

البناء الفني للإعلان المطبوع وفق النظرية الاجتماعية للفن

د. مروان توفيق عبد
الجامعة التقنية الوسطى / كلية الفنون التطبيقية
Marwanabed78@gmail.com

هبة الله جمال هاشم
الجامعة التقنية الوسطى / كلية الفنون التطبيقية
Hibaj742@gmail.com

المخلص :

نسعى من خلال البحث الموسوم بالبناء الفني للإعلان المطبوع وفق النظرية الاجتماعية للفن الى اكتشاف أهمية البناء الفني في الإعلان المطبوع فألبناء يشمل كل العناصر والعلاقات والاسس التصميمية وتعد النظرية الاجتماعية للفن كأى حرفة صناعية أخرى وعلى هذا لم يتميز الفنان او المصمم عن بقية الناس وان ما يقوم به لا يعدو ان يكون اتقان حرفي يلبي حاجة اجتماعية اضحت دور المجتمع في دفع العملية الإبداعية والمؤثرات الحضارية وقيمة الجمالية وانعكاساتها على الإعلان المطبوع فهي له تأثير تعليمي كبير على الافراد وايضاً تقديم عادات جديدة للمجتمع وبيان دورها في نشر وتعميم الإعلانات فيجب على المصمم الالتزام بالبناء الفني على وفق النظرية الاجتماعية للفن عند تصميم الإعلانات .

الكلمات الافتتاحية : البناء الفني - الإعلان المطبوع - النظرية الاجتماعية .

Abstract:

We seek through the research tagged with the technical construction of the printed advertising for a construction includes all the elements and relationships and design basis, and the social theory consider art like other industrial craft and on this basis the artist or designer will not be distinguished from the rest of the people And what he does is nothing more than a mastery of craftsmanship satisfies a social need that has become the role of society in advancing the creative process and civilizational indicators and aesthetic value and it is reflections for printed advertising, it has a great blinding effect on individuals and also introduces new habits to community in publishing and circulating advertisements

So the designer must commit to construction and theory when designing ads.

Opening words: technical construction-the prined advertising -social theory

الفصل الأول

- مشكلة البحث.
- اهداف البحث.
- أهمية البحث.
- حدود البحث.
- تحديد مصطلحات.

مشكلة البحث: يعتبر الاعلان المطبوع اقدم انواع الاعلانات واكثرها انتشارا وتأثيرا حيث يمثل الاعلان حلقة اتصال بين المرسل والجمهور ولان الاعلان المطبوع يفتقر إلى الحركة والصوت لاثارة المتلقي فالكلمات والصور وحدها التي تمكن الاعلان المطبوع من جذب ولفت انتباه الجمهور حيث يعتمد الاعلان المطبوع على تضافر الجهود بين المكونات البصرية واللفظية وفق البناء الفني والتصاميم الاعلانية قائمة على مفاهيم فكرية وأساليب فنية ذات قيم بنائية متنوعة المفاهيم والاهداف والغايات وتسير ضمن مسار اتصالي حاملة للرسالة الاعلانية الاقناعية غايتها جذب الانتباه المتلقي واثارة اهتمامه ومحاولة تحقيق اكبر قدر من السلوك الإيجابي لصالح هدف الإعلان من خلال تسخير مكونات البناء الفني والاستخدام الأنسب للوسيلة الاعلانية وهذا كله يزيد الطلب على السلعة المعلن عنها وذلك لان غاية التصميم المبتكر هي الاقناع والجذب ويعتمد الشكل المبتكر في التصميم الإعلاني على الخيال الابتكار والخيال لكي يكون فاعلاً في تحقيق الهدف الأساس تكمن مشكلة البحث التالي عن ماهية البناء الفني للإعلان المطبوع على وفق النظرية الاجتماعية للفن؟

٢- أهمية البحث :

١- يفيد الدارسين في مجال الاتجاهات المستقبلية بالنسبة للمؤسسات الاجتماعية من خلال متخذي القرار في تلك المؤسسة.

٢- يساعد المصممين للإعلانات المطبوعة بمختلف أشكالها التي تتناول القضايا الاجتماعية.

٣- يفيد العاملين في مجال الرعاية الاجتماعية والإنسانية تساعدهم في إيصال أهدافهم الارشادية .

٣- هدف البحث

التعرف على البناء الفني للإعلان المطبوع وفق النظرية الاجتماعية للفن.

٤- حدود البحث :

١- الحدود الزمانية : يتحدد البحث زمانياً بدراسة الإعلانات المطبوعة لتصاميم إعلانات وزارة العمل والشؤون الاجتماعية للعام ٢٠٢٠ - ٢٠٢١.

٢- الحدود المكانية : يتحدد البحث مكانياً بدراسة إعلانات وزارة العمل والشؤون الاجتماعية في مدينة بغداد .

١- الحدود الموضوعية : يتحدد البحث بدراسة البناء الفني للإعلان المطبوع وفق النظرية الاجتماعية للفن وما ينتج عنها من خصائص وعلاقات تصميمية، حيث تم اختيار البناء الفني و النظرية الاجتماعية للفن لكونهما العنصران المحددان الأكبر أهمية ضمن المحددات الفنية للإعلان المطبوع.

٥- تحديد المصطلحات :

١- البناء الفني لغة واصطلاحاً : في اللغة تحدد المعجمات العربية معنى البناء على انه نقيض الهدم، والبنية ب كسر الباء وضماها ما بنيته، واستعملت هذه المفردة للدلالة على انشاء القصور والسفن. والبُنى بالضم مقصور، مثل البُنى ، يقال بُنية وبنى، وبنيته ومفردة بنى بكسر الباء مقصورة، مثل جزية وجزى، وفلان صحيح البنية أي الفطرة (النبي ، ١٩٩٠ ، ٢)

وفي اللغات الاوربية يعود اصل كلمة بنية بحسب ما يذكر الدكتور صلاح فضل الى اللغة اللاتينية (stuerere) الذي يعني البناء او الطريقة التي يقام بها مبنى ما، ثم امتد مفهوم الكلمة ليشمل وضع الاجزاء في مبنى ما من وجهة النظر الفنية المعمارية وبما يؤدي اليه من جمال تشكيلي (مذكور، ١٩٨٣، ٣٤) .

٢- المطبوع في اللغة طَبَعَ ، طَبَعَ على يَطْبَعُ، طَبَعًا وطِبَاعَةً، فهو طَابِعٌ، والمفعول مَطْبُوع (صليبا، ١٩٨٢، ٦٥) .

٣- النظرية : جموع الأفكار والآراء المطروحة المتعلقة بموضوع مُعَيَّن اما النظرية الاجتماعية تشير إلى استعمال مجرد في أغلب الأحيان لهياكل مركبة نظرية لتوضيح وتحليل أنماط الحياة الاجتماعية .

في حين تعدّ النظرية الاجتماعية في أغلب الأحيان فرع من فروع علم الاجتماع، مع ذلك تعدّ النظرية الاجتماعية ذات علاقة بالكثير من الاختصاصات العلمية مثل اقتصاد، علم اللاهوت، تاريخ، والكثير من المجالات الأخرى.

الفصل الثاني

(الإطار النظري)

أولاً: - المبحث الأول: - (البناء الفني)

- مفهوم البناء الفني:

هو الوسيلة التي تساعد الفنان في تصميم، وإنشاء عمله الفني يعتمدُ البناء الفني على استخدام مجموعةٍ من الأدوات التي ترتبطُ بطبيعة العمل الفني، ومن هذه الأدوات ريشةُ الرسم والألوان الخاصة باللوحات الفنية أو مجموعة من الأشغال اليدوية البسيطة، وغيرها الكثير من أدوات الأعمال الفنية الأخرى البناء الفني يعتمد على العناصر البنائية للتكوين او نتاج الأسس ويخضع العمل الفني لعمليات تطور كثيرة مختلفة وفي نهاية يصل الى نتيجته هذا التغيير يمكن التعبير عنه بانه عملية التفاعل بين الفكر والسلوك وهناك اسباب كثيرة تحدث في العملية

الفنية تؤدي الى هذا التغيير هذا الأسباب تتعلق بتغيرات داخل العمل الفني بعض هذه الأسباب يتعلق بالعلاقات داخل العمل حيث ان أي عمل سليم تحكمه أوامر تمر بصياغة تعمل فيها العمل الفني مع بعضها البعض (عبدالله، ٢٠٠٨، ٧٨)

"الجانب الفني البنائي هو الجانب العملي مجسدا للفكرة التصميمية" (النعيمي، ٢٠١١، ٦٧)

وعناصر البناء الفني هي عناصر متلاحمة بصورة قوية وتتبادل التأثير والتأثير، وكل ضعف في أحدها ينعكس على العناصر الأخرى، مسألة تتوقف عن نظرية البناء الفني تستند مفاهيمها للنظرية الوظيفية البنائية التي تنظر للعمل على أنه بناء كلي، يتكوّن من مجموعة من الأجزاء المترابطة، وكل جزء له وظيفة يؤديها للمحافظة على استمرارية العمل، وجميع هذه الأجزاء تتعاون فيما بينها لتلبية الاحتياجات الأساسية، ومن خلال ذلك يميل العمل إلى التوازن والاستقرار يحيل البناء على تشكل العمل الفني وانصهاره في وحده كليه مكونة لنسيجة وهي وحدة دالة تجمع بين القول ومقول القول في ضرب من الاندماج الكلي بين الشكل والمضمون والمعنى والتركيب والدلالة فتنتهي على ان البناء ليس مجرد وعاء تصب فيه الدلالة بقدر ما هو نظام داخلي في حوارية دائمة مع العالم الخارجي يعبر عن دلالاته وترابطاته ومنطقه كما انه ليس مجرد صياغة بل هو مستقر جملة من البنيات الزمانية والمكانية المتمازجة (حسين، ٢٠١٨، ٢٥).

ومصطلح (البناء الفني) يمر بأطوار مختلفة ، ففي عصر الاغريق نظر الفلاسفة الى البناء على انه الوحدة العضوية التي تتأزر فيها اجزاء العمل الفني لجعله متماسكا .

جميع الاعمال الفنية تبدأ بفكرة ثم تتحول الى اعمال فنية مقروءة والرسالة في التصميم تعتمد على أسس يمكن ايجازها بالاتي :

١-الفكرة وكيفية صياغتها وفق الرسالة والهدف المنشود

٢-الجانب البنائي الذي هو تجسيد للفكرة ويجب على المصمم ان يراعي تلك العوامل لانه تعتبر مراكز تظهر قوة العمل الفني

فالتصميم يؤثر بشكل كبير بالعين وطريقة استلامها للمدركات الحسية (البصرية) ويجب على المصمم ان يراعي تلك السياق والادراك الحسي وكيفية تأثيره في المتلقي وليس في التصميم فحسب بل الحالة التي نرغب ان ندعها في المتلقي وعليه فان الجانب البنائي لمادي بالتصميم يحدد ب:

١-العناصر البنائية

٢-الأسس الانشائية أسس وعلاقات التصميم (شوقي، ٢٠٠١، ٤٣)

٣-النظام البنائي هيكل التصميم فاللغة البصرية هي أساس انشاء التصميم وتساعد تلك اللغة على فهم النص المكتوب المصاحب لهذه اللغة وتتمى قدرات الفرد على الادراك والتفكير وادراك العلاقات المضمنة لها .

٤-الأسلوب : هو وسيلة للوصول الى التركيب والتأليف بين العناصر داخل العمل فالنمط يمتلك الشكل وقد يتعارض مع اشكال أخرى وبالتأكيد يختلف الأسلوب من فنان الى اخر على الرغم من ان بعض الفنانين ينتمون الى نفس المدرسة الفنية

٥-التكوين : تنظم الاشكال في فضاء العمل الفني على وفق نوعين من التكوينات وهي التكوين المفتوح حيث يبدو فيه وحدة الشكل او الكتلة الممتدة وراء الفضاء او الاطار المحدد للعمل الفني

٦-اللمسة الفنية : وهي الشي الذي يسمح لليد بتوصيل حياة الفكر الى الموضوع وهي التي تعطي المزاج ووضوح الفكرة والقوة.

خصائص بناء العمل الفني

أن يحتوي على كافة المكونات، والعناصر الخاصة بالأعمال الفنية. أن يجذب الناس لمشاهدته، ومتابعته من أجل التعرف على تصميمه بشكل أوضح . أن يجمع كافة التفاصيل المرتبطة بالخصائص الأصلية لفرع العمل الفني، مثل: التفاصيل الخاصة بالرسم لأعمال اللوحات الفنية، والتفاصيل الخاصة بالنص الأدبي للأعمال المؤلفة. أن يؤدي الغرض

المطلوب من ضمه من مجاله الفني

المبحث الثالث الثاني: -
(الإعلان)

الإعلان جزء من نشاط متعدد العناصر وهو النشاط الترويجي ومن المعروف أن الإعلان يتفوق في حالات كثيرة لأن له مزايا عن عناصر مزيج الترويجي الأخرى وعلى الأخص إذا تعلق الأمر بالمنظمات الصناعية وذلك لأن الطبيعة الخاصة للإعلان تحقق هذا التفوق والإعلان ع (عابد، ٢٠١٩، ٤٣) لى عكس البيع الشخصي حيث أنه يمكن تحقيق اتصال على نطاق واسع جداً في وقت محدود للغاية. يحتل الإعلان مكانة متميزة ضمن المزيج الترويجي، بل أن أهميته تصل في بعض الحالات إلى أنه يراه البعض بكونه الكلمة المرادفة للترويج، نظراً للعمق التاريخي لهذا النشاط قياساً بالأنشطة الترويجية الأخرى ضمن. وهو " التعريف السليم والأمين للسلع والخدمات والفرص المتاحة " (شاهين ، ٢٠١٥، ٥٦)

والإعلان فن يتطور تطوراً ذاتياً بالتطور التقني الذي نصل إليه، فمع التطور الكبير الذي أحدثته الحواسيب في عالمنا اليوم، انعكس ذلك بدوره على عالم الدعاية والإعلان فأصبح تصميم الإعلانات وإخراجها به من التطور والجاذبية الشيء الكثير وليست صناعة الاعلانات من الفنون المستحدثة وإنما هي قديمة قدم التاريخ، فقد بدأ الإعلان على أشكال تطورت بمرور القرون حتى أصبح فن الإعلان كما نعرفه الآن والاعلان بمعناه الجزئي "إيصال الوسائل والمعلومات لأفراد المجتمع من خلال وسائل الاتصال".

الإعلان المطبوع:

يعتبر الإعلان المطبوع من أقدم أنواع الإعلانات ومثال على ذلك إعلانات الصحف والمجلات والدوريات والمنشورات والملصقات ، كل ما يمنحه المتلقي للإعلان المطبوع ثابتهين او ثلاث ثواني فيجب ان تكون بنية الإعلان جذابة ومؤثرة لتلقي انتباه المستهلك ويعتمد التواصل

بين المستهلك والمتلقي على التضايف بين المكونات البصرية واللفظية والإعلانات المطبوعة هي أكثر مكان يتضح فيه هذا الأمر . سواء أكان الإعلان في مجلة أو في صحيفة أم كان ملصقاً خارجياً أو لوحة إعلانية خارجية، فلن يحتوي على حركة أو صوت لإبهار المشاهد؛ فالكلمات والصور وحدها هي ما تنتقل الفكرة في الإعلانات المطبوعة. اختيار أنسب أنواع خيارات الإعلانات المطبوعة لغرض الحملة الإعلانية واستهداف العملاء المحتملين اختيار المساحات الإعلانية المميزة المناسبة للوصول إلى الجمهور المستهدف التفاوض مع الجهات الإعلانية المختارة لإطلاق حملات إعلانية متكاملة مناسبة في حدود الميزانية المتاحة تطوير محتوى تفاعلي وتصميمات الإعلانات المطبوعة ابداعية بهدف تحقيق أفضل نسبة تفاعل مع الحملات الإعلانية تولي مهمة طباعة المواد الإعلانية وعرض الحملة الإعلانية حسب جدول العرض (الزعبــــــــــــــــــــــى، ٢٠١٩،

(۲۳۵)

البناء الفني للإعلان المطبوع : والعناصر المعتادة في الإعلان المطبوع هي :

١-العنوان: الرسالة اللفظية الرئيسية

٢- الصورة: الرسالة البصرية الرئيسة

٣- متن الإعلان: نص الإعلان (يدعم الرسالة الرئيسية)

٤-صورة المنتج: صورة أو رسم للمنتج أو للغلاف

٥-الشعار: زعم في صورة عبارة رنانة تجسّد استراتيجية حملة العلامة التجارية

٦-الخاتمة: تضم رمز وصورة المنتج والشعار وعنوان الموقع الإلكتروني

معززات البناء الفني للإعلان

عملية الطباعة: الطباعة هي طبع الكلمات والصور التصميمات فوق الورق أو النسيج أو المعادن أو أي مواد أخرى ملائمة للطبع فوقها. وهذا يطلق عليه فن جرافيك (فنون تخطيطية أو تصويرية كالتصوير والرسم والكتابة). وتتم بنسخ صور من الأصل بطريقة ميكانيكية.

وتاريخ الطباعة هو أكثر الوثائق وأعرقها. ويتم من خلال الطبع من سطح بارز. فكان يجري قديما الختم بالحجر وهذا يعدّ أقدم طرق الطباعة التي عرفت لدى البابليين وغيرهم وكان يستعمل للاستغناء عن التوقيع علي المستندات والوثائق والمعاهدات أو كرمز ديني (لاندا، ٢٠١٩، ٥٦). وكانت الوسيلة أختام أو طباعة ليصبم بها فوق الطين أو من الحجر بخدش أو نقش سطحه. وكان حجرة دائرية تغمس في الصبغة السائلة أو الطين وكلن يطبع فوق سطح ناعم ومستو لطبع ما كتب عليه كصورة متطابقة عكسيا ومقابلة. تؤثر عملية على الإعلانات بشكل كبير نواع الطباعة (فلحي، ٢٠١٤، ٥٤) كل نوع من الأنواع يؤثر في عملية طباعة الإعلان وكيفية إخراجها بالشكل النهائي المتكامل وكذلك يؤثر الحبر والورق ونوعهما على عملية الطباعة.

يجب على المصمم جذب الانتباه والمشاهدة عند التصميم: أن الاعلان الذي يجذب اهتمام العين ذلك يتحقق إذا قام المصمم بإيجاد عاملي القوة في الاعلان وهما (أن يكون الاعلان ملفت للانتباه ، وأن يكون الاعلان جذاب أو ساحر) بذلك يكون المصمم قد ضمن نجاح كبير في حملته الاعلانية حتى ولو كان يستخدم مواد مملّة وعادية في الاعلانات المطبوعة (التميمي، ٢٠١٩، ٣٤)

يجب أن يقوم المصمم بتقديم عرض قيّم: هو القيام بالتحضير والاستعداد لحملة اعلانية في مجال الإعلانات المطبوعة وتهيئة موادها هناك مجموعة أماكن مختلفة تعطي معلومات قيّمة (اعطاء معلومات للمساعدة - نصائح - توصيات وهدايا) وذلك من أجل الحصول على انتباه الجمهور المستهدف يجب أن تصل إليهم من خلال تقديمك عرض ذو قيمة كبيرة لا يستطيعون رفضه.

طريقة العرض: مثل العرض العادي الإعداد التلقائي لكل الحملات ويهدف إلى توزيع ميزانيتك بالتساوي على مدار اليوم بالكامل. وبالنسبة إلى العرض المسرّع فهو ينفق ميزانيتك بسرعة أكبر (العبـر، ١٩٩٨، ٦٦) إذا كانت حملتك

مقيّدة بميزانية محددة، فقد تستهلك حملتك متوسط ميزانيتها اليومية في بداية اليوم، مما يتسبب

في وقف عرض إعلاناتك. لهذا السبب، لا يُنصح بالعرض المسرّع لمعظم المعلنين. توضّح هذه المقالة كيفية تحديد طرق عرض الإعلانات لحملاتك عند عرض إعلان على التلفزيون فان السلعة سوف تظهر بشكل منفرد على المشاهدين بخلاف المنافسة الاعلانية التي تظهر في إعلانات الصحف والمجلات .

مكان العرض: هناك أماكن عديدة لعرض الإعلان (الحميد ، ٢٠١٨ ، ٢٥)

أ- الإعلان الالكتروني : الإعلان عبر الانترنت يعطي المنظمات الالكترونية فرصة لتحسين وتطوير المنتجات بنحو مستمر ويمكنها عرض المنتجات باستخدام تقنيات برامج الأبعاد الثلاثة وأيضاً إجراء الدراسات المفصلة حول جدوى الإعلان

ب- الإعلان في الصحف والمجلات: تنوع الاعلانات التي تنشر في الصحف وتختلف في أشكالها وأنواعها وجودها وكثافته او غيابها من صحيفه الي اخري تبعاً لسياستها الإعلانية وحجم توزيعها وعدد صحافتها وجمهور قرائها وبالتالي عدد المعلنين الذين يقبلون علي نشر إعلاناتهم بصحيفة معينة أو يذهبون للنشر في صحيفة أخرى وأيضاً تبعاً للظروف الاقتصادية السائدة في بلد إصدار الصحيفة وقناعة أصحاب الفعاليات الاقتصادية بجدوي الإعلان وأهميته. جـ تبويب الإعلانات (التميمي، ٢٠٠٩ ، ٥٥)

المبحث الرابع

النظرية الاجتماعية وانعكاساتها على التصميم

تعد النظرية الاجتماعية الفن كأى حرفة صناعية أخرى وعلى هذا لم يتميز الفنان او المصمم عن بقية الناس وان ما يقوم به لا يعدو ان يكون اتقان حرفي يلبي حاجة اجتماعية اوضحت دور المجتمع في دفع العملية الإبداعية والمؤشرات الحضارية وقيمة الجمالية ان عقل الفنان هو العقل الجمعي او اللاشعور ال جمعي ولكن لم تعالج ما يحصل من تطور او تغيير قد يتخطى محيط مجتمعه ومعايير الجمالية أعطت أهمية للمؤثرات الحضارية والجمالية البيئة الاجتماعية والتراثية وتأثيرها على الفنان أعطت الجانب العملي والصناعة الفضل الكبير لولادة لعمل الفني الإبداعي

ان بداية محاولة دراسة الظاهرة الفنية — ممثلةً بفن التصميم — باعتبارها انعكاساً للمعطى الإنساني ، سواء كان فكرياً أو مادياً أو اجتماعياً ... وما إلى ذلك، باعتماد أطروحات منظرين في الجمال (الفن)، لبناء صياغة نظرية لتلك التبادلية المعقدة بين التصميم والحياة تحدد العوامل التي تحكمها، على الرغم من أن تبني الأطر الفكرية للإبداع الفني في التصميم بوصفه منتجاً اجتماعياً في محاولة لفهم شروط العلاقة بين الفن والمجتمع ، تبدو محاولةً صعبة وضعت الباحث أمام عقبات حقيقية ، إذ واجهته إشكالية تفسير الأطروحات النظرية من جهة ، ومن جهة أخرى فإن تأسيس اتجاهات فلسفية لفن التصميم واطر نظرية من وجهة نظر فكرية وجمالية وتقنية ووظيفية ، هو أمر جديد في البحوث والدراسات الأكاديمية (الحسيني، ٦٦) ولم تكن هذه الدراسة

لتنتم دون عودة إلى التاريخ القريب الذي يكشف لنا بدايات تبلور فكرة التصميم بإبعادها الأولية والتي كان لها أكبر الأثر فيما بعد في إرساء دور هذا الفن على المستوى الحضاري ، وكانت الثورة الصناعية وما تبعها من مناهج وأفكار وانتهاء بمدرسة الباوهاوس وتطوراتها قد أرست أولى خطوات دخول الجمال والفن إلى العملية الصناعية وما تبعها في المسألة الإنتاجية وما ترتب على ذلك من مواد أولية وخامات وتقنيات ورؤوس أموال ... الخ . جعلت من فن التصميم خاضعاً لدراسات تقنية ومالية وإدارية واساليب في الإنتاج ودراسات في التكاليف والمواصفات واحتمالات في الربح والخسارة وحسابات الجدوى ... الخ ولم تكن نظرية التصميم لتكتسب صدقها دون تحويل كل تلك المفاهيم الفلسفية والفكرية إلى عملية تطبيقية تدخل في صميم فائدة الإنسان وتلبية حاجاته ، وكان على المصمم أن يدرك في كل مراحل العملية التصميمية إن التفلسف الكاذب لا يمكن أن يتحول إلى حقائق منطقية دون الاعتماد إلى مبدأ نظري هو أن صحة النظرية تكتسب قيمتها فقط من صدق النتائج التي يمكن أن تحققها على مستوى التطبيق ، وهو جوهر فكرة التصميم . لذا كان لابد من الكشف عن المراحل التي تمر بها العملية التصميمية منذ أولى بزوغ الفكرة وولادتها وحتى تحققها وتلقيها من قبل الآخرين.

انعكاس النظرية الاجتماعية على الإعلان المطبوع

الإعلان أداة مهمة ومؤثرة في العمليات التجارية المختلفة، فهو يُشكّل وسيلة اتصال تعتمد على التأثير في فرد أو أكثر؛ عن طريق استخدام إحدى وسائل الترويج المتاحة لبناء اتصال بين المستهلكين والمنتجات

وهو بحاجة إلى جهود متعددة، وقدرة على أن لا تتغير مقوماته وإن تغيرت علامات الإعلان عن وجوده. الفلسفة التي تقف وراء النظرية الإعلامية وانعكاسها على عملية التعامل مع أدوات الاتصال الجماهيري، وكيفية قيامها بنقل الحقيقة المعارضة، وإرجاعها إلى أصولها الحقيقية وإلى مقوماتها الاجتماعية، ثم الضغط على تلك المقومات إن انعكاس النظرية الاجتماعية للإعلان تظهر في دوره بالتأثير في أفكار الأفراد، ويتلخص هذه الانعكاس وفقاً للنقاط الآتية:

التأثير التعليمي: هو مساهمة هذه النظرية في تعزيز قناعة الأفراد لشراء سلعة أو الحصول على خدمة، فيعتمد الإعلان على دور المنطق في توصيل معلومات مؤثرة حول منتجات المنشأة

تسهيل الحياة في المجتمع: هو دور النظرية الاجتماعية في توفير الخدمات والسلع للناس بأحسن الوسائل وأقل الأسعار؛ مما يسهم في توفير جهودهم بالبحث عن المنتجات.

تقديم عادات جديدة: هو دور النظرية الاجتماعية في الفن في امتلاك الأشخاص مجموعة من العادات الجديدة الناتجة عن الاستخدام المتكرر للمنتجات المعلن عنها، مثل: تعزيز عادة. تعزيز التقارب بين المجتمع والناس: هو دور الإعلان في بناء اتصال بين جميع الطبقات الموجودة في المجتمع الواحد بسبب دوره في نقل العادات المتنوعة بين الناس.

مؤشرات الإطار النظري

١- ان بناء الفني للإعلان المطبوع بناءاً صحيحاً هو الذي يعول عليه اشارة الانفعال واستمالة المتلقي الى موقف معين او حالة خاصة

٢- ان تصميم الإعلان المطبوع فن وظيفي وتعد الوظائفية هدفا رئيسيا في بناء هيكلية الإعلان

٣- يتحدد قوة الإعلان من خلال البناء الفني والعلاقات الناتجة ويتحقق ذلك عبر ثلاثة محاور رئيسية التي هي من العناصر البصرية الأسس الانشائية والنظام البنائي

٤- اللون قيمة تعبيرية وتأثيرات نفسية فهو يقوي الهدف التصميمي على وفق العلاقات الملائمة وتحقيق التأثير والاستلام والاستمالة والرسوم

٥- ترتبط الأسس الانشائية بالطبيعة البشرية والنفسية والاجتماعية والحياتية

٦- في العلاقات التصميمية نكون إزاء معادلات تحدد بناء كل جزء من أجزاء التصميم وعلاقته مع العناصر الأخرى

٧- ان العناصر التصميمية لها معنيان معنى ذاتي ومعنى فكري ويحدد المعنى بالنسبة للهيئة الكلية وعلاقاتها

الفصل الثالث

إجراءات البحث

١ - منهج البحث:

تم اعتماد المنهج الوصفي في البحث وصولاً إلى تحليل المضمون في البناء الفني للإعلان المطبوع وفق النظرية الاجتماعية للفن و ذلك لأن دراسة هذا البناء الفني يتطلب معرفة وإلماماً بكافة تفصيلاتها وصولاً إلى هدف البحث من إستخلاص أهم الأسس والمبادئ التصميمية الخاصة بالبناء الفني للإعلان المطبوع ولكون المنهج الوصفي هو الطريقة العلمية الأنسب لموضوع البحث.

٢- مجتمع البحث:

ضم مجتمع البحث دراسة في مدينة بغداد الإعلانات الصادرة عن وزارة العمل والشؤون الاجتماعية لسنة (٢٠٢٠ - ٢٠٢١) وذلك ضمن الواقع الميداني والاستطلاعي الذي أجرته الباحثة، والبالغ عددها (١٦) اعلاناً مطبوعاً.

3 - عينة البحث :

تم اعتماد الأسلوب الإنتقائي القصدي للعينة المُمثلة لمجتمع البحث لإختيار النماذج التي تخدم أهداف الدراسة والأقرب إلى تحقيقها و البالغ عددها (٤) من مجموع (١٦) أي نحو ٢٥% من مجتمع البحث والتي إمتازت بما يأتي:

١. كونها فنادق من الإعلانات المهمة بالنسبة لوزارة العمل والشؤون الاجتماعية على وفق تصنيف قسم الاعلام في الوزارة المذكورة والمُصممة أصلاً على وفق متطلبات الحاجة الاجتماعية للمواطن.

٢. وجود مُعالجات متنوعة ومُتعددة في المُحددات التصميمية للبناء الفني الاعلاني.

٣. تم تصميمها بطريقة مدروسة من ذوي الإختصاص في قسم الإعلان لتبنيه وارشاد المواطن بمخاطر جائحة كورونا المتفشية في بلدنا العزيز.

٤. كونها تُشكل أماكن للجذب بالنسبة للمواطن عند مشاهدتها بصورة كبيرة مقارنةً بباقي مُجتمع البحث.

٤- أداة البحث: تحقيقاً للوصول الى اهداف البحث فقد تم ما يأتي : اعداد (استمارة) تحديد المحاور ضمن محاور الاطار النظري وما تمخض عنه من مؤشرات أساسية تمثل ادبيات التخصص والملاحظة الذاتية في جمع المعلومات وفق المحاور المدرجة في ادناه والتي تفيد متطلبات البحث وتحقق أهدافه عرضها على خبراء او مختصين (١).

^١ - أ.د . محمد الكناني ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، قسم الفنون التشكيلية .
أ.م.د . معتز عناد غزوان، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، قسم التصميم الطباعي.
أ.م.د أيمن طه ، جامعة بغداد ، كلية الفنون الجميلة ، قسم التصميم الطباعي.

٥- صدق الأداة: للتأكد من صدق الأداة تم عرض الاستمارة التحليل على السادة الخبراء وذو الاختصاص للتأكد من صدقها الظاهري وبعد اجراء التعديلات عليها بعد الحذف والإضافة ثم اكتسابها الصدق وبذلك تعد صالحة لأغراض التحليل.

٦- تحليل العينات:

نوع الإعلان المطبوع: ارشادي

تاريخ اصدار الإعلان: ٢٣ نوفمبر ٢٠٢٠

١- الوصف العام : تضمن الشكل العام صورة رقمية لام وهي تحضر ابنتها للذهاب للمدرسة بأسلوب عرض توضيحي على الفضاء الأساسي الخلفي المنزل وفي الأعلى عنوان الإعلان

بالقيمة اللونية البيضاء وفي اليمين شعار اسم الجهة المسؤولة عن الإعلان ومن جهة اليسار شعار هيئة رعاية الطفولة فضلاً عن توزيع الخطوات ووضع كل خطوة لون.

البناء الفني : يتكون البناء من الأسس الانشائية والنظم التصميمية في الإعلان أعلاه هناك وحدة موضوعية فكل عناصر الإعلان تتحدث عن كورونا

البعد الفني: في هذه الإعلان يتحقق الجذب واثارة اهتمام والتشويق المتلقي للإرشادات وكيفية الوقاية من مرض كورونا بطريقة والالتزامات المناسبة والصحيحة

العناصر التصميمية: تحققت العناصر التصميمية في الإعلان فنلاحظ وجود الألوان والشكل المعبر عن فايروس كورونا وأيضا الخط واستخدامه في العنوان الكتابي تحقق أيضا لدينا

الملمس من خلال التفاوت بالأشكال يعطي إحساس بعنصر
الملمس

مبادئ النظرية الاجتماعية للفن: يمكن ان نعتبر هذا الإعلان من ضمن مبادئ النظرية
الاجتماعية للفن ويمكن لا تصنيفه ضمن فقرة الثقافة العامة للمجتمع

النظرية الاجتماعية وانعكاساتها على الفن : يكمن انعكاس تلك النظرية من خلال توجيه
المطروق في الإعلان وتقديم عادات جديدة للمجتمع وتأثيرها التعليمي أيضا.

انموذج (٢)

نوع الإعلان : ارشادي

تاريخ اصدار الإعلان : ٢٦/٢/٢٠٢٠

الوصف العام: توضحت بنية الإعلان في الفضاء الأساس للإعلان الذي يظهر بقيمه لونية
رمادية وفي يمين الإعلان تظهر صور طفل باللون الأسود دلالة على الحزن والبؤس وعليها
طبع يد حمراء دلالة على الضرب والتعنيف الذي
يتعرض له وظهرت كلمه (رفقاً) واضحة وبارزة في
الجانب الاخر للإعلان.

التحليل:



١- البناء الفني: نلاحظ في الإعلان توزيع العناصر
الكتابية بشكل تنظيمي وأيضاً السيادة سيادة الصورة
على بقية العناصر وسيادة الكلمة الكبيرة والمميزة كلمة
(رفقاً).

٢- البعد الفني: في الإعلان تظهر لدينا الابعاد الفنية وهي جذب انتباه المتلقي وتشويق
والغرابية في فكرة الإعلان.

٣- العناصر التصميمية: توفر لدينا من العناصر في هذا الإعلان الشكل واللون والقيمة الضوئية.

٤- مبادئ النظرية الاجتماعية في الفن: يصنف هذا الإعلان وفق النظرية الاجتماعية ضمن الأعراف السائدة

٥- النظرية الاجتماعية وانعكاساتها على الفن: يكمن انعكاس تلك النظرية من خلال توجيه المطروق في الإعلان وتقديم عادات جديدة للمجتمع وتأثيرها التعليمي أيضاً

انموذج (٣)

نوع الإعلان: ارشادي

تاريخ اصدار الإعلان: ٢٠٢٠/١١/٢٤

الوصف العام: اعلان ارشادي يعطي نصائح عن كيفية الوقاية من مرض كورونا الفكرة الاعلانية واضحة وسهلة الفهم للمتلقين في وأيضاً توظيف الرسوم والألوان أعطت جاذبية وسلاسة للإعلان.

التحليل :



البناء الفني : اتصف البناء الفني بالوضوح في هذا الإعلان كانت الأسس الانشائية للإعلان مألوفة للمتلقين وظف المصمم القيم اللونية استخدام اللون متعددة هي (الأزرق -الأحمر- الأصفر-البرتقالي -الأبيض) ووزعها على الصر والنصوص الكتابية واستخدم الاشكال الدائرية ووضع فيها امام النصوص الكتابية

رسوم توضيحية اكثر حتى يتنسى للمتلقى فهم الفكرة اكثر .

البعد الفني : الابعاد الفنية للإعلان تمثلت في جذب الانتباه والتشويق من خلال استخدام

الرسوم والاشكال التوضيحية .

انموذج (٤)

نوع الإعلان: ارشادي

تاريخ اصدار الإعلان: ١٥/١١/٢٠٢٠



١- الوصف العام: تألفت البنية التصميمية من فضاء أساس بلون الأبيض وضع عليها رسوم كارتونية لطلاب وفوق الرسوم نصوص كتابية وفي الجانب الأيمن الجهة الصادر عنها الإعلان .

٢- التحليل:

أولاً : البناء الفني : وظف المصمم الأسس

الانشائية والعناصر التصميمية في هذه الإعلان وكانت الفكرة واقعية متمثلة في شكل الواقع الطلاب والعودة الى المدارس في ضل جائحة كورونا فوظف شكل الطلاب ووضع بينهما خط بلون الأحمر ليعرف المتلقين مسافة لأمان للوقاية بين شخصين وايضاً استخدم القيم اللونية فاستخدم اللون الأزرق للملابس المدرسية واللون الأحمر للخط الفاصل بين الطلاب لدلالاته النفسية لدى المتلقين وللتنبية وفي الأعلى العبارة الكتابية كانت ايضاً بلون الأزرق وخط كبير وواضح اما كلمة كورونا كانت بلون احمر واصغر من العبارة التي تسبقها .

ثانياً : البعد الفني : الإعلان موجه الى طلابا المدارس فعند رؤية البوستر الاعلاني من قبل الطلبة يجذب انتباههم اشكال الطلبة الواقفين والخط الفاصل بينهما هذا سوف يجذبهم الى قراءة الإعلان والتعرف على محتوياته كاملاً . فالإعلان جاذب ومشوق للمتلقي .

ثالثاً: العناصر التصميمية : توفر لدينا في هذا الإعلان اللون- الشكل- الفضاء -الخط النصوص الكتابية

رابعاً: مبادئ النظرية الاجتماعية في الفن : يمكن ان نعتبر هذا الإعلان ضمن مبادئ النظرية الاجتماعية ضمن مبادئ التنقيف - التوجيه إعطاء نصائح وقاية من اجل السلامة والثقافة العامة خامساً : النظرية الاجتماعية وانعكاساتها على الإعلان : تقديم عادات جديدة للمجتمع وانعكاسها على الإعلان هي مسافة الأمان التي تعتبر امر جديد وغير مألوف للطلبة تم توظيف النظرية الاجتماعية للفن وانعكاسها على الإعلان .

الفصل الرابع

(النتائج والاستنتاجات والتوصيات والمقترحات)

نتائج البحث:

- ١- البناء الفني : يشتمل على الأسس الانشائية والنظم التصميمية والعناصر التصميمية تحققت لدينا الأسس والعناصر في النموذج (٢) بنسبة ٥٠% اما في النموذج (١-٤-٣) تحققت لدينا جميع العناصر والاسس والنظم التصميمية بنسبة ٧٥% .
 - ٢- البعد الفني تحقق في النموذج (٢) لان الإعلان لم يجذب الانتباه بشكل كبير اما في النماذج (١-٣-٤) تحقق لدينا الغرابية والتشويق والاثارة وجذب انتباه المتلقين للإعلان .
 - ٣- مبادئ النظرية الاجتماعية للفن : تحققت تلك المبادئ في كل النماذج بنسبة ٧٠% وهي التوجيه التنقيف التراث والعادات والتقاليد
 - ٤- النظرية الاجتماعية وانعكاساتها على الإعلان : تحققت في كل النماذج لان إعلانات توجيهي ارشادية تتناول المجتمع بنسبة ٥٠% ومن الانعكاسات تلك النظرية هي اثرها التعليمي وتوجيهي وتقديم عادات جديدة في المجتمع.
- الاستنتاجات :-**الوضوح المباشر للفكرة الاعلانية عزز الفهم والادراك ومن ثم زيادة قيمتها البنائية اذا اعتمد المصمم على العناصر البنائية وعلاقتها بالفضاء التصميمي اذا تحقق بذلك بيئة تصميمية افتراضية .والادراك الغير مباشر في الفكرة بل القائم على التحليل والتفسير والتأويل من قبل المتلقي التأكيد أيضا على هوية الإعلان ونوعه وذو الاتجاه الوظيفي للفكرة

الاعلانية عزز الفهم والوضوح من خلال التجسيد الوظيفي للعناصر التصميمية الممثلة لها من خلال الآلية التي تم توظيفها فيها في البيئة التصميمية .

٢- ان الأنظمة البنائية لتكوين التصميم دوراً فاعلاً في تحقيق الجذب والتفسير داخل الفضاء التصميمي ويؤدي الى بروز سمة الإعلانات المطبوعة بشكل عام وواضح المعالم وبطريقة إبداعية ومرتبطة بالفكرة والبنية الأساسية التصميمية لتحقيق الغرض الجمالي والوظيفي.

٣- اعتماد قوانين الإدراك البصري عن طريق الشكل والفضاء على وفق تباينات القيم اللونية لإبراز أحدهما على الآخر داخل الفضاء الإعلانّي وبرزت المادة الكتابية بوساطة اعتماد المصمم على العناوين الرئيسة في بنية الإعلان.

٤- أسهمت البساطة في توظيف اشكال مبتكرة تتصف بالمرونة والاصالة والفرادة فضلاً عما تحتويه من اشكال وعناصر ضرورية في طرح الفكرة بأسلوب ابتكاري بعيد عن التعقيد

٥- لتحقيق القيمة الوظيفية في اغلب الإعلانات المطبوعة لابد ان يحتوي على خصائص تداولية ملائمة مع أفكار ومعتقدات المتلقين

التوصيات :

١- الاعتماد على دراسة البنية الفنية والعمل الفني لاعتمادها بالاعلانات في كافة أنواع الإعلان .

٢- على المصمم ان يعتمد على سمات الابتكار وهي الالهام -الاصالة- الجودة في بناء أفكار إعلانية جديدة

٣- التأكيد على فعالية الرموز والصور والاشكال لما تحمله من قوة تعبيرية ووظيفية لتحقيق ابعاد اتصالية ناتجة من قوة الشكل والوضوح والمعاني المراد ايصالها.

المقترحات :

تقترح الباحثة وفقاً لدراساتها الحالية الدراسات الآتية :

١- التحليل البناء للعناصر التصميمية في التصميم الإعلانّي.

٢- دراسات النظريات الابداع الفني وكيفية اعتمادها في الإعلانات.

٣- دراسة عميقة للبناء الفني للإعلانات (الإعلانات المطبوعة نموذجاً).

المراجع

- ابراهيم مذكور. (١٩٨٣). *المعجم الفلسفي*. القاهرة: الهيئة العامة لشؤون المطابع الاميرية.
- احمد عبد الحميد. (٢٠١٥). *فنون الاعلان*. مصر: مؤسسة طيبة.
- النعمي. (٢٠١١). *مقالات في الشعر والنقد والدراسات المعاصرة*. بغداد: دار دجلة.
- اياذ حسين عبدالله. (٢٠٠٨). *فن التصميم*. الشارقة: دار الثقافة والاعلام.
- جمال صليبا. (١٩٨٢). *المعجم الفلسفي*. بيروت: الكتاب اللبناني.
- زهير عبد اللطيف. (٢٠١٩). *مبادئ الاعلان*. الاردن: دار اليازوري.
- عبد الرزاق التميمي. (٢٠١٩). *الاعلان الفعال*. الاردن: اليازوري.
- عبد المنعم خيرى حسين. (٢٠١٨). *القياس والتقويم في الفن والتربية الفنية*. العراق: مركز الكتاب الاكاديمي.
- محمد ابراهيم. (١٩٩٠). *النظرية الاجتماعية والرعاية الاجتماعية*.
- محمد ابراهيم عبد النبي. (١٩٩٠). *النظرية الاجتماعية والرعاية الاجتماعية*. دار الثقافة للنشر والتوزيع.

