلية فهو يتأثر بها ويتحول من الجانب السلبي إلى الجانب الإيجابي فيؤثر ويغير فيها من خلال عملية الاتصال.

حيث صنف الباحثون الاتصال الإنساني والاجتماعي إلى مجموعة أنواع نذكر منها ما يهم البحث وهو الاتصال الجماهيري، وهو نوع الاتصال غير المباشر بوجود (الوسيط) ونحدد الوسيط في هذا البحث بالمصمقات والإعلانات الرقمية، ويعرفه (البي، 1988م، ص 18) بأنه الذي يربط بين المصمم (المرسل) والجمهور (المستقبل) بناء على نظرية الاتصال، ويهدف المرسل هنا لنقل الأفكار الإيجابية والتي يريد إقناع المستقبل بها من خلال تصميم الإعلان المناسب، واضع في خياله الأهداف التي تمه المستقبل وجذبه للفكرة ثم لتحقيق المراد من عملية الاتصال.

وذلك من خلال الشكل الذي يتكون من العناصر المتفاعلة في العمل الفني والمرتبطة ارتباطاً عضوياً بالصفات الحسية والتركيبية للخاصة والصفات الخاصة بالوجدان البشري ومن خلال الوجود المادي للشكل وقانونه البنائي يمكن إدراك ما يحمله العمل الفني في مجال التصميم من قيم تشكيلية وتعبيرية.

مشكلة البحث:

من خلال معايشة الباحث للمجتمع السعودي والعربي ظهر جلياً وجود مجموعة من الدعايات والإعلانات ومقاطع الفيديو التي تحرض بقصد أو غير قصد شباب الوطن للفتنة، وتفرقة الصف وتمزيق الوحدة الوطنية وتعد المصمقات الإعلانية أو الرقمية من أهم الاتجاهات الحديثة التي تم توظيفها بشكل واسع في مجال الفنون المرئية، وعلى الرغم من تناول تطبيقاتها الفنية والتشكيلية في مجال التصميم إلا أن هناك ندرة في البحوث الخاصة بالمصق الإرشادي الذي يواجه مشكلة البحث، وتتلخص هذه المشكلة في التساؤل التالي: (ما مدى إمكانية توظيف فنون التصميم التربوية في تصميم الإعلانات الإرشادية المتنوعة والتي يكون لها الأثر الإيجابي في جذب وتعديل سلوك المجتمع الشباب السعودي؟)

فرض البحث:

إن تصميم الإعلان الرقمي المحمل بالجوانب الفنية والتربوية يزرع روح الوحدة الوطنية في مواجهة أفكار الفتنة والابتعاد عن ما يمس ذلك بخطر.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى توظيف الجوانب الفنية والتربوية والتقنية في تصميم الإعلان الإرشادي الموجه للشباب السعودي والذي يهدف لجذب وإقناع وتوجيه وتوثيق السلوك الإيجابي بزرع روح الانتماء والوحدة الوطنية.

أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في استغلال الوسائل الحديثة (الحاسوب والوسائط المتعددة) لإثراء الإعلان الإرشادي الرقمي للمساهمة في حل بعض القضايا السلوكية المؤثرة في المجتمع السعودي، وتشجيع دور التربية الفنية كأحد الوسائل التربوية الإرشادية الفعالة المساعدة في حل أهم قضايا المجتمع.

حدود البحث:

تقتصر الدراسة على مستخدمين وسائل الاتصال في المجتمع السعودي من فئة الشباب في ضل تزايد الفتن المحرصة للترقية في البرامج الحديثة كالفيس بوك والواتس اب وتويتر وغيرها والتي تهدف للتحريض وتمزيق النسيج الوطني وإنتاج إعلانات إرشادية.

- منهجية البحث: تناول الدراسة المنهج النظري والتحليلي والمنهج الوصفي والتجريبي.

أولاً: الإطار النظري: التعرف على الصورة الرقمية والإعلان الإرشادي ووظائفه وأهميته الفن للمجتمع.

ثانياً: الإطار العملي: الجانب التحليلي لعينة البحث وتجربة البحث والنتائج والتوصيات.

- مصطلحات البحث:

- الإعلان الإرشادي **Guiding Advertising**: هو إعلان إرشادي لا يسعى إلى الرخ المادي حيث يهدف إلى نشر فكرة بهدف تعديل السلوك السلبي إلى سلوك إيجابية، ويكون العائد من الإعلان الإرشادي المتغير هو نشر الثقافة والوعي للجمهور الموجه له، والعمل على تطوير سلوكهم، كما يساعد في رفع مستوى التدوق الجمالي لدى الأفراد، وكذلك المستوى العلمي والتربوي والصحي والأخلاقي للمجتمعات ويفرس في المتلقين العادات الحميدة، ويكون له آثاراً إيجابية على المجتمع بوجه عام".

- مفهوم المصق الإرشادي: وهو يهدف أيضاً إلى نشر الحقائق أو الأفكار أو السلوك أو الإقناع بنظام سياسي أو اقتصادي أو ديني أو صحي معين، فيعمل على زيادة الإنتاج ونشر الثقافة بالمجتمع، وتعرض للعامة بخلاف التصميم الرقمي في طرقات المدن وعلى الجدران والممرات ولعل نجاحها كان السبب الرئيسي في انتشارها، ويلعب دوراً هاماً في عملية التنشئة الاجتماعية

والتطبيع الاجتماعي وتحريك الجماعات وتشكيلها وضبطها وفق منهج علمي مدروس في ضوء أهداف وخطط وبرامج متفق عليها من قبل القيادات العليا ممثلة في الوزارات والأجهزة والمنظمات والهيئات الحكومية والأهلية المختلفة، وذلك من خلال إتباع أساليب ووسائل علمية وفنية وجمالية تخضع لاستراتيجيات تعديل السلوك ومعرفة أساليب ونظريات التعلم وتوظيف أساليب الإقناع والتأثير الإعلامي في الجماهير وتنفيذ شروط نجاح الرسائل الإعلانية والاتصالية بكفاءة، "وتختلف مواصفات المصق باختلاف الغرض من تصميمية فهو يرفع من المستوى الفني والنوحي، وذلك من خلال الألوان والأشكال والمساحات الجمالية، ويهدف المصق الإرشادي كما ذكره (صابات، 1996، ص 173) إلى نشر الوعي بين المواطنين والعمل على تطوير المجتمع، وتأكيد العادات الإيجابية وتوضيح ونبد العادات السيئة، ويمهد أيضاً المصق الطريق للوسائل الإعلانية الأخرى في تلخص الرسالة الإعلانية، أما التفاصيل فهي في وسائل الإعلان المقروءة والمسموعة والمرئية.

- **التصميم الرقمي Digital Design:** هي تلك التقنية التي تتضمن استخدام الحاسب وبرامجه لإنجاز وظائف محددة كتنظيم العناصر الشكلية وإنشائها سواء كانت ثنائية أو ثلاثية الأبعاد كما أشار إليها (المسلمي، 2002م، ص39) ويعرفه (الزهيري، 1975م، ص204) بأنه العمل على تنظيم وتنسيق مجموع هذه العناصر في كل متاسك مع إمكانية إنجازها بالمؤثرات المختلفة التي تزيد من تفاعل المتلقي مع العمل التصميمي على أن يكون هذا بطريقة مرضية من الناحيتين الوظيفية والجمالية وتستخدم في الوسائط المتعددة

- **الدراسات المرتبطة:**

هناك تحول في اتجاهات بعض الباحثين في مجال التربية الفنية سعيًا لدراسة تصميم اللوحة الزخرفية وإمكانيات استخدام بعض برامج الحاسوب، ومن تلك الدراسات التي لها علاقة بالبحث الحالي :

دراسة (النشوقاني، 2007م) وتهدف لتفعيل دور التربية الفنية في مجال فنون الميديا وتناولت الدراسة رصد جميع التعريفات والخصائص والتقنيات والتطور التاريخي لفنون الميديا المتعددة، وجاءت نتائج البحث لتجربة ابداعية تعبر عن الهوية الثقافية للمجتمع ويفيد البحث في ما ذكر سابقاً.

واوضح (ابو الفتوح، 2012م) في دراسته، دراسة الصورة الرقمية من خلال إثراء الفكر والنوq الفني والتوعوي لدى الشباب بمصر وخصوصاً بعد المتغيرات الثقافية والاجتماعية التي شاهدها العالم على الشباب المصري أثناء وبعد أحداث ثورة 25 يناير.

ويهدف البحث لدراسة اهمية الصورة الرقمية ودورها في إثراء الفكر والنوq الفني والتوعوي لدى الشباب بمصر وخصوصاً بعد المتغيرات الثقافية والاجتماعية التي شاهدها العالم على الشباب المصري أثناء وبعد أحداث ثورة 25يناير.

ومن اهم النتائج: استنتاج معطيات تلك الصورة الرقمية ومتغيراتها وأساليب تناولها وطرق معالجتها استخدامها داخل المصق الإرشادي والاستفادة منه بشكل تقني جديد خلال تدعيم النواحي السلوكية الإيجابية لمواضيع تهم الشباب.

ويفيد البحث الحالي في صياغة اعلانات لتوجيه الشباب السعودي لتحقيق التكاتف والوحدة ونبد الفتنه والإرهاب وعدم الانصياع للمرضيين.

وقد تناول (أحمد، 2012م) دراسة التصميم الرقمي وشروطه وأنواعه الثابتة منها والمتحركة، ودراسة المؤثرات الحركية والضوئية لبرنامج فلاش وأثره على البناء التصميمي للوحة الزخرفية ودوره في إضافة عنصر الجذب البصري والادراكي عليها وتهدف

لدراسة دور الوسيط الرقمي لتتحول اللوحة الزخرفية إلى شكل فني ذو منطلقات فنية جمالية وتقنية ذات طبيعة رقمية تفاعلية من نوع خاص.

وتوصل البحث إلى نتائج أهمها، أن التصميم الرقمي إمكانات وتطبيقات كبيرة للمصمم، مما مكّنه من التحليق الإبداعي بشكل يعزز رسالة اللوحة الزخرفية.

ويستفيد البحث الحالي من تلك الدراسة من إمكانية توظيف التصميم الرقمي لإثراء بناء العمل الفني، وذلك لاجتذاب التصميم الرقمي للمصممين وما لهم من دور حيوي في تطوير مدخلاته بصورة فنية مميزة وإدخال أبعاد تعبيرية ورمزية داخل إطار رؤيتهم الفنية.

فن التصميم الرقمي:

- **تعريف الصورة الرقمية: Digital Image Definition:** ولتوضيح ماهية الصورة الرقمية (Digital Image) فهي تلك الصورة التي تم تجزئتها عناصرها إلى دقائق متناهية في الصغر وتسمى بيكسل (Pixels)، وكل بيكسل مفردة يعبر عنها على حدة بأرقام ثنائية تحدد كل من إحداثياتها الأفقية والرأسية، وعند ترقيم الصورة فإنه يصبح من الممكن إدخالها إلى أجهزة الكمبيوتر والتعامل معها عن طريق برامج (معالجة الصورة الرقمية - Image Processing Application) أو برامج الجرافيك وبالذخول إلى عالم الصور الرقمية وبرامج معالجة الصور الرقمية فإننا ننتقل نحو عالم لا محدود من إمكانيات التعديل والحذف والإضافة وتحسين الصورة وإضفاء المؤثرات الخاصة وإعادة التكوين وتغيير الكثافات إلى غير ذلك من وسائل المعالجة الفنية، وبأبي بعد ذلك أهمية إعداد الصورة الرقمية للإخراج النهائي تبعاً لنوع التوظيف المطلوب سواء كان صورة تلفزيونية أو مطبوعة أو عبر الشبكات أو لإنتاج المكونات البصرية في قواعد البيانات والمعرفة إلى غير ذلك من مجالات توظيف الصورة الرقمية إلا أنه وكما ذكر (Freeman 2004, P,56) بأن ذلك يحظى بالمعالجة السريعة وإرسال واستقبال الصورة ومن مكان إلى آخر في كافة أنحاء العالم، فالصورة الرقمية إنتاجها معتمد على عوامل فيزيائية أكثر منها كيميائية في الفوتوغرافيا التقليدية فالأجهزة المستخدمة لإنتاجها إلكترونية وبرامج للمعالجة من خلال الكمبيوتر، ومن البرامج المشهورة في فن التصميم الرقمي وخاصة التي تفيد تجربة البحث:

- **برنامج أدوبي فوتوشوب Adobe Photoshop:** يذكر (سرور، 2000، ص 47) بأن برنامج فوتوشوب يعد أحد أهم البرامج التطبيقية الفنية، وخاصة المتعلقة بتصميم الملصقات وأغلفة الكتب والمجلات والصحف الورقية والمطبوعات بصفة عامة، ويعتمد هذا البرنامج على معالجة الصور، من خلال الأدوات والفلاتر وبعض الإمكانيات الجاهزة والتأثيرات الموجودة في البرنامج ذاته.

- **برنامج أدوبي إليستريتور Adobe Illustrator:** هو برنامج رسومات يعمل بنظام المتجهات (Vectors) المعتمد على معادلات بمساحات لونية على عكس فوتوشوب المعتمد على نظام (Raster) الذي يعتمد على وجود بيكسلات، والذي يقلل من جودته عند التكبير أو التصغير وعند الطباعة ويستخدم في العديد من المجالات ومن تصميم المطبوعات وتصميم الإعلانات الرقمية وعمل التصميمات للمنسوجات والسيراميك والياфاطات، وبعض الأشكال التي يمكن إضافتها على بعض البرامج الأخرى لعمل فيديوهات مثلاً الرسم الاحترافي جداً لمن لديهم (Tablets) للرسم، وهناك برنامج **الثرني دي ماكس 3D MAX** والعديد من برامج التصميم الأخرى ولعل ما يهم تجربة البحث هو البرنامجين السابقين.

- **الوسائط المتعددة: Multimedia:** وتعرف المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم كما اشارت (بدران، 2010م، ص 47) الوسائط المتعددة بأنها (التكامل بين أكثر من وسيلة واحدة تكمل كل منها الأخرى عند العرض أو التدريس: ومن أمثلة ذلك: (المطبوعات - الفيديو - الشرائح - التسجيلات الصوتية - الكمبيوتر - الشفافيات - الأفلام بأنواعها)، بالإضافة إلى ناقل المستندات (الفاكس) وآلة العرض والتسجيل المرئي (الفيديو) والتلفزيون وغيرها من أدوات الاستعمال الخاص والعالم.

وهي تعبير عن دمج أنظمة مختلفة: (حاسب + مراثيات + صوتيات + اتصالات) وتوصيلها للمتلقي، وعلى ضوء استخدام الكمبيوتر في إنتاج برامج الوسائط المتعددة وعرضها عرف **ماك جروهيل (Mac Grohill)** الوسائط المتعددة بأنها استخدام الكمبيوتر لعرض ودمج النصوص والرسوم وكلاً من الصوت والصورة الثابتة والمتحركة مع الوصلات والأدوات التي تجعل المستخدم يستكشف ويتفاعل ويتكبر ويتصل، وتعود أهمية الوسائط المتعددة في كمية الحصول على المعلومات في وقت واحد فالأمر يختلف بالنسبة للوثيقة الموجودة في الوسائط المتعددة حيث يتم البحث عنها ألياً للوصول إلى موضوع ما أو مجموعة من الموضوعات وهو الأمر الذي يعد مستحيلاً في الكتاب المطبوع والكترونياً يمكنك الاسترجاع ليس فقط للمعلومة ذاتها ولكن أيضاً إلى كل الوثائق المرتبطة بها، ويذكر (Vaughan, 1996) وتعد الوسائط المتعددة أيضاً من أكثر الأسواق سرعة في البحث عن المعلومة وفي نموها في العالم حالياً فطبقاً للبيانات تم بيع 4.8 مليون أسطوانة مدمجة (CD) عام 1993 وهو يمثل ثلاثة أضعاف ما تم بيعه عام 1992، وبعد استخدام الوسائط المتعددة مناسباً في أي موقف ربط الجانب البشري الشخصي مع أي نوع من المعلومات الإلكترونية، وتستخدم الوسائط المتعددة في الفنون التشكيلية والفن وهي وسيلة مرئية، كما أن القدرة على عرض أكثر من 16 مليون لون قد جعلت أجهزة الكمبيوتر تعرض الأعمال الفنية بألوانها الحقيقية لتنافس الصورة المطبوعة على الورق، وعلى عكس الكتب حيث تكون الصورة ثابتة وغير مرتبطة فإن أجهزة الكمبيوتر الخاصة بالوسائط المتعددة تعطي معلمي الفنون كل مزايا الوسائط المتعددة، وحيث أن الرسومات متاحة على شبكة الإنترنت في جميع أنحاء العالم فإن المتاحف في العالم كله تقوم بتوفير مكاناً للأعمال الفنية على شبكة المعلومات السريعة، أما في التعليم فإنه عندما يتم استخدام الوسائط المتعددة بشكل فعال فإن وقت التعلم يقل بنسبة تصل أحياناً إلى 80 % وتكون معدلات التحصيل أعلى، وتضيف الشبكات بعداً هاماً للكمبيوتر التعليمي ذلك أن شبكات المعلومات تربط بين الجامعات والكليات والمدارس والمنازل بشكل يساعد على إزالة الفروق بين مختلف المستويات فمن خلال التعلم التعاوني على الشبكات يستطيع الطلاب المشاركة في مشاريع دولية وتبادل البيانات والنتائج للوصول إلى نتيجة فورية وسوف نستعرض دور الوسائط المتعددة في التعلم كما ذكره (Fred.T,1995,p11.)

- أولاً: الوظيفة السيكولوجية للإعلان: يجيب الشكل بشكل عام على حاجة سيكولوجية لدى الفرد ويسد كذلك بعض المتطلبات العقلية والنفسية، فقد برهنت الدراسات المختلفة التي قام به علماء النفس كما أكده (علم الدين، 1993م، ص23) أننا ننكر وندرك بالتصور العقلي وعلى هذا الأساس يمكن تقسيم الجمهور إلى أربع فئات من حيث إدراكهم وتفكيرهم وتفاعلهم مع العنصر الشكلي في الإعلان (صورة أو رسم)- فئة بصرية- فئة حركية- فئة سمعية- فئة مختلفة، وعلى ذلك يمكن شحن ذاكرة الفئة البصرية وتقويتها بإضافة عنصر شكلي (صورة أو رسوم) إلى النص الإعلاني فمعظمنا تسيطر عليه وتملكه العقلية المصورة فعندما نتحدث نحاول أن نستعمل كلمات تجعل السامع كأنه يرى، وعندما نسمع نشكل الأفكار التي وصلتنا ونحولها إلى صورة ذهنية وعندما نقرأ نحاول تكوين الصورة الذهنية، ذات أهمية كبرى بالنسبة لشعور الفرد ودرجة فهمه وقد استخدمت الهيئة الشكلية كموثر عام ورئيسي للتعبير عن فكرة إعلانية معينة لا بد لضمآن نجاحها أن تخلق لدى القارئ أو المشاهد صورة ذهنية وعقلية لهذه الفكرة، تؤدي به إلى إثارة الاهتمام وجذب الانتباه وتعود أهمية إدراك الشكل في الإعلان كما ذكره (حسين، 1973م، ص 47) وكما يلي:

- استخدام الألوان المناسبة لجذب الانتباه: فاللون له تأثير سيكولوجي لشد نظر الجمهور للإعلان.

- إمكانية التعبير عن الأفكار الإعلانية بسرعة: وتعتبر الصور والرسوم أكثر سرعة من تعبير الكلمات.

ويرى (منصور، 1980م، ص133) أنه عن طريق الصور والرسوم يمكن إثارة اهتمام المتلقي للعناصر الأخرى في الإعلان كشده انبها القارئ للرسالة الإعلانية كما أن استخدام الأساليب المختلفة كأسلوب الفكاهة أو الدراما أو الإثارة أو الواقعية بهدف جذب الانتباه لمحتوى الإعلان، ويؤكد (حسين، 1973م، ص84) كما أن تبسيط وتقليل العناصر يعطي السهولة الفهم والقدرة على الإقناع والتأثير على السلوك بطريقة أسرع.

ثانياً : الوظيفة الإدراكية والعقلية للإعلان : يتعلق بالتغيير في الحالة الإدراكية وتطوير الفهم لدى العامة ومنها، إعلانات تنمية الوعي MindShare وهي الإعلانات التي تستهدف المستهلكين تجاه المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع، كإعلانات الوقائية ضد الأمراض والإعلانات المصاحبة للتغيرات القانونية Joe Tie ، وهي تلك الإعلانات الخاصة بنص قانون جديد في الحكومة والمؤسسات المختلفة مثل وقف استخدام عادة سيئة، أو العكس وتفيد هذه النوعية من رفع الذوق العام والرفي في التعامل وإعلانات بناء الوعي: Ad.Adstock، وهو البناء الإيجابي القائم على الفهم الصحيح لمفهوم ماء ك مفهوم الديمقراطية، وأنماط السلوك وعلاقات الأفراد والمجتمعات الداخلية والخارجية وبين مختلف القوى السياسية. ويعمل النشاط الإعلامي في التغيير، ويرى (هلال، 1996م، ص 17) أن التذميع والتنشيط واستحداث اتجاهات مرغوبة لدى الجماهير، مثل استخدام موضوع التكاتف والواحدة الوطنية، أو إيقاظ الميول الفردية الأساسية من دوافع وميول وجعلها تتحرك بشكل إيجابي، وكذلك يهدف إلى الإبلاغ والإفادة والإقناع، "فإن عملية تنمية الجماهير معرفياً أو شعورياً أو سلوكياً عملية شاملة تتم عن طريق عملية الاتصال والتي تحتوي على عوامل مختلفة منها فهم الجماهير التي توجه إليها رسالة التنمية، ومعرفة احتياجاتها، وتخطيط الاتصال حول استراتيجيات محددة يتم بها إنتاج الرسالة ونشرها واستقبالها، ثم رجح الصدق لمعرفة أثر هذه الرسالة على الجماهير، وتضيف (عبد المحسن، 2005، ص 117) أنه لكي يستطيع مصمم الإعلان الإرشادي، توصيل الرسالة التي يريد بها بكل صدق ينبغي له أن يكون على معرفة بطبيعة عملية الاتصال تلك، وآلية تكوين المعاني والكلمات، كما عليه أيضاً معرفة كيفية استخدام تلك الآليات في إقناع المشاهدين بمحتوى رسالته حتى تحقق فعالية الرسالة الإعلانية، ولن يصل إلى الهدف السامي حتى تفهم الحاجات النفسية والإدراكية والعقلية للجمهور الذي يوجه له الإعلان.

- الصورة الذهنية عند مصمم الإعلان: يتحدد معنى الصورة بالعلاقات المكانية والزمنية والسببية التي تنسق بين العناصر المحسوسة والمستمدة من الطبيعة أو من الحياة الإنسانية وغاية هذا الإنتقاء هو إثارة التأثير أو الانفعال الجمالي، والواقع أن معظم الأفراد تسيطر عليهم إن لم تكن تمتلكهم العقلية التي تميل إلى الصورة (Picture Minded)، وفي هذا يؤكد (عجوة، 2003م، ص 48) أنه عندما نستمع إلى فكرة معينة نحاول تشكيل الأفكار التي وصلتنا ونحولها شائعة لدينا وعندما نقرأ نحاول بشكل لاشعوري تصوير العبارات بشكل مقبول عبر عقولنا إلى صورة ذهنية، وهنا يقوم المصمم المبدع بترجمتها إلى صورة مرئية في عمل فني جميل وجذاب ويحقق الهدف المراد منه، فالمصمم له الدور الفعال في إعادة صياغة الصورة الذهنية لدى عقول المتلقين وذلك للرسالة التي يريد تغييرها داخل التصميم الإعلاني، وتحويل الصور الذهنية الميتة داخل أذهان الشباب إلى صور مليئة بالحياة والإيجابية، والتي تتحقق بالتفاعلية وإتاحة إمكانات التحليل والتفسير، فإن العمل الفني بشكل عام حينما يكتف التجربة التي مر بها الفنان وينقلها للمتذوق من خلال بعض الصور الذهنية المختلفة من حيث وجودها على أعتاب حواسه وإدراكه إلى مواطن الاهتمام، فإن ذلك يكون بمثابة تسليط الضوء على الهدف من الرسالة، حيث يحج ذلك بمثابة شرح وتفسير للحقائق التي أدركها المصمم في تجربته الخاصة، ليتيح للمشاهد فهماً أعمق، وبطريقة سهلة وموجزة وبلغة وفي مايلي تلخيص لدور المصمم في تكوين الصورة الذهنية للمتلقى وذلك لاقتحام المجال الإدراكي للمتلقى، وفيما يلي بعض هذه الأساليب التي ذكرها (الصيفي، 1998م، ص 72)

1- الاستمارة Arousal: ويحاول المصمم استمارة حاجات ورغبات المتلقى بهدف إيصال رسالته.

2- التنظيم Organization: وهو التنظيم البنائي للعمل لترتيب أسس وعناصر التصميم في مساحة الملتصق بطريقة منظمة وجميلة، له أكبر الأثر في جعل الإعلان مؤثراً وفعالاً لدى المتلقى.

3- التذميع Reinforcement: ويستخدم المصمم المبدع الفكرة المناسبة لتذميع عمله ومحاولة جذب النظر للعمل الفني، كاستخدام الصور الفوتوغرافية أو الصغ البلاغية الجذابة.

- أهمية الفن للمجتمع: يذكر (Salomon, 1991, p23) عالم الاجتماع الحديث - الأمريكي، جيرهارد لينسكي، "إن البشر في كل مكان وزمان يقومون بتطوير حاجاتهم المستوحاة أو المشتقة أو المستخرجة من خبراتهم الاجتماعية والثقافية، بل إنهم يقومون بإثاء رغباتهم من خلال استدعائها من خبراتهم وما يستجد في حياتهم الخاصة من أحداث ومشكلات وظواهر اجتماعية، هذا التطور والإثاء للحاجات والرغبات البشرية يشبهها لينسكي بالوراثة البيولوجية، ومعنى ذلك أن خبرات الأفراد الاجتماعية

والتقافية تمثل مستودعاً لحاجاتهم ورغباتهم، فعندما يواجهون أو يتعايشون مع أحداث الحياة اليومية تبرز أممهم أو تبلور عندهم حاجات ورغبات جديدة، عندئذ يعودون إلى هذا المخزون الثقافي لاستخراج منه ما يحتاجون من خبرات وتجارب عملية ونظرية فكرية تتناسب مع متطلبات حياتهم لضيفوا إليها ما هو مستجد أو مراد بشكل يتناسب مع ظرفهم الجديد وينسجم معه ويذكر (العمر، 2000، ص 47) أنه في مخزون الثقافة العربية والإسلامية تاريخ لا يجب الاستغناء عنه عند مواجهة مشكلات المستقبل واقصد بذلك الفتنة وتفرفة الصف فقد عانت الشعوب العربية من بداية فجر الإسلام حتى الآن من نفس المشكلة لذلك وجب علينا أن لا نعيد أخطاء الماضي ولعل للفن دور فاعل تربوي وإرشادي للمساعدة في نبد الفتنة بأشكالها كما نستشهد بدور الفن عبر التاريخ أيضاً وأهميته لكل المجتمعات، فإذا امتلك الفرد الخبرة الجمالية أو الذوقية أو الروحية، فإن ذلك يعني أنه مدرك لأحد أوجه النظام الاجتماعي وقادر على منحه معنى خاصاً به، ولعل الحاجة الاجتماعية للفن عبر العصور قد مرت بعدة مراحل وتطورت ولا زالت تلعب دوراً مهماً في إشباع رغبات المجتمع وهي كما يلي:

- **أولاً: مرحلة طور الوجود الإنساني:** ففي الفترة الزمنية الواقعة بين 10.000 سنة قبل الميلاد لغاية 700 سنة قبل الميلاد، يقول جيرهارد لنسكي في هذا الخصوص يذكر (Gerhard. 1991 – p. 94). إن الإنسان الذي عاش خلال تلك الفترة الزمنية في منطقة غرب أوروبا كان يرسم الحيوانات التي يصطادها على جدران الكهوف التي يعيشون فيها، ويمثل هذا الفعل الفني أحد أشكال الفن الذي أبدعه الإنسان إبان تلك الحقبة التاريخية، ليس هذا فحسب بل كان ينحت التماثيل المصنوعة من عظام الحيوانات التي يصطادها وينقش رسومه عليها وعلى عظام العاج (سن الفيل) ويصنع منها مقابض أسلحته وأدواته المنزلية والتي يستخدمها في الحياة اليومية، فضلاً عن أن كل ما يقوم به من فنون يمثل معبراً أو موصلاً بينه وبين عالم الحيوان بأسره الذي يحيط به فكانت الحاجة هنا للإنسان القديم في تسجيل حياته اليومية ومشاكلها والتعبير عنها من خلال النحت وذلك رغبة منه في حل مشكلاته اليومية وتدوين خبراته التي استنتجها ويفكر فيها.

- **ثانياً: مرحلة الطور الحرفي:** ونأخذ منها على سبيل المثال المجتمع الريفي الذي كان يستخدم العمال اليدويين في حرف يحتاجها في حياته اليومية (مثل التجارة والحداة والبناء والصياغة والخطاطة ودباغة الجلود) لتلبية متطلبات حياة الناس في الزراعة والبناء والمأكل والملبس وسواها ويتضح هنا الحاجة الملحة للفن والذي قام بدوره في تطوير ورقي حياة المجتمعات كما ذكرها (محمد، 1992، ص 63).

- **ثالثاً: مرحلة الطور الديني:** يشير (الرعاي، 1989، ص 25) وأفضل من عبر عن هذا الطور هو الفن في مصر القديمة وفي بلاد الرافدين، ففي الفن المصري القديم كان التمثال يُصنع ليكون بديلاً للجسم إذا تعرض للتلف، حيث كان الفن عندهم يُنشد الخلود. وقد كرس المصريون القدامى قدراً كبيراً في اهتمامهم لإعداد المدافن لتكون مسكناً ملائماً تحي فيه الروح بعد الموت حسب اعتقادهم في استمرار الحياة بعد الموت، في حين كان الفن في بلاد ما بين النهرين يمجّد القوة ويصورها على شكل تمثال في حالة تعبد وخضوع لكي يرضى عنه الآلهة يطيل من عمره ويمنع عنه التكبّات، وعموماً، يمكن أن نميز بين نوعين من الفن في منطقة النهرين كما ذكرها (الشاروني، 1996م، ص 14) هما: فن متصوف في الجنوب ينشد رضا الآلهة على الحاكم والمحكوم ويظهر في مظهر المتعبد الخاشع لكي تطول أيامهم على الأرض، وآخر في الشمال (آشور) يتميز بأنه افتخاري سردي ملحمي. فهنا يوضح الحاجة للمجتمع المصري لحفظ وتدوين من خلال الرسم والنحت خبرات الحياة وتسجيل البطولات إلى جانب أن الفنون الفرعونية نقلت العديد من العادات التي كان يمارسها المصريون القدماء.

- **رابعاً: مرحلة الطور الثقافي:** في هذه المرحلة لعب الفن دوراً حيوياً في الحياة الحضريّة والصناعية وبالذات في مجالاتها الموسّعة (الفردية) والأدوات المنزلية (الديكور والأثاث) والمعمارية (الأبنية) والاتصالات (المرئية، والمسموعة والمقروءة) والتربوية (معاهد وكليات فنية وثقافية) وإعلامية – دعائية وتجارية (أذواق المستهلكين) وسواها، والانخراط في دراسة ألوان الفنون والتخصص بها

والعمل فيها لكي يساهموا في جميع مناحي الحياة الحضرية والصناعية، ويشير (العمر، 2002، ص76) بأن الحاجة إلى جاليات الفنون بكافة ألوانها لإشباع حاجات معظم مناحي الحياة الحضرية التي نعطيها رونقاً متميزاً وجاذبية متجددة وتنعش الحياة الاجتماعية؛ لذلك لم يعرف الفن حالة العمق على الرغم من كل الإعاقات والقمع والخبث والنبذ الذي مارسها فاقدي المواهب ومحرومي الإبداع وعديمي الذوق والفقراء حضارياً، ومع تحضر المجتمع الإنساني وتطوره باتت الحاجة ماسة إلى الذوق الرفيع والجمال الخلاب والأداء الساحر والتزيق الجذاب والنقوش الفنية البراقة والألوان الزاهية في معظم إيقاعات الحياة المدنية المتحضرة، وإزاء ذلك تفاقم الطلب على الأعمال الفنية في الملبس والمسكن والترفيه والتسلية والصناعة والدعاية والإعلان ووسائل الاتصالات بالناس، لم يتم بعمليات التغيير الاجتماعي بمفرده بل بمساعدة أو مصاحبة أنساق أخرى، فالسياسي أو الثقافي، بيد أنه خير شاهد على حدوث التغيير الاجتماعي وآثاره السلبية والإيجابية، فضلاً عن كونه أحد رموز التمدن والتحضر الراقي للمجتمعات الإنسانية وهنا أصبح الفن أسلوب راقٍ وجميل ومن هذا المدخل يمكن أن نقول أنه يمكن أن يؤثر في المتلقي ويغير بالإيجاب بطريقة راقية وجميلة.

- **الفن وبناء الشخصية الاجتماعية:** ولعل أهمية معرفة الجوانب الإدراكية والعقلية والنفسية للمجتمع لها دور في تلبية حاجات المجتمع من خلال الفن، فالتربية الفنية لها دور في بناء شخصية المواطن الذي يعيش وسط التحولات الاجتماعية المعاصرة ولذلك لا بد أن تتفاعل مع الأحداث وتأخذ بنصيب في دفع عجلة التطور إلى الأمام، وهنا يذكر (بسيوني، 1983م، ص117) بأن لو أننا وعينا بما يدور حولنا من أحداث ومشكلات اجتماعية ليسر لنا ذلك موضوعات تعبيرية جديدة ومتنوعة وهادفة وتربوية يمكن تنفيذها بمختلف أنواع الفن وتخصصات التربية الفنية وتعكس هذه الموضوعات قيماً ثقافية واجتماعية، فالفن هو عامل مهم قديماً وحديثاً لسد حاجات الإنسان في مختلف مجالاته ووسيلة لتأكيد القيم الاجتماعية السلمية فهو يرتبط بالخير والكمال، ويذكر (شوقي، 2007م، ص10-11) أن الفن نظام بنائي كما ذكرنا في الجانب العقلي والإدراكي وجانب تنفيسي وشعبي وتربوي، ولعل ذلك ينعكس على المهتمين والمتذوقين لزرع قيمة اجتماعية ممتدة وسمية ومن سيات التحضر، كما أن الفن مجال مفتوح وواسع في تلبية حاجات المجتمعات فهو يدعو إلى المشاركة في المشاعر ونقل الأحاسيس وأفكار غيره من المجتمعات للاستفادة منها كما أنه دراسة أو توثيق للتراث الحضاري وتذوقه لأي بلد من البلدان، وإدراك وتأمل للبيئة المحيطة ومحاولة إيجاد الحلول الإيجابية، من خلال التخطيط والتصميم تأكيد القيم الاجتماعية السلمية.

- **نتائج الجانب النظري للبحث:** كدخل للوصول لإطار التحليلي فما سبق نخترله في أهمية التعرف على أهمية التصميم الرقمي وفوائده وأهم البرامج التي يمكن استخدامها في التجربة العملية، ووجوب أن يكون المصمم مطلع على الجوانب الفنية للتصميم والعوامل التي تفعل الوظيفة النفسية والإدراكية للإعلان والعلم بخواص المجتمع السعودي وأهمية الفن بالنسبة له ودوره الفعال في تعديل الجوانب الإيجابية ونبذ السلبيات.

- الفصل الثالث: الجانب التحليلي:

تقوم منهجية الدراسة التحليلية على وصف وتحليل مجموعة من الإعلانات الإرشادية، وتعتمد لتحليل الناذج على الأسس التالية :
- أولاً: الهدف من التحليل: وتهدف الدراسة للوصول إلى النتائج التي تفيد التجربة العملية.

- ثانياً: المحاور الأساسية في تحليل العينة:

- وصف الإعلان، والأسس البنائية له، والصيغات الشكلية والعلاقات الإنشائية.
- الأسس التصميمية، وعناصر التصميم.

- ثالثاً: عينة البحث: وهنا قام الباحث بتقسيم العينة إلى جزأين:

- الجزء الأول: النظام البنائي للتصميم:

يبدأ كل عمل فني بفكرة يجمع المصمم أطرافها ويكونها في صورة ذهنية أولاً قبل ترجمتها من خلال حلول وتجارب بأدوات التصميم والصيغات التصميمية لوضع الهيكل التكويني أو النظام أو الإطار العام للتصميم، وترتب العملية التصميمية بالمراحل التالية:

المرحلة الأولى: التخطيط للنظام البنائي للتصميم: ويقوم المصمم هنا بوضع أو تخطيط الخطوط الأولى للعمل الفني لتحديد الهيئة العامة للشكل والأرضية، وهي أساس كل علاقات التركيب والإنشاء في التكوين أو التصميم، حيث أن الشكل غالباً ما يمثل العنصر الرئيسي المراد التعبير عنه في حين أن الأرضية تمثل المحيط الملائم الذي يتناسب مع الشكل ويؤكد.



التبادل بين الشكل والأرضية للفنانة خديجة زين شامي من جيزان السعودية.



يوضح تأثير الأرضية على تباين الشكل ومساحته، فالمساحة السوداء والموجودة داخل مساحة مربعة بيضاء، تبدو لناظر أنها أقل من مثلثها البيضاء الموجودة داخل مساحة سوداء.

المرحلة الثانية: العناصر التشكيلية البنائية للتصميم: هي مفردات اللغة للهيئة الكلية للتصميم أو للتشكيل التي يستخدمه المصمم. وسميت بذلك نسبة لإمكاناتها المبرزة لتشكيل أي هيئة، وقابليتها للاندماج والتألف والتوحد بعضها مع البعض الآخر لتكون هيئة كلية، ويعتبر إدراكها إدراكاً جيداً يساعد في عملية التخطيط ويجعل عمل المصمم سهلاً، كما يساعد في تقييم المصمم لتصميمه وتطويره، ويقوم الباحث هنا بتقسيم العناصر إلى:

العناصر الأساسية للتصميم: ومنها

1- النقطة Point: وهي ليس لها طول ولا عرض ولا عمق وتبرى بشكلها.

2- الخط Line: يعتبر الخط عنصراً أساسياً من عناصر التصميم ويميز بالمرونة في بناء العمل الفني، وللخط أشكال شتى، فمنه المستقيم الرأسى/الأفقى/ المائل، والمتعرج، والمنحني، والمصل.....الخ.

3- المساحة (Space): الهندسية والطبيعية والتجريدية.

4- الحجم أو الكتلة (Mass): وهي بمثابة حدود لحجم المادة أو الجسم أو الشكل، وقد تكون مصمتة أو مفرغة أو شفافة أو ذات ملامس... الخ.

5- الملمس The Texture: هو تعبير يدل على المظهر أو الصفة الخارجي المميز لأسطح المواد.

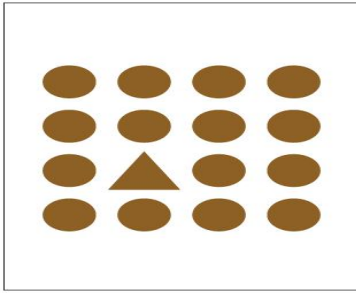
ب: عناصر التصميم المكتملة: ويمكن للمصمم الاستغناء عنها والاكتفاء بالعناصر الأساسية وهي من العناصر الأكثر استخداماً في بناء التصميم، وتلعب دوراً مهماً في تحقيق ما يريده المصمم بالتعاون مع العناصر الأساسية، كتحقيق السيادة مثلاً بإعطاء الأهمية تبايناً مع بقية العناصر من خلال الإضاءة للأشكال والعكس، وتحقيق التوازن للمساحات المعمة والمضينة وذلك بتوزيعها بصورة متسقة والتأثير الدرامي من خلال الألوان المعمة والمضينة ودلالاتها النفسية بإعطاء نوع من البرودة أو التوتر والاسترخاء أو العنف على الإدراك من خلال الإيهام البصرية والإحساس بالعمق الفراغي من خلال المساحات المعمة المتجاورة بالمضينة مما يحقق وجود علاقة بين أبعاد العمل الفني من خلال الشكل والأرضية.

6- العتم والمضيء (الظل والنور): 7- الفراغ: 8- واللون:

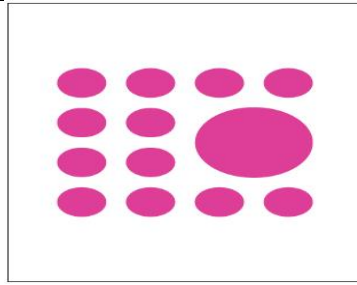
- الجزء الثاني: الأسس أو المبادئ الإنشائية أو البنائية للتصميم: وهي الأسلوب الفني الذي يتبعه المصمم لكي ينضم أدوات أو عناصر العمل ويبنى العلاقات بينها، كتنوع وتغير المساحات، واختلاف الملامس، التصغير والتكبير أو المبالغة، عملية الحذف والإضافة، تداخل وتشابك الأشكال، التحريف في المعالم الأصلية، الشفافية، التكرار والتدرج، علاقة التجاور والتماس، التباين، التبادل بين الشكل والأرضية، كما تؤدي هذه العلاقات المتبادلة إلى تحقق ما يسمى (بالقيم أو القيمة الجمالية) وهو الدور الجمالي الذي يبحث المصمم عنه دائماً في أعماله، وهي كالتالي:

1- السيادة: تتميز السيادة في العمل بالأهمية الكبرى سواء في أحد العناصر أو الأشكال وتحقق السيادة الوحدة إذا سادت على سبيل المثال تلك الخطوط ذات الألوان أو اتجاه أو صفة تميزها بالعمل أو مساحة بشكل يميزها أو ملمس أو حجم يكون في التصميم ينال الأولوية للوهلة نظر المشاهد إليه أما مركز السيادة في العمل فهو النواة التي يبني حولها العمل وتقوى السيادة في العمل من خلال الخطوط أو شكل عناصر التصميم أو التباين في الألوان أو قوة درجة اللون، أو حدة جزء من أطراف التصميم أو عزل جزء أو الحركة في العمل أو السكون المقابل أو توحيد اتجاه النظر أو التكبير والتصغير.

أما **نقطة التركيز:** أو نقطة الاهتمام (Focal Point / Emphasis) فهي المبدأ الذي يسعى المصمم لتوظيفها في التصميم، وتولد لديه الاهتمام بالرسالة التي يحملها التصميم الفني، ومن ثم تحفيزه على، النظر فيها لتفسيرها أو قراءتها.



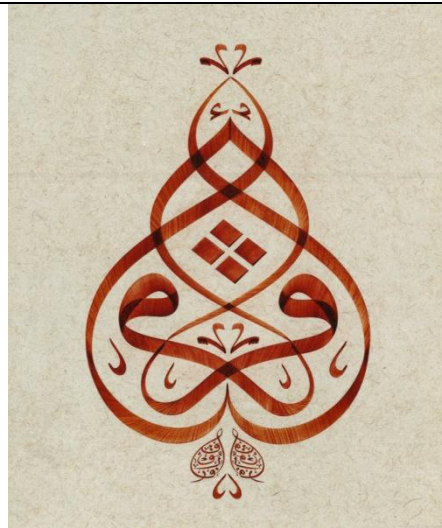
تتضح نقطة التركيز هي شكل المثلث الوحيد
والسيادة في اللون البني



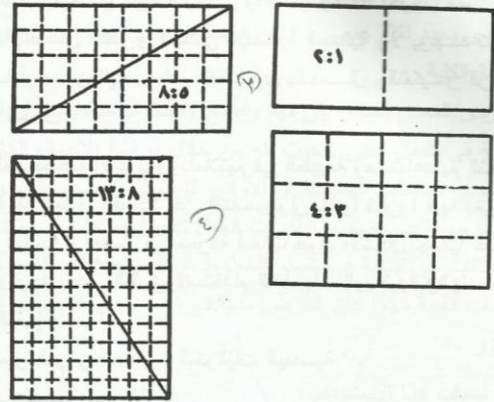
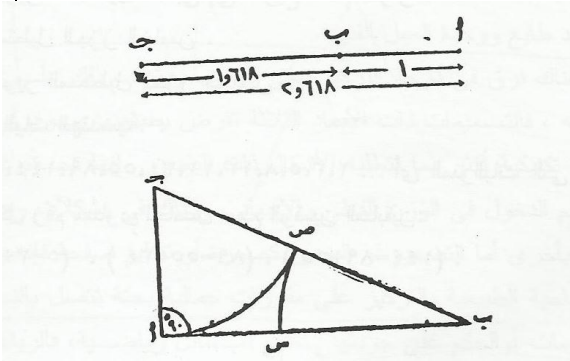
تتضح نقطة التركيز في حجم الدائرة الأكبر أما
السيادة فهي اللون الزهري

2- الاتزان أو التوازن : (Balance) : هو توزيع عناصر التصميم على المساحة البيضاء (مساحة العمل) على نحو ينقل فيه المصمم للمشاهد الإحساس بالاستقرار وتحقيق القبول النفسي عند رؤيته والاتزان من خلال توزيع الألوان أو الأحجام، ومن أنواعها، التوازن التماثلي (Symmetrical Balance): وهو التماثل التام للعناصر كما في الشكل الأيمن للمربع المصاحب، والاتزان الوهمي أو التوازن غير التماثلي (Asymmetrical Balance): ويعطي الإحساس بالحركة والحيوية على التصميم، ويؤكد أن عناصر التصميم قد وزعت بطريقة متزنة رغم اختلاف العناصر، ويعود ذلك إلى تمكن وقدره المصمم الإبداعية على توزيعه للعناصر على سطح العمل بطريق تعطي الإحساس بالعدالة والرضا للمشاهد كما في المربع الأيسر، والتوازن المحوري أو الإشعاعي التقريبي (Approximate Radial Balance) :

ويتضح المحور المركزي من خلال الجمع بين القوى التماثل بين العناصر.



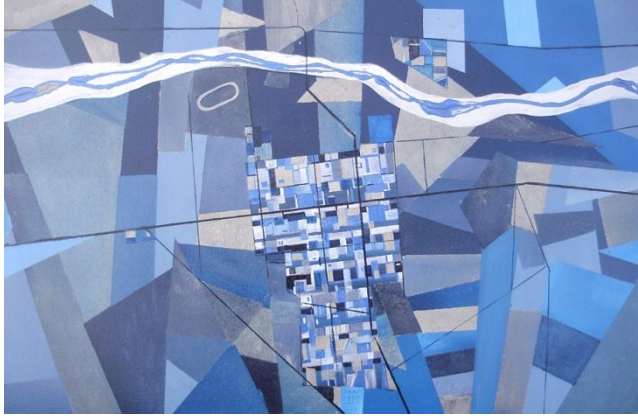
3- التناسب والتناغم (Harmony) : فاللتناغم يعني الانسجام بين العناصر، وهناك من الفنانين من يطبق التناسب الرياضي والهندسي في أعماله الفنية التصميمية عن دراسة ووعي وقصد، مثل المتواليات الهندسية كما في الشكل الأيمن المصاحب، ونسبة القطاع الذهبي كما في الشكل الأيسر.



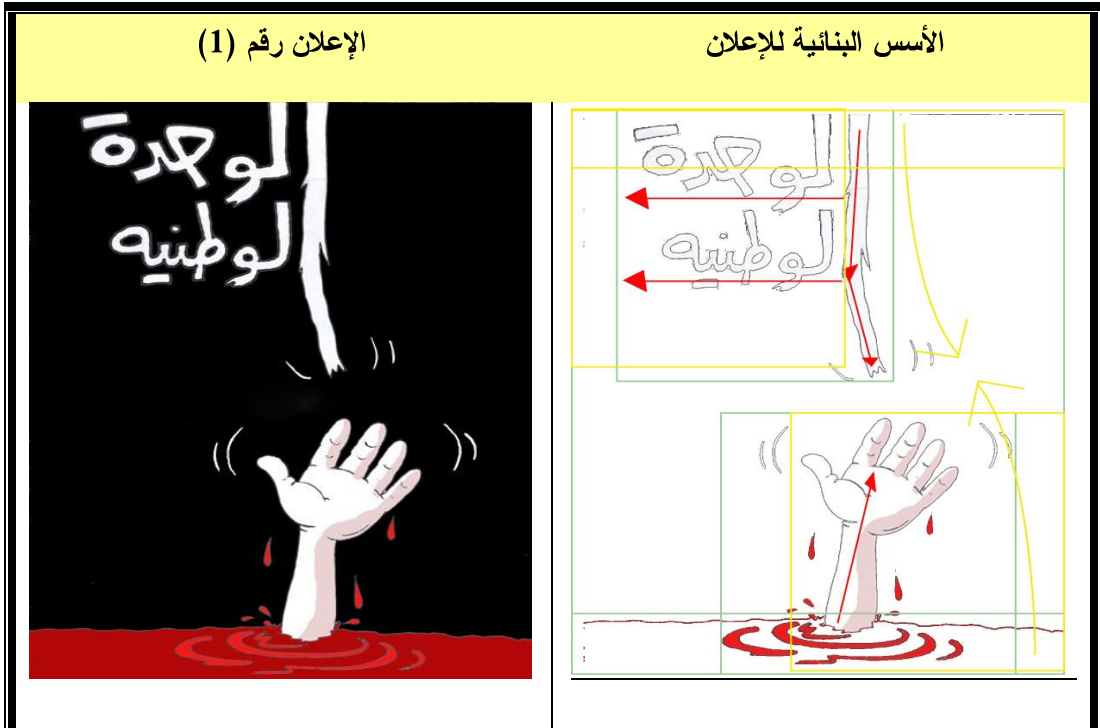
4- الإيقاع (Rhythm) : يحقق الإيقاع نوع من الحركة وجمع ذلك بين الوحدة والتغيير وهذان العاملين الرئيسيين مظهراً من مظاهر الطبيعة والحياة والتي تحكم النظام بين العلاقات والأشكال فالإيقاع هو قانون الحياة الذي ينظم حركتها ويجمع بين السكون أحياناً والتغيير والثبات والحركة أحياناً أخرى، ويضيف الفنان هذا المبدأ لإعطاء العمل الفني حيوية وديناميكية وتنوع فالإيقاع إما إيقاع رتيب: تتشابه فيه كل الوحدات أو الأشكال والمسافات والاتجاه بشكل منتظم كما في الشكل الأيمن المصاحب، أو إيقاع المتناقص أمترائد: فتتناقص فيه المساحات تدريجياً وثبات في المسافات والأحجام أو تدرج في المسافات وثبات في الأخرى كما في الشكل الأيسر، أو الإيقاع المتزايد فالعكس أو الإيقاع الحر يختلف فيه شكل الوحدة والمسافة والحجم ولا يخضع لما سبق ذكره.



5- الوحدة (Unity): فالتناغم بين عناصر التصميم يولد الوحدة، وهي الترابط بين علاقات وأجزاء والعناصر حتى يمكن أدراك العمل الواحد في نظام متسق متآلف مما يجعله متماسك ومتجانس بين العناصر، في اللون أو الإشراق النسبي للون أو الملمس أو النوع كما في الشكل التالي.



- **ثانياً:** مختارات لمصنفات إرشادية شبيهة لما سيقوم به الباحث في تجربة البحث:

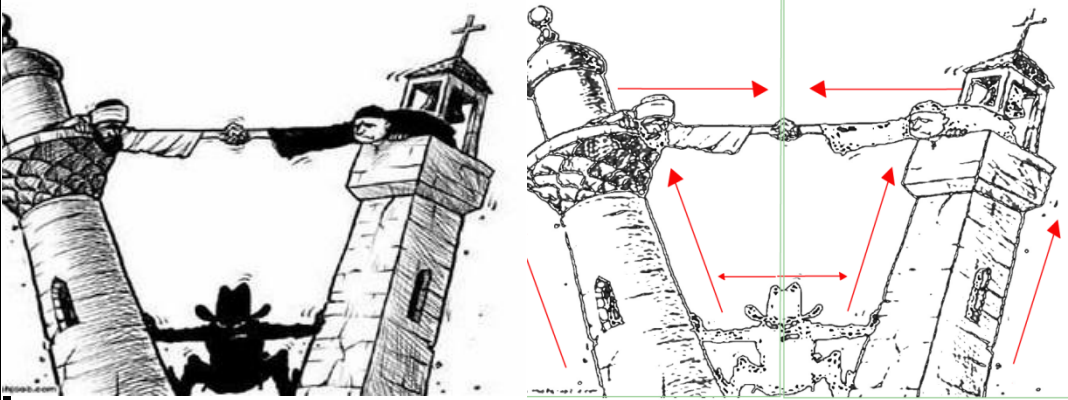


جدول رقم (1) لتحليل الإعلان رقم (1)

وصف الإعلان	ملصق ارشادي يهدف للوحدة ويلخص الفكرة بطريقة واضحة وجمله، ويقوم الإعلان على خطوط رئيسية تعبر عن الحبل الممتد واليد وخطوط أفقيه تعبر عن الكتابة وخط الأرض.
السياغات الشكلية العلاقات الإشائية	اتجه المصمم لأسلوب الحذف والإضافة والتبسيط في الرسم الكرتوني بهدف الوصول للفكرة فقط من الإعلان.
الأسس التصميمية	من خلال أسس التصميم يتضح من الملصق فقط عدم الاتزان لوجود خط أرض يقسم مساحة اللوحة إلى جزء صغير في أسفل الإعلان ومساحة سوداء في الأعلى، ومن خلال تخطيط الأسس البنائية للعمل يتضح أن المصمم لم يوفق في توزيع الأشكال بصوره تعطي الاتزان فلو حرك شكل اليد اليمين وجعل كف اليد تتحني يسارا لتحقق الاتزان مع وضع مساحه تقابل المساحة اللون الأحمر أعلى اللوحة مثل لون السماء على سبيل المثال.
عناصر التصميم	استخدم الفنان الخطوط والإشكال البسيطة والأسود والأبيض بالإضافة للون الأحمر.

الإعلان رقم (2)

الأسس البنائية للإعلان



جدول رقم (2) لتحليل الإعلان رقم (2)

وصف الإعلان	ملصق إرشادي يهدف للتكاتف وعدم التفرقة ونبذ كل ما يوصل للتفرقة رغم اختلاف الأديان، يقوم الإعلان على الخطوط الرئيسية المائلة المتمثلة في منارة المسجد والكنيسة والخطوط الأفقية في أيدي الأشخاص.
الصياغات الشكلية والعلاقات الإنشائية	استخدم المصمم الأسلوب الهزلي للتعبير عن فكرته، أما العلاقة الإنشائية للعمل فجاء بأسلوب التماثل للمنارات ولإشكال الأشخاص في العمل كما هو موضح في التخطيط البنائي للعمل أعلاه.
الأسس التصميمية	توضح اللوحة التباين في الأشكال وفي الأسود والأبيض.
عناصر التصميم	تعتمد المصمم استخدام الأسود والأبيض والمعتم والمضيء والخطوط والمساحات والكتل بشكل جميل.

- نتائج التحليل: ومن ما سبق خلص الباحث لمجموعة المداخل والأساليب المهمة التي يستند عليها في تجربة البحث وهي على النحو التالي:

- الاهتمام المتقن بالجانب البنائي لتصميم الإعلان من خلال الاهتمام بالشكل والأرضية وتوزيع العناصر بطريقة واعية تمكن من تحقيق القيم والفنية والجمالية للإعلان.

- الاستفادة من التجارب المرتبطة بتجربة البحث من الأعمال السابقة والاطلاع على جوانب الضعف والقوة فيها لتلافيها في التجربة العملية كما قام الباحث بتحليلها في عينة البحث.

- الفصل الرابع: (التجربة العملية): بعد أن تم تحليل العينة والخروج بنتائج التحليل نتطرق للآتي:

- هدف التجربة: يهدف البحث للوصول لمجموعة من الإعلانات الإرشادية مصاغة بطريقة تحقق الهدف الفني منها والإرشادي الإيجابي.

- عينة التجربة: مجموعة من الإعلانات الرقمية والملصقة الإرشادية المقدمة لشباب ومجمع السعودية.

- خطوات إجراء التجربة: يقوم المصمم بتقسيم المواضيع التي تهم مشكلة البحث مثل التحريض للفتنة والإرشاد للتكاتف وتوضيح العواقب، ثم تصميم كل إعلان لكل مشكلة، ثم محاولة تفعيل الجوانب الإرشادية الإيجابية والجوانب الفنية الجمالية للتصميم والتي خرج بها الباحث من الفصول السابقة.

- العوامل التي يجب ضبطها في التجربة العملية:

* البحث عن الصياغات التي تجذب الشباب وتحكي عن المشكلات بطريقة إرشادية مفيدة.

* وضع حلول تصميمية مختلفة والخروج بالأنسب لتمثيل الإعلان الموجه للمجتمع السعودي.

- مدخل للتجربة: يذكر فرض البحث أن تصميم الإعلان الرقمي الحمل بالجوانب الفنية والتربوية يزرع روح الوحدة الوطنية في مواجهة أفكار الفتنة، وإخبار صحة هذا الفرض يقوم الباحث بالتجربة التالية:

عمل رقم (1)



* استخدم الباحث الأرضية الصفراء وقام بتوزيع عناصر الإعلان بطريقة تحقق النسبة والتناسب من خلال توسط الشكل ووضوح العنوان، كما أن الخطوط الخفيفة في أعلى الإعلان يحقق الاتزان.

* وتعتبر الجمجمة التي تأتي على شكل علامة استفهام عن أسلوب الاستغراب بأن المجتمع يدرك أن الفتنة تحدث التفرقة ولكن لازل هناك أفراد يقومون بأعمال توصل للفتنة.

عمل رقم (2)



* يعبر الإعلان عن استنكار واضح للأعمال الإرهابية والفتنة ونبذها واستشهد المصمم بأية قرآنيه لإثبات شناعة وخطر هذا العمل.

* حاول الباحث تحقيق التناسب من خلال عناصر التصميم من خلال الدائرة السوداء كقطة تركيز والتي يتضح من خلالها معاناة أي مجتمع من أعمال الإرهاب والتدمير وفتنت النسيج الوطني وتخريب الوطن.

عمل رقم (3)



* تعبر الفكرة عن بث روح الانتماء وحب الوطن وفي هذا العمل جمع المصمم جميع الألوان التي يجتمع كثير من المجتمع في السعودية على عدم تفضيلها فألون الأخضر الحار الغامق والبرتقالي الفاقع والوردي الباهت والأزرق القائم من الألوان التي يبتعد عنها السعودي في اختياره للون سيارته أو لون ملبسه أو حتى أثاث منزله، لذلك قام المصمم بجمعها في لوحة واحدة كتعبير يريد به توضيح الاختلاف في طبقات المجتمع والعنصرية والمشكلات المختلفة وكيف تجتمع وتتوحد تلك الاختلافات التي هي في الأصل مشكلات المجتمع في حب الوطن ويظهر ذلك جلياً في اليوم الوطني.

* ثم توزيع العناصر بطريقة تعطي اتران للعين وإظهار النقطة المحورية للعلم السعودي لإعطاء الهوية السعودية للإعلان.

عمل رقم (4)



* فكرة الإعلان تحذيرية لعدم الانصياع لإلحاح من يُوَجِّع المشاكل للوصول للفتنة.

* ويظهر شكل المحرض بصورة جمجمة بشعة والمتلقي شخص يسلط على رأسه سلاح كتعبير عن أن الاستمرار في سماع التحريض هو قتل للنفس وشرارة للفتنة كما عبر العنوان.

* جرد المصمم الأشكال من التفاصيل لإعطاء الأولوية للفكرة المراد توصيلها للجمهور، كما جاءت الألوان القوية الصريحة لتعبر عن أهمية الموقف ولتدعيم فكرة الإعلان.

عمل رقم (5)



*تعتبر الفكرة عن أهمية الوحدة الوطنية، كما دعم المصمم فكرة العمل بآيات من القرآن الكريم لتجذب وتذكر المجتمع السعودي المتدين.

*وجاءت اليد البيضاء هي المنقذ وتعبّر عن أن التكاتف هو الحل ويظهر العلم بصورة خلفية لإعطاء الهوية السعودية على التصميم.

الفصل السادس: النتائج والتوصيات:

أولاً: نتائج البحث:

- الخروج بمجموعة من الإعلانات التي توجه للشباب السعودي لتحقيق التكاتف والوحدة ونبذ الفتنة والإرهاب وعدم الانصياع للمحرضين.
- التجديد والتنوع في طريقة الإعلان الموجه للشباب السعودي تحل محل المقاطع المصورة والمقروءة، وهناك الإعلانات التي يمكن استخدامها في جميع وسائل الاتصال الحديثة وحتى المصقات المعلقة.
- التحقق من أهمية الاستمرار في تفعيل دور التربية الفنية كمجال مهم وتربوي وإرشادي يحقق نتائج تفيد في تحقيق الوحدة الوطنية.

ثانياً: توصيات البحث:

- يوصي الباحث بكتابة إنتاج الإعلانات الإرشادية الموجهة للشباب السعودي لنبذ الجوانب السيئة ودعم الجوانب الإيجابية.
- يوصي الباحث بالاهتمام بتصميم الإعلانات والمقاطع والأفلام السينمائية التي تهدف لتحقيق أهداف الوحدة الوطنية ونبذ التفرقة والفتنة.

المراجع :

- المراجع العربية:

- إبراهيم عبد الله المسلمي: الإعلام والمجتمع، العربي للنشر والتوزيع، 2002م.
- أبو الفتح علي أبو شادي : تقنين الإعلانات الإرشادية لتصميم الملصق الإرشادي المصري، رسالة دكتوراه، غير منشوره، قسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 1991م.
- أحمد هلال طلبة هلال: أساليب استخدام المؤثرات الخاصة في الصورة الفوتوغرافية الإعلانية، رسالة ماجستير، قسم التصوير الضوئي والطباعة، غير منشوره، بكلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 1996م.
- أشرف أحمد أحمد عبد المغيث: دور الإعلان في تكوين الصورة الذهنية للعالم الثالث لدي الشباب المصري، رسالة ماجستير، غير منشوره، بكلية الإعلان، جامعة القاهرة، 1993م.
- أليشي مكايوي: اتصال التصميم، القاهرة، 1988م.
- إيناس عبد الرؤوف سيد: المؤثرات الحركية والضوئية للتصميم الرقمي كمدخل لتصميم لوحة زخرفية معاصرة، رسالة ماجستير، غير منشوره بكلية التربية الفنية، جامعة حلوان، 2012م.
- إيهاب بسارك الصيفي: الأسس الجمالية والبنائية لتصميم فاعليات العناصر الشكلية، انكاتب المصري للطباعة والنشر، 1998م.
- حسيني على محمد، خالد طه سرور: الكمبيوتر والتصميم، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، 2003م.
- حسن محمد عبد الرحمن: الإعلام والاتصال، مكتبة كلية الإعلام، جامعة القاهرة، بدون تاريخ.
- خليل صابات: الإعلان تاريخه أسسه وقواعده وفنونه وأخلاقياته، مكتبة الانجلو المصرية، ط1، 1969م.
- خليل صابات: الإعلان، تاريخه أسسه وقواعده وفنونه وأخلاقياته، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1987م.
- رشا محمود السيد محمود: الصور والرسوم في الإعلان المطبوع بين الواقعية والتعبيرية، رسالة ماجستير، غير منشوره، قسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 2002م.
- رشا محمود السيد محمود : تحقيق التوافق بين المحلية والعالمية من خلال الفكرة الإعلانية، رسالة دكتوراه، غير منشوره، بكلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 2007م.
- سمير محمد حسين : مداخل الإعلان، عالم الكتب، القاهرة، 1973م.
- شادي السيد النشوقاتي: توظيف فنون الميديا في تدعيم الفكر الإبداعي للفنان للتعبير عن الهوية الثقافية للمجتمع المصري المعاصر، رسالة دكتوراه، غير منشوره، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، 2007م.
- صفوت العالم : عملية الاتصال والإعلان، مكتبة النهضة المصرية، 1998م.
- طلعت الزهيري : الإعلان بين العلم والتطبيق، دار المعارف، مصر، 1975م.

- طلعت منصور: سيكولوجية الاتصال، مجلة عالم الفكر، المجلد الحادي عشر، العدد الثاني، 1980م.
- على نجوة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، 2003م.
- فردوس محمود عبدالله عبد المنعم: تأثير دراسات العوامل الاقتصادية علي الصياغة الإبداعية لتصميم الإعلان التجاري، رسالة ماجستير، غير منشوره، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 2007م.
- فاروق وهبة: حوارات في لغة الفن التشكيلي - آفاق في الفن التشكيلي، الهيئة العامة لتصور الثقافة، ط1، 2007م.
- ليلي جمال عبد العزيز حسين بدران: توظيف الوسائط المتعددة في تناول المتغيرات الشكلية للعصر الطبيعي كمصدر للتصميمات الزخرفية، رسالة ماجستير، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، 2010م.
- مايسه محمود عبد المحسن: العلاقة بين فاعلية الرسالة الإعلانية والخصائص الفردية للمتلقي، رسالة ماجستير، غير منشوره، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 2005م.
- محمود علم الدين: الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1981م.
- محمود محمد الشرييني: دور وسائل الإعلام في التوعية بالتخطيط القومي ومتطلباته مع دراسة ميدانية عن اتجاهات الجماهير نحو خطط التنمية القومية في مصر، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1987م.
- محمود علم الدين: الصورة الصحفية - دراسة فنية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993م.
- محمد عبد الحميد: الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، عالم الكتب، القاهرة، 1993م.
- محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، ط1، 1998م.
- محمد طه سرور: الوحدات الزخرفية ذات الدلالة في الحضارة المصرية القديمة كمصدر لإثراء الشعار المعاصر - دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه، غير منشوره، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، 2000م.
- معن خليل العمر: "علم اجتماع الفن"، مكتبة الشروق، عمان، الأردن، 2000م
- مليكه عريان: طرق الإعلان والنشر، مكتبة الانجلو المصرية، ط4، بدون تاريخ.
- مي محمود رضوان: توظيف العناصر التراثية في تصميم إعلان الطريق السياحي بهدف تنشيط السياحة التاريخية في مصر، رسالة ماجستير، قسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 2009م.
- هناء عبد الحليم سعيد: الإعلان، الطبعة الثانية، الشركة العربية للنشر والتوزيع، 1995م.
- هاله أبو الفتوح على أبو شادي: فاعلية الصور الرقمية في تصميم الملصق الإرشادي الموجه للشباب بمصر، رسالة ماجستير، غير منشوره، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، 2012م.

- المراجع الاجنبية:

1. D.Harless James:(Mass Communication ,An Introductory Survey),USA,Wm.C.Brown Publishers, 1985.
2. Allyan Salomon :(Advertising Photography), first published in Great Briton, by Thames & Hudson , 1987.
3. Lenski, Gerhard: "Human Sociology" – Mc Graw – Hill INC – New York – 1991
4. Fredt-Hofestetr- multimedia Literacy MC Graw-Hill-New Yourk 1995.
5. Vaughan, Tay: Multimedia Making it work, 3rd ed, Osbrne Mc Graw Hill,California, 1996.
6. Michael Freeman: Digital Photography Expert: The Definitive Guide for Serious Digital Photography. Brighton, United Kingdom: the IIEX press Ltd.P.2004.
7. Mohamed Nour Eman:(Adobe Photoshop) ,ELahram Management & Computer center, Egypt.