

## مفهوم الاختزال البصري في العناصر المرئية للاعلان الارشادي

أ.م.د. صفاء حسن حسين م.د. ميسون كاظم جاسم احمد حسن فالح

. [angcnc15@gmail.com](mailto:angcnc15@gmail.com) [Maysoon.kasim@gmail.com](mailto:Maysoon.kasim@gmail.com) [Sfahsn603@gmail.com](mailto:Sfahsn603@gmail.com)

الجامعة التقنية الوسطى / كلية الفنون التطبيقية

### الملخص:

يهدف البحث الحالي التعرف على الاختزال البصري في العناصر المرئية للاعلان الارشادي.

أعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي لغرض الوصول الى أهداف محددة للبحث ولملائمة موضوع الدراسة الحالية، أذ يعد أسلوباً منهجياً يستخدم للوصول الى طريقة تشخيص خصائص معينة بطريقة موضوعية مبنية على الوصف والتحليل.

يتكون مجتمع البحث الحالي من إعلانات إرشادية عن فايروس كورونا والمنشورة على شبكة الانترنت العالمية. وتم اختيار عينة البحث بطريقة قصدية بما يتناسب مع هدف البحث والبالغة نموذجاً منتخباً لأغراض التحليل من مجتمع والبالغ (١٠) إعلانات من المجتمع الكلي، أي بنسبة ١٠% واستبعد الباحث الإعلانات ذات البناء المتشابه والمتكرر، بناءً على ما تقدم خرج البحث بمجموعة النتائج أهمها: أن تنوع الإعلانات الإرشادية والتوعوية له تأثير إيجابي على المشاهد من اتخاذ الإجراءات الوقائية الصحية ضد فايروس كورونا.

**الكلمات المفتاحية:** الاختزال البصري – الإعلانات الإرشادية

### Abstract:

The current research aims to identify the visual shorthand in the visual elements of the indicative advertisement.

The researcher adopted the descriptive analytical approach for the purpose of reaching specific goals for the research and to suit the topic of the current study, as it is a systematic method used to reach a method of diagnosing certain characteristics in an objective manner based on description and analysis.

The current research community consists of informative advertisements about the Corona virus, which are published on the World Wide Web. The research sample was chosen in an intentional manner commensurate with the goal of the research, which is an elected model for the purposes of analysis from a community, amounting to (10) advertisements from the total community, i.e. 10%, and the researcher excluded advertisements with similar and repetitive construction, based on the foregoing. The diversity of informative and instructional advertisements has a positive effect on the viewer from taking health preventive measures against the Corona virus.

**Keywords:** visual shorthand - instructional advertisements

## الفصل الأول / الإطار المنهجي

### مشكلة البحث:

يعد الاختزال البصري فعل تصميمي تقني يلجأ المصمم الى استخدامه في تصاميم الإعلانات الارشادية، اذا يعد أحد مبادئ التصميم المهمة التي تسهم في إيصال الفكرة فالاختزال البصري استخدم في مجالات متنوعة كالفن واللغة والتصميم. أذا نتيجة التطورات الحاصلة في مجالات الحياة المختلفة والحاجة الى استخدام أساليب جديدة متنوعة لإيصال الفكرة الى المتلقي أخذ المصمم يلجأ الى استخدام الاختزال البصري للتعبير عن مضامين فكرته المتعلقة بضرورات تصميمية وحاجات تساعد في تحقيق وظيفة محددة، فهو يمتلك تأثيراً خاصاً في تصميم الإعلانات أضافة حيوية وإظهار التعبيرات بشكل أبسط وإيصال المعنى المراد الى المتلقين فالإعلان ليس بكثرة استخدام العناصر والاسس التصميمية وإنما بطريقة عرض الفكرة بأسلوب سهل وبسيط وذات معنى تعبري واضح للمتلقي. فعملية توظيف الاختزال البصري بأسلوبه الصحيح فاعليه في تعبير عن مضامين الفكرة، أضافة انه يساعد في تعزيز الابعاد الوظيفية والجمالية داخل التصميم الإعلان في إيصال فكرة للمتلقي.. وفي ضوء ما تقدم يعرض الباحث مشكلة البحث الحالي في التساؤل الآتي :-

**ما الاختزال البصري وكيف تم توظيفه في العناصر المرئية للإعلان الارشادي؟**

**أهمية البحث :** تتجلى أهمية البحث الحالي في انه:

- ١- قد يسهم في اغناء الجانب المعرفي والمهاري للمصمم والباحثين في مجالات الاعلان الارشادي .
  - ٢- كما قد يفيد كثير من الباحثين والمستفيدين في التعرف على الاختزال الشكلي ومرتكزاته في الإعلانات الارشادية.
  - ٣- قد يسلط البحث الضوء على تطوير مهارات العاملين والدارسين في مجالات الإعلان منهم طلبة قسم تقنيات الإعلان في كلية الفنون التطبيقية ومعاهد الفنون الأخرى.
  - ٤- يفيد مراكز التدريب ذات العلاقة في مجال التصميم.
- هدف البحث:** حدد هدف البحث في الآتي:
- التعرف على الاختزال البصري في العناصر المرئية للإعلان الارشادي.**
- حدود البحث:**
- تحدد البحث في الحدود الآتية :-

**الحدود الموضوعية:** دراسة موضوع الاختزال البصري.

**الحدود المكانية:** الاعلانات الإرشادية في وزارة الصحة العراقية.

**الحدود الزمانية:** الاعلانات الإرشادية المنفذة لسنة (٢٠٢١) .

**تحديد المصطلحات:**

١. الاختزال البصري :- عرفه الباحث اجرائياً:

وهو عمليات فنية يستخدمها المصمم معتمد على أسس تنظيم وتبسيط الأشكال الداخلة في العمل التصميمي، أي حذف العناصر غير الفاعلة في التصميم لا يتأثر لا وظيفياً ولإجماليًا ويكون له الاثر الفاعل في تجسيد الفكرة وتحقيق الهدف الأساس.

٢. الاعلانات الارشادية :- عرفه الباحث اجرائياً:

وهي وسيلة اتصال اقناعية مدفوعة الثمن موجهة الى المتلقي كان تكون ارشادية أو تعليمية وكيفية استخدامها واقتنائها لغرض النشر باستخدام وسائل متنوعة منها الملصقات والمجلات والصحف.

## الفصل الثاني / الاطار النظري

### مفهوم الاختزال البصري

يعد الاختزال من التقنيات التي لها دوراً فعالاً في أضاء قيمة جمالية وتعبيرية للعمل الفني ،فالاختزال أستخدم منذ القدم كالرسوم البدائية التي وجدت في جدران الكهوف التي اخذت تعبر عن الاختزال الشكلي بشكل واضح وبسيط ، كتعبيرات لغوية في الكتابة الصورية في وادي الرافدين والنيل منذ القدم، فالعصر الحالي شهد تطورات كثيرة ومتسارعة في مختلف الميادين بفعل التطورات التكنولوجية والتقنية فأصبح الفنان يستخدم تقنية الاختزال الشكلي في انتاجاته لتحقيق جذب أنتباه المشاهد وايصال المضمون أفكاره بسهولة ويسر في الاعلانات الارشادية، أذ أصبحت الاعلانات الارشادية تشغل حيزاً في عصرنا الراهن. فتعد التقنية من (الأدوات والوسائل التي يعتمدها المصمم الغرض منها تحويل أفكاره الافتراضية الى واقع تصميمي في عمله لاكمال قواه وقدراته لتلبية تلك الحاجات ). (نصيف، ٢٠١٥ : ١٣)

أي بمعنى التقنية أدوات ووسائل يلجأ لها الفنان لغرض تطبيق فكرته ،فضلاً عن إضفاء قراءة وقدره تعبيري للعمل الفني، اذ ان الفكرة تعد جوهر العمل الفني في الاعلانات التلفزيونية .فالفكرة باعتبارها (نشاط عقلي غير مرئي يعتمد فيها المصمم على أدراك العلاقات الخارجية المحيطة به والخبرات السابقة التي يمر بها الشكل، فضلاً عن ما يستقر عليه الذهن من معلومات) (الدليمي، ٢٠١٤ : ٢١٦). أي يتم انتاج الفكرة التصميمية عن طريق تحويل الصورة الذهنية الخيالية الغير مرئية الى تطبيق بصري يعتمد في تحويلها على

ادراك العلاقات الخارجية وخبراته السابقة الموجودة في الذاكرة ليتمكن المتلقي من رؤيتها وادراكها قد تكون فكرة واقعية يعتمد الفنان في تجسيدها وانتاجها على الواقع مع أضاء قيمة تعبيرية وجمالية ، أو قد تكون فكرة مركبة أو فكرة افتراضية بانها " مضامين فكرية تحدث داخل عقل المصمم يعتمد فيها على خياله وتحول فكرته من خيال افتراضي الى واقع ملموس" (علي، ٢٠١٠ : ١٠٥). أي بمعنى الفكرة الافتراضية ناتجة من خيال افتراضي موجود في ذهن المصمم وعند تجسيده واقعي في التصميم يصعب تصديقه. نتيجة التحولات الشكلية في الفنون القديمة بنيت أساساً على الاختزال في الاشكال، أذ يعد الاختزال الشكلي أسلوباً يلجأ اليه المخرج المبدع عن طريق توظيف العناصر والاسس الفاعلة والضرورية في الإعلان واختزال كل ماهو غير فعال ولا يؤثر على العمل الفني، وهذا الاختزال الشكلي الناتجة من "العقلية الأختزالية التي توصف بها العمل التصميمي عن طريق: (نصيف، ٢٠٠٠ : ٥٢).

١. أن يمتلك طاقة تعبيرية بشكل مباشر أو غير مباشر.
  ٢. البساطة والاختصار، يؤدي الى تركيز على المعنى والخطوط المكونة له لتسهيل حفظه في الذاكرة.
  ٣. الترابطية والواقعية في التصميم الإعلاني.
  ٤. أن يحتوي التصميم على جانبيين وظيفي وجمالي داخل البنية.
- فالمصمم يستخدم هذه الاعتبارات التي يمكن عن طريقها أن تحتوي التصاميم أثارة، حركة، تشويق عن طريق الاختزال الشكلي قد يكون بوساطة اللون، أو العلاقات التصميمية، أو المضمون المراد تحقيقه. أذ هنالك عمليات "تنتج عن طريق الفعل الاختزالي منها: (نصيف، ٢٠٠٠ : ٤٩).

١. الاحداثات التباينية العالية في استخدام القيم اللونية، مثل لون (الأسود والابيض) بالنسبة للشكل والارضية.
٢. الاحداثات ذات الابهام البصري التي يمكن ان تحصل بوساطة استخدام قيم لونية وأعطاء حركات إيهامية بالنسبة للاشكال الفاعلة في العمل الفني.
٣. الاحداثات التناسبية، أي حالة التنوع بالمقاسات، والحجوم بالمنظور نحو الداخل.
٤. الاحداثات التتابعية تخص الاتجاهية اما نحو الداخل أو الخارج.
٥. الاستعمالات المتعددة المتمثلة في التقنيات الازهارية "

أي يمكن استخدام الاختزال على الشكل نفسه، وكذلك التلاعب بالنسب داخل العمل الفني يمكن للحصول على أشكال مختزلة. لذا تعد العناصر الفنية من الأدوات التي يوظفها

المخرج في بناء صورة إعلانية متكاملة، بأدق التفاصيل ضمن فضاء الإعلان التلفزيوني وبرؤية مبدعة قادراً على تكوين الاحاسيس بالصورة المرئية والتي تكون ذات خصائص متناغمة مع بعضها في تشكيل الصوري للأعلان، وعليه فإن عملية تنظيم واختزال العناصر الفنية تتطلب ان يكون هناك تناغم في اختزال الشكل والمضمون فالمخرج يشكل المادة ليعبر عن المضمون حسب اختلاف عناصر التشكيل، وللأشكال دلالة نفسية تنتقل الى أعماق المتلقي لتشير انفعالات العاطفية للمشاهد فالشكل يشير الى التخطيط العام (كل جسم من الاجسام سواء كان طبيعياً ام من صنع الانسان له شكله الخاص ومن السهل تمييز اشكال الاجسام المادية ولكن ليس من السهل دائماً التعرف على الاشكال التي تخلقها عين المشاهد في انتقالها من جسم الى آخر) (جوزيف، ١٩٨٣ : ٣٩). مكوناً عدد من الاشكال التي تتركها العين عن طريق التضاد بين الشخصيات والاشكال الموجودة داخل الإعلان التلفزيوني وهذا بدوره يجعل الفنان يشكل ويختزل عناصره ضمن الفضاء محققاً بذلك وحدة متكاملة للإعلان وتكوين صورته المرئية ، لان عملية الاختزال الشكلي تختلف باختلاف (رؤية وإنتاج وأسلوب الفنان الذي ينتمي اليه وهناك اشكال متعددة منها الطبيعي والواقعي والرمزي والتجريدي تقدم لنا صور جمالية ومضامين مختلفة الهدف منها إيصال الفكرة للمشاهد) (فاسو، ٢٠٠٠ : ٣٠).

فبحسب طبيعة الموضوع وطريقة التفكير والاسلوب الفني الذي يعتمد عليه عند تقديمه يشير المتلقي يكون استجابة جمالية تتم عن طريق توزيع المنتظم والمختزل لكل العناصر وتحقيق فكرة جمالية تتسم بالرؤية الواضحة وتداخلها مع الفكرة الاساس التي يسعى الى تحقيقها فضلاً عن اختزال الحجم التي تتميز بقدراتها على تكوين عدة مستويات متضادة فيما بينها ومتفاعلة مع بقية العناصر والتي تكون مرتبطة مع (الحجم من حيث المساحة التي يشغلها ، اذ أن الشكل المنتظم يبدو أثقل بصرياً من الشكل غير المنتظم كما المربع يبدو أثقل وزناً من شكل ذا مظهر حر) (اسماعيل، ١٩٩٩ : ١٧٠).

اذ تتصف العناصر المرئية في بنائها اشكالاً مسطحة تكون بمثابة حدود حجم المادة وتفصلها عن الوسط المحيط لتتداخل بشكل كبير في تحديد الحجم وفي اكتساب الصفات الفاعلة و المؤثرة في الادراك الحسي للمتلقي، يأتي الملمس لأعطاء المظهر الخارجي للاجسام الطبيعية والصناعية وتعني بها الصفات الواضحة الخارجية التي يمكن رؤيتها او لمسها باليد أو تقديم ملمسها بالعين أي أنه يمكن (الاستدلال عليه عن طريق حاستي البصر واللمس معاً وتشمل كذلك الاختلاف من حيث النعومة والخشونة، البريق ، الانطفاء، الصلابة، اللبونة الشفافية والعتمة) (شيرين، ١٩٨٥ : ١٤٣). في المنجز المرئي والذي يتمثل بالمتعة الجمالية

وتمنحها قيمة خاصة وهذا يعتمد على رؤية وخيال الفنان واسلوبه وتعبيره، كما أن الكتلة تعد الوحدة الأساسية في بناء الصورة الفنية فهي من جهة تعني الممثلين والديكورات والاكسسوارات ومن جهة أخرى فأنها تشكل مع الفضاء عنصران متلازمين يكسب كل منهما معناه من الآخر أذ (تسيطر الكتلة الضخمة على المنظر، أذ ما وضعنا في مقابلها كتلة أو أكثر من الكتل الصغيرة ويمكن زيادة حجم الكتلة داخل الاطار بأختيار الدقيق لزاوية الكتلة في الصورة)(جوزيف، ب،ت : ٤٤).

أذ ان الكتلة تتحول الى مساحات لها شكل ووزن وهي في الحقيقة مجموعة من الخطوط او الألوان بدرجاته الفاتحة والغامقة وضمن الاطار المحدد فالصورة المرئية وضمن البنية الأساسية للإعلان التلفزيوني. اذ تعتمد رؤية المخرج على توفير عنصر السيادة في الإعلان وجعله مركز الجذب والانتباه ويمنح المتعة الحسية والتشويق وأثارة المتلقي. فيعمل على توزيع العناصر البنائية ضمن الفضاء لجعلها تعبر عن مضمون الفكرة الاعلانية فالسيادة تمثل (النواة التي تبنى حولها الصورة)(عبد الفتاح، ١٩٧٤ : ٧٨). أي النقطة المركزية التي تقع حولها العناصر البنائية المختلفة وهذا من أجل تكوين وحدة الموضوع وعدم تشتيت النظر والتركيز على أجزاء أخرى وليتم قيادة عناصر بناء العمل الفني من قبل عنصر فعال يؤدي دوراً واضحاً تتناسب القيم وفق (أحجام مختلفة داخل العمل الفني ويعطي بعض الاشكال صفة السيادة و الأخرى التبعية، أي سيادة جزء او عنصر من عناصر اخرى)(روبرت، ١٩٨٠ : ٧٦).

ان هذا تابع من كون المخرج مسؤولاً عن قيادة عين والتركيز المتلقي الى مركز السيادة التي يريد ايصالها ومتابعتها والتركيز عليها. أو يعمل على ربط أجزاء بنية الإعلان التلفزيوني ضمن علاقات مترابطة وظيفياً وجمالياً وأن عملية بناء العمل تتم وفق(وحدة متكاملة تتجزأ، في بعض الاعمال الى وحدات أخرى كالفنون السينمائية والتلفزيونية)(العبدلي، ١٩٩٣ : ٦٧). لذا يلجأ اليها المخرج للتعامل مع الوحدات عن طريق اللقطة أو المشهد كوحدة بنائية للعمل الفني ذات دلالات تعبيرية. تنثير انتباه المتلقي وعلى وفق نظام معين، فضلاً عن دور الإضاءة الذي يسهم في أضفاء القيم الجمالية والفنية للإعلان والتي جعلت المتلقي يتفاعل ويتأمل العناصر التكوينية للصورة ويدركها فالضوء يؤثر على المدركات البصرية لانه (شيء مادي ينعكس عن الاجسام الصقولة)(هاني، ١٩٨٧ : ١٣٩). ويسعى المخرج الى تركيز اهتمامه على الضوء داخل الإعلان فالإضاءة تأتي بالاهمية مع"عمل آلة التصوير العنصر الخلاق الثاني لتعبيرية الصورة والتي لها أهميتها القصوى التي لاتزال غير معروفة"(مارسيل، ١٩٦٤ : ٥٣).

ان دور الاضاءة لا يظهر مباشرة لعين المتفرج الغير منتبه بل أنها تساهم في تكوين الجو العام للإعلان التلفزيوني وتجعل المتلقي يتفاعل مع عنصر الاضاءة عند توزيعه داخل اطار الصورة الاعلانية. ويأتي اللون ليمثل العلاقة التي ترتبط بالشخصية وإبراز العناصر الفنية داخل الإعلان التلفزيوني اصبح قيمة بصرية مدركة حسية تنقل المتلقي الى المناطق التي يريد المخرج عن طريق توظيف اللون بالديكور او الأزياء او الاضاءة ، فاللون خبره سايكولوجية قائمة على أساس فلسفي لا يؤثر في (قدرتنا على التمييز بين الأشياء فقط بل يغير من مزاجنا واحاسيسنا ويؤثر في تفصيلاتنا وخبراتنا الجمالية بشكل يكاد يفوق التأثير، أي يعتمد على حاسة البصر أو أي حاسة اخرى) (قاسم، ١٩٨٦ : ٥).

وتكون هذه المزايا مدركة من قبل مخرج عند البدء في الاختزال وتوظيف العناصر داخل الإعلان التلفزيوني كما تمتاز بدلالاتها ورموزها الخاصة التي تختلف من مكان وزمان الى اخر ويبرز الفضاء كعنصر رئيسي في العناصر البنائية والتي يسعى المخرج عن طريقه تحريك الاشكال ، والكتل والشخوص داخل الفضاء بأنسيابية وتوزيعها وفق مفهوم مدرك الطبيعة الفكرة الاعلانية فالفضاء مكمل للشكل أذ "لا يمكن ان يتكون الشكل الا في الفراغ ولايستوعب الشكل غير الفراغ ويتطور بتطور الفراغ الذي يحتويه" (فرج، ١٩٨٢ : ١٢٢) مرتبطان مع بعض، فضلاً عن جمالية بناء الصورة الاعلانية التي تتجسد عن طريق المسافة الفاصلة ما بين الاشكال والكتل ضمن الفضاء الكلي وأن (تفاوت الحجم فيما بينها جعل مخرج العمل الفني أن يوظف العناصر البنائية للصورة) (عبد الفتاح، ١٩٧٤ : ٧٦).

كما أن خصوصية اختزال العناصر داخل الفضاء يرتبط بفكرة مضمون الشيء المعلن عنه ليكون سائداً و معزراً للمضمون الذي يثير الاهتمام ويكون رغبة ودافعية عند المشاهدة واقناعاً بعملية الاقتناء.

### الفصل الثالث / إجراءات البحث

أعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي لغرض الوصول الى أهداف محددة للبحث ولملائمة موضوع الدراسة الحالية، أذ يعد أسلوباً منهجياً يستخدم للوصول الى طريقة تشخيص خصائص معينة بطريقة موضوعية مبنية على الوصف والتحليل.

#### مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث الحالي من إعلانات إرشادية عن فايروس كورونا والمنشورة على شبكة الانترنت العالمية. وبالنظر لسعة حجم مجتمع البحث اتخذ الباحث إعلانات وزارة الصحة العراقية لسنة ٢٠٢٠ والبالغة بحدود عشرة إعلاناً أستطاع الباحث احصاؤها عن طريق الموقع الالكتروني لوزارة الصحة العراقية.

### عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث بطريقة قصدية بما يتناسب مع هدف البحث والبالغة نموذجاً منتخباً لأغراض التحليل من مجتمع والبالغ (١٠) اعلانات من المجتمع الكلي، أي بنسبة ١٠% واستبعد الباحث الاعلانات ذات البناء المتشابه والمتكرر.

### أداة البحث:

تحقيقاً للوصول الى هدف البحث فقد تم استخدام ما يأتي:-  
- أعداد (استمارة) تحديد محاور التحليل وفق ما أستند اليه الباحث بما تمخض عنه الاطار النظري من مؤشرات أساسية تمثل خلاصة لأدبيات البحث والملاحظة وفق محاور تفي متطلبات البحث وتحقيق أهدافه لغرض عرضها على الخبراء و المختصين.

- الاختزال البصري في الفكرة الاعلانية الارشادية.
- عناصر الاختزال البصري في الاعلانات الارشادية.
- وظيفة الاختزال البصري في الاعلانات الارشادية.
- أشكال الاختزال البصري في الاعلانات الارشادية.

### صدق الأداة

تم التأكد من صدق أداة التحليل بعد عرضها على الخبراء من ذوي الاختصاص الدقيق قبل تطبيقها، وتم الأجماع على صلاحية مفرداتها بعد اجراء التعديلات والاخذ بالملاحظات و اظهارها بصيغتها النهائية وبذلك اكتسبت صدقها الظاهري من الناحية البحثية.

### ثبات الأداة

بعد التأكد من صدق الأداة الظاهر تم تحليل نموذج من العينة وعرضه على السادة الخبراء لاجل تقييم التحليل بموجب استمارة\*\* اعدت لغرض منها التحقق من ثبات وموضوعية الاستمارة بواسطة حساب معامل الثبات، لأجل الحصول على اعلى قدر من التقارب في نتائج التحليل لعينة، ومنح الباحث درجة الحكام نسبة معدل (٩٠%) نسبة ثبات عالية.

---

\*\* الخبراء هم كل من :

١-م.دميسون كاظم جاسم،الجامعة التقنية الوسطى،كلية الفنون التطبيقية،فنون سينمائية وتلفزيونية.

٢-م.د محمد كزار معارج،الجامعة التقنية الوسطى،كلية الفنون التطبيقية،سمعية ومرئية،اخراج سينمائي.

٣-م.م منهل جواد الهاشمي،الجامعو التقنية الوسطى،كلية الفنون التطبيقية،فنون سينمائية،وتلفزيونية



ت	الخبراء المحللين	درجة الاتفاق	درجة الاختلاف
١.	الخبير الأول	٩٠	٩٠
٢.	الخبير الثاني	٩٠	٩٠
	المعدل	٩٠	%١٠

$$Pa = \frac{Ag}{Ag + Dg} \times 100$$

حيث أن :-

$pa$  = نسبة الاتفاق

$Ag$  = عدد مرات الاتفاق

$dg$  = عدد مرات الرفض

وحصل الباحث معدل درجة التقييم (٩٠%) للانموذج المحكمة من قبل خبراء لجنة التقييم الخبراء وهي درجة نجاح عالية واستند الباحث عليها من اجراء التعديلات اللازمة لاستخدامها في تحليل العينة، لغرض اجراء تحليل العينة المختارة عمد الباحث على تقسيم العينة حسب الإعلانات الارشادية في المؤسسات الصحية في الإعلانات الارشادية في المؤسسات الصحية.

### تحليل النموذج

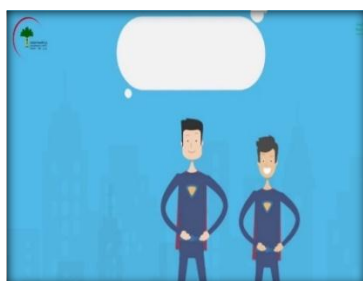
#### نموذج (١)

أسم الإعلان: اعلان عن الفرق بين اعراض فايروس كورونا و الانفلونزا .

تاريخ الأصدار: ٢٠٢٠ .

نوعه: اعلان ارشادي.

الزمن: ١ دقيقة.



اللقطة (٣)



اللقطة (٢)



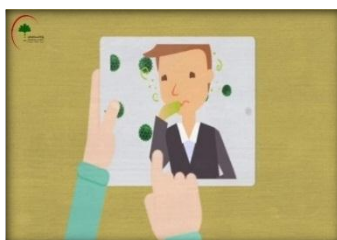
اللقطة (١)



اللقطة (٦)



اللقطة (٥)



اللقطة (٤)



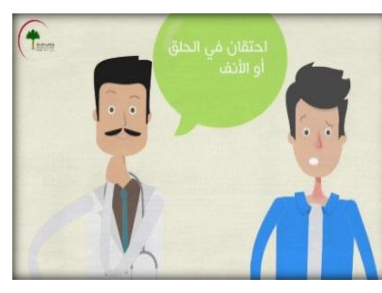
اللقطة (٩)



اللقطة (٨)



اللقطة (٧)



اللقطة (١٢)



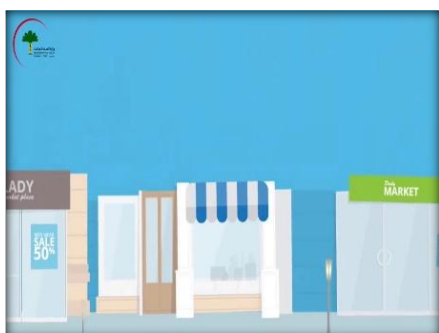
اللقطة (١١)



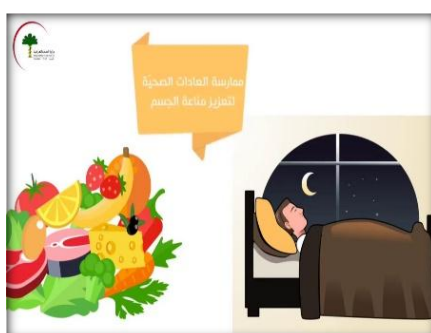
اللقطة (١٠)



اللقطة (١٥)



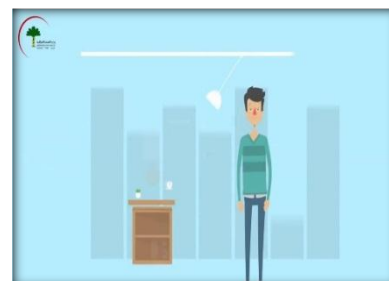
اللقطة (١٤)



اللقطة (١٣)



اللقطة (١٦)



اللقطة (١٧)



اللقطة (١٨)



اللقطة (١٩)



اللقطة (٢٠)



اللقطة (٢١)

اللقطة (٢٢)

اللقطة (٢٣)

### الوصف العام للإعلان.

صمم الإعلان من اشكال عن فايروس كورونا وطرق الوقاية منها باللقطة العامة مع النصوص الكتابية معلومات تهكم عن فايروس كورونا الجديد وبعدها تظهر شخصيات رسوم متحركة باللقطة العامة وعلى الجانب الايسر نصوص كتابية مع التعليق الصوتي وشرح فرق بين كورونا والانفلونزا لتظهر شخصيات تطير مثل سبايدر مان وارتداء الكمامة واستخدام المناديل والمحافظة على الصحة العامة وتجنب زيارة كبار السن وفي اعلى الجانب الأيمن شعار وزارة الصحة العراقية وثم تظهر لقطة عامة لطبيب وشخص بهيئة رسوم كارتون لتبرز عبارة بناء على الحالات المكتشفة ويقوم المخرج بتسلسل الاحداث ما الاسباب التي تنقل الفايروس ثم لقطة عامة لشعار وزارة الصحة العراقية.

### التحليل:

اعتمد المخرج في العمل الفني على الفكرة الاعلانية الافتراضية التي استمدتها من الخيال معتمد في تجسيدها على الرسوم المتحركة للموشن كرافيك حيث ظهور اولي للإعلان بخلفية سمائية اللون تظهر عليها اشكال افتراضية لفايروس كورونا بأحجام مختلفة شفافة مع ظهور

الإعلان عنوان باللون الأسود يشكل السيادة في اللقطة حيث ظهر كما في اللقطة (١) جسد المخرج الشخصيات الكارتونية، بالواقع الافتراضي التي تظهر في الإعلان باللقطات متنوعة يسرد من خلالها الخدمة المقدمة الى المجتمع عن الفرق واعراض كورونا والانفلونزا العادية لتوعية الجمهور وظهر فيها الجانب الفني في التصميم والإخراج الاعلاني حيث استخدمت اللقطات كبيرة جدا للشاشة وذلك لابرار الجانب الفني وملاً الفضاء بالتكوينات التي تلقي بظلالها على الجانب التصميمي للنتاج الفني.

كما ان اللقطة (٣٠٢) موظف الإضاءة واللون بالفاتحة والغامقة كما واختلاف الخلفيات لكل لقطة حيث استخدم المخرج طريقة التشبيه في شخصية (سبايدرمان) على شكل شخصية كارتونية، ليرمز للقوة والنشاط التي تكمن في الشخصية الخيالية للبطل، معبر عنها بالحماية الشخصية ، مما يضفي هذا النتاج الى التنوع الفني والجمالي بالتصميم والإخراج كما في اللقطة (٤،٦٠٤) لجذب انتباه الجمهور اذا شغل الفضاء الاعلاني بالشخصيات والحركة التي شغلت الفضاء العمل الفني في توزيع العناصر التيبوغرافية في التكوين الصوري من حجوم وكتل وتراكب اللقطات، محقق الانسجام ،

كما تنوعت الفكرة الاخراجية بظهور ثلاث لقطات متتالية من صورة داخل صورة في فكرة، ظهور لأيدي كارتونية مختزلة عن ظهور الجسم كامل للشخصية محقق الاختزال بالجسم عن اليد. بظهور يد تقلب صور في جهاز (الاي باد) كما هو موضح في اللقطة (٩٧٨٠٧) اما وظيفة الاختزال الشكلي فجاءت لجذب انتباه الجمهور ونوع الخدمة المقدمة فالمخرج استخدم التعليق مع النصوص الكتابية الرئيسية والفرعية مع توزيع الشخصيات والتدفق الصوري بشكل منظم ومنسق وظهور الشعار للمؤسسة الصحية في جميع اللقطات بالقيم البيضاء والصفراء.

كما في اللقطة (١٠١١٠١٢) واثارة الانتباه وحث المتلقي على استقبال المعلومة، استخدم المخرج الاختزال في العمل الفني الاختزال بالمؤثرات الصوتية حوار وإضاءة وصورة العمل الفني وإظهار الجانب الصحي ولقد تحقق التوازن في الخلفية والشخصيات واختزال الكتل واستبعاد كثرة الشخصيات الغير ضرورية كما في اللقطة (٣١٣٠٤١٥) وكذلك وضح المخرج عن طريق الإعلان عن كيفية عزل المصاب وماذا يجب التوفير له بأختزال شكلين الفضاء واللون وذلك لجذب الانتباه للديكور وهو(سرير) وسلّة (فواكة) ويكمن شكل الفاكهة لما يحتويه من فوائد صحية ضد هذا الفايروس، كما في (١٦) جاءت مع التعليق الذي كان مع الاحداث كيفية انتقال العدوى وكيفية المحافظة على سلامتك، استطاع المخرج من اظهار الجانب الفني والجمالي للتعبير عن بيئة نظيفة وصحية وجميلة وملائمة للعيش ممايحث

المتلقي او المؤسسات على التساؤل في سؤال افتراضي. لماذا لا نبني بيئة صحية متكاملة. كما في اللقطة (١٧) اشار المخرج في لقطات أخرى ان الحجر الصحي يجب ان يتسم بشروط وقائية للحفاظ على صحتك وكذلك الآخرين موضح التعليمات على تصميم شريط فني بشكل هندسي محوري تم استبعاد جميع الاشكال واتخذ الشعار فقط في اعلى يمين الإعلان وقد حقق الاختزال في عناصر الشكل للإعلان.

كما في اللقطة (١٨ و ١٩) اتخذ اخراج الإعلان في اللقطات الأخيرة ثلاث لقطات ذات خلفية بيضاء الأولى تشكل كمادات طبية استطاع المصمم ان يحقق التوازن في وسط التصميم والنص الكتابي في الأسفل يتخذ اللون الأسود مع شعار المؤسسة الصحية اعلى يمين الإعلان محقق الاختزال في اللون والعبارات والاشكال كما ترابطه مع اللقطة الأخرى هو بمعنى فني تعبيرى انه لا يجوز زيارة المريض السن الا بارتداء الكمامة مع اخذ التدابير الصحية اللازمة واخيراً ظهور لقطة بخلفية بيضاء تحمل شعار وزارة الصحة العراقية في وسط الإعلان بلقطة كبيرة جدا وذلك لاطهار السيادة والرمزية لهذه المؤسسة ولقد تحقق الاختزال الشكلي في العناوين والنصوص والكتل والحجوم والصوت والموسيقى والوقت كما في اللقطة (٢٠ و ٢١ و ٢٢) لان الإعلان جوهره في مضمونه واقتصار وقته لكي يعطي الفكرة والمغزى من الإعلان ومن المسلمات ايضاً ان كلما كان الإعلان أطول زادة الكلفة المادية للإعلان بعدد الثواني والدقائق بل حتى العرض بشتى اشكاله ولهذه الفكرة الاعلانية في التصميم والإخراج تم عن طريق برامج المونتاج والبريمير والافترافيكس وغيرها من التقنيات المستخدمة في برامج الحاسوب التي تم توظيفها لمثل هذه الإعلانات والتصاميم جميع الاعمال التي تدخل التصوير والإخراج لكونها تحتوي على مهام احترافية في العمل التصميمي.

#### الفصل الرابع / النتائج والاستنتاجات

##### النتائج:

١. جاءت الفكرة الاعلانية واقعية وافتراضية والتي مثلتها ظل الشخصيات والشخصيات الكرتونية والتي ساعدت في سرد تفاصيل الإعلان بطريقة مدروسة كما في النموذج أي بنسبة ٢٥% وعلى وفق مستويين الجمالي والوظيفي وهذا من اجل إيصال الفكرة وتحقيق الهدف الأساس من الإعلان.
٢. أن تنوع الإعلانات الارشادية والتوعوية له تأثير إيجابي على المشاهد من اتخاذ الإجراءات الوقائية الصحية ضد فايروس كورونا.

٣. أسهمت العناصر المرئية منها (الإضاءة، الديكور، اللون، الشكل والشخصيات) في النموذج أي بنسبة ٥٠% تكوين صورة ذهنية وتجسيدها واختزالها على وفق مايمتلكه المخرج من خبرات معرفية وتراكم معلوماتي.
  ٤. تحقق الاختزال في استخدام مؤثرات صوتية الصمت النص الكتابي والعنوانات والموسيقى والتعليق والحوار متماثلة في سرد الاحداث بصورة متكاملة ليتم إيصال المعنى للمتلقى بأسلوب ابداعي سلس وبزمن أقل كما في النموذج أي بنسبة ٢٥%
  ٥. ظهر اختزال صمت وموسيقى مع التعليق اجل احداث وقفة ونقل الحدث بأستمرارية وهذا يعمل على جذب واثارة اهتمام المشاهد وحثه على استقبال المعلومة.
  ٦. ان الاختزال الشكلي في الإعلانات الارشادية يساهم في التذكير وسرعة فهم الفكرة الاعلانية من حيث جوهر المضمون للعمل الاعلاني
  ١٠. ساعدت التقنيات الرقمية الحديثة في تصميم وإخراج الاعمال الفنية بطرق إبداعية وجمالية من حيث توظيف عناصر الاختزال الشكلي بجميع انواعه وفق رؤية مبتكرة وحديثة عن طريق عمل الواقع الخيالي وتجسيده بفكرة مرئية ظاهرة للعيان عن طريق التلفزيون وشاشات العرض
  ١١. اعتمدت العينة المنتخبة ووظف الاختزال البصري في الإعلانات الارشادية، وحقق التنوع في الاختزال من فكرة إعلانية وعناصر الاختزال الشكلي وظيفة الاختزال واشكال الاختزال البصري في جميع اللقطات حيث كان الاختزال يظهر من لقطة الى أخرى وبنفس التكرارات على الاعم الاغلب مع الافتقار الى شكل الحوار بين الشخصيات.
- التوصيات:**

١. التوسيع في توظيف المعالجات الاخبارجية وما تنتجها التقنيات من إمكانات هائلة في تقديم إعلانات مبدعة تتسم بالحدثة والابداع في الإخراج والتنفيذ.
٢. التأكيد على أهمية توظيف الاختزال في عنصر الوقت لما له دور في جذب انتباه المتلقي ، اذ يعد عنصر الوقت من عناصر التكوين المهمة .
٣. التأكيد على فاعلية الصورة والزمن والصوت نتيجة لما تحمله من قوة تعبيرية ووظيفية في تحقيق ابعاد اتصالية ناتجة من قوة الشكل والوضوح في المعنى المراد ايصاله للمتلقى.
٤. العمل على تدريب وتطوير العاملين والمصممين في مجالات الإعلان التلفزيوني عن طريق ورش العمل والتدريب الميداني .

**المقترحات: يقترح الباحث القيام بدراسة مايتأتي:-**

١. القيام بدراسة أساليب الاختزال والتكثيف البصري في تصاميم اغلفة المجلات.
  ٢. آلية توظيف الاختزال البصري في الإعلانات التفاعلية على المواقع الالكترونية.
  ٣. أساليب توظيف تقنية الاختزال الصوتي في الإعلانات التلفزيونية.
- المصادر والمراجع:**
١. إسماعيل شوقي: **الفن والتصميم** ، منشورات جامعة حلوان، القاهرة، ١٩٩٩، ص١٧٠.
  ٢. جوزيف ماشيللي : **التكوين في الصورة السينمائية** ، ترجمة :هاشم النحاس، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط١، القاهرة، ١٩٨٣.
  ٣. الدليمي، عبدالرزاق محمد : **الأعلان في القرن الحادي والعشرون**، ط١، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان- الاردن، ٢٠١٤.
  ٤. روبرت جيروم سكوت: **أسس التصميم**، تر:محمد يوسف ،دار النهضة مصر للطباعة، القاهرة، ١٩٨٠.
  ٥. شيرين احسان شيرزاد: **مبادئ في الفن والعمارة**، الدار العربية للنشر بغداد، ١٩٨٥.
  ٦. عبد الفتاح رياض :**التكوين في الفنون التشكيلية**، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٧٤.
  ٧. العبدلي،سمير عبد الرزاق،**الترويج والاعلان**،دار الكتاب للطباعة النشر، الموصل، ١٩٩٣.
  ٨. علي ثوبني : **مبادئ التصميم المعماري**، دار قابس للطباعة والنشر والتوزيع ،عمان - الأردن، ٢٠١٠.
  ٩. فاسو ليتكون: **المرأة والفضاء المسرحي** ، ترجمة محمد لطفي نوفل، مطابع المجلس الاعلان للاثار، القاهرة، ٢٠٠٠.
  ١٠. فرج عبو : **علم عناصر الفن** ، ج١، دار الدلفين للنشر، ميلانو، إيطاليا، ١٩٨٢.
  ١١. قاسم حسين صالح : **سايكولوجية ادراك اللون والشكل** ، وزارة الثقافة بغداد ، ١٩٨٦.
  ١٢. مارسيل مارتن: **اللغة السينمائية**. ترجمة: سعيد مكاوي، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٦٤.
  ١٣. مفتاح محمد عبد العزيز: **مناهج البحث العلمي في العلوم التربوية والنفسية أساليبها وتقنياتها**، مكتبة الزهراء للنشر والتوزيع، دار النهضة، ط١، بيروت - لبنان، (٢٠١٠).
  ١٤. نصيف جاسم محمد: **العقل التصميمي رؤى وافي**، وزارة الثقافة والاعلام ، ٢٠٠٠.
  ١٥. نصيف جاسم محمد: **تقنيات تصميم الاعلان المطبوع** ، سلسلة برنامج العراقية ، ط١، ٢٠١٥.
  ١٦. هاني عبيد: **نظم الانارة الاصطناعية (نقابة المهندسين الاردنيين)**، ط١، عمان، ١٩٨٧.

