

عناصر التصميم الإعلاني ودورها في تعزيز التعليم الأخضر

م.م مريم مثنى عبد الأمير

قسم التربية الفنية، كلية دجلة الجامعة

maryam.mouthana@duc.edu.iq

المستخلص

في ظل هذه التحديات البيئية المتزايدة كالتغير المناخي، وفقدان التنوع البيولوجي، فضلاً عن إستنزاف الموارد الطبيعية، أصبح التعليم الأخضر ضرورة ملحة لأجل إعداد أجيال قادرة على التفكير المستدام، واتخاذ قرارات مسؤولة، ومن خلال تعزيز قيم المسؤولية البيئية والتعاون المجتمعي، يسهم التعليم الأخضر في بناء مجتمعات مستدامة، إذ يصبح الأفراد أكثر وعي بأهمية الحفاظ على البيئة والعيش مع الطبيعة. في ظل التطور التكنولوجي والتقني الحاصل في العالم، وانتشار الادوات المؤثرة على جميع القطاعات، والوعي الحاصل بما تمر به المجتمعات من أساليب وإستراتيجيات تطور وتستحدث كل ما هو قائم ومتداول، وذلك من خلال خدمات متعددة تشمل جميع المحاور، وأن التعليم الأخضر يرتبط ارتباط وثيق بعلاقة تكاملية مع الاعلان إذ هو وسيلة مهمة جداً وفعالة لإجل دعم التعليم الأخضر، وفضلاً عن ذلك يمكنه ان يحتويه ويقدمه بأحسن صورة إذ انه يحقق أهداف كثيرة وبالاخص نشر الوعي لإهمية البيئة المستدامة وضرورتها، و يتحقق هذا من خلال رسائل إعلانية مدروسة ورصينة وحديثة، إذ أن الاعلان من التقنيات التي تعزز عمل المنشآت والشركات من خلال الخدمات التي يقدمها، كما أنه يعزز المفاهيم العامة للممارسات البيئية، ويقوم بتحفيز المجتمعات على تبنيها، فضلاً عن التأثير بشكل ايجابي على الاجيال. ومن هذا المنطلق نوضح أن عناصر التصميم الإعلاني تشتمل على عدة جوانب ومنها النصوص التي تعبر عن محتوى الرسالة الإعلانية، فضلاً عن الألوان التي تكون الجزء الأساس في الإعلان، كما انها تعمل على جذب انتباه المتلقين، إضافة إلى نقل الرسالة البيئية التي تدعم التعليم الأخضر، فضلاً عن إنتقاء الصور والرسوم التوضيحية التي تعبر عن أهمية الحفاظ على البيئة المستدامة والمساحات الخضراء في المؤسسات التعليمية. إذ يمكن للإعلانات أن تسلط الضوء على أهمية التعليم الأخضر ودوره في بناء مجتمع سليم ومستدام، من خلال الحملات الإعلانية والترويج على الإعلانات التوعوية الموجهة إلى الطلاب والمؤسسات التعليمية لغرض نشر ثقافة التعليم الأخضر، كما أن الإعلانات لها فئات مختلفة تستهدف أكبر قدر من المتلقين، وأن العناصر التصميمية تدعم الرسائل البيئية من خلال الرموز والإيقونات، والأشكال، والصور البيئية التي توضح تأثير التعليم الأخضر على الحياة اليومية. ويهدف هذا البحث الى أهمية تعزيز التعليم الأخضر ودوره في عناصر التصميم الاعلاني.



كما أستعرضت الباحثة الإطار النظري وما يتضمنه: التعليم الأخضر وفوائده – عناصر التصميم الإعلاني ودورها في تعزيز التعليم الأخضر – وسائل الترويج الإعلاني.

Elements of advertising design and their role in promoting green education

Maryam Muthana Abdul Ameer

Department of Art Education, Dijlah University College

Abstract

In light of these increasing environmental challenges such as climate change, loss of biodiversity, and depletion of natural resources, green education has become an urgent necessity in order to prepare generations capable of sustainable thinking and making responsible decisions. By promoting the values of environmental responsibility and community cooperation, green education contributes to building sustainable societies, as individuals become more aware of the importance of preserving the environment and living with nature. In light of the technological and technical development taking place in the world, the spread of influential tools in all sectors, and the awareness of the methods and strategies that societies are going through, developing and innovating everything that is existing and circulating, through multiple services that include all axes, and that green education is closely linked to an integrated relationship with advertising, as it is a very important and effective means to support green education, and in addition to that, it can contain it and present it in the best way. As it achieves many goals, especially spreading awareness of the importance and necessity of a sustainable environment, and this is achieved through thoughtful, solid and modern advertising messages, as advertising is one of the techniques that enhance the work of establishments and companies through the services it provides, as it enhances the general concepts of environmental practices, and motivates societies to adopt them, in addition to positively influencing generations. From this standpoint, we clarify that the elements of advertising design It includes several aspects, including texts that express the content of the advertising message, as well as colors that are the main part of the advertisement. It also works to attract the attention of recipients, in addition to conveying the environmental message that supports green education, as well as selecting images and illustrations that express the importance of preserving the sustainable environment and green spaces in educational institutions. Advertisements can highlight the importance of green education and its role in building a healthy and sustainable society, through advertising campaigns and promotion of awareness advertisements directed to students and educational institutions for the purpose of spreading the culture of green education. Advertisements also have different categories that target the largest number of recipients, and design elements support environmental messages through symbols and icons. And the shapes, and environmental images that illustrate the impact of green education on daily life. This research aims to the importance of promoting green education and its role in the elements of advertising design. The researcher also reviewed the theoretical framework and what it includes: green education and its benefits - elements of advertising design and their role in promoting green education - means of advertising promotion.

الفصل الاول

١- مشكلة البحث:

إن في ظل هذه التحديات العالمية نحو تحقيق البيئة المستدامة، أصبح التعليم الأخضر جزء من تحقيق أهداف البيئة المستدامة، فضلاً عن كونه أداة حيوية لتعزيز الوعي البيئي والسلوك المستدام، إضافة إلى ذلك يبقى دور عناصر التصميم الإعلاني فعال في تعزيز مفاهيم التعليم الأخضر وتوجيه السلوكيات الإيجابية غير كافٍ. إذ يثير ذلك تساؤلات إلى أي مدى يمكن أن تساهم عناصر التصميم الاعلاني في تعزيز فهم وتقبل المتلقين لمفاهيم التعليم الأخضر وزيادة مشاركتهم في ممارسات بيئية مستدامة، إضافة إلى التساؤل حول الكيفية التي يمكن بها توظيف الألوان، الصور، الرموز، النصوص الكتابية، في التصميم الإعلاني لغرض تحقيق تأثير علمي وفعال على الوعي والسلوك البيئي. ومن هنا حددت الباحثة مشكلة البحث التي جاءت وفق التساؤل الآتي:

ما هي عناصر التصميم الإعلاني وما دورها في تعزيز التعليم الأخضر؟

٢- أهمية البحث:

- ١- تسهم عناصر التصميم الاعلاني بشكل كبير في تعزيز الرسائل التي تدعم التعليم الأخضر.
- ٢- الإفادة التي يمكن أن يقدمها إلى الكثير من الباحثين والمستفيدين والطلبة في مجال تصميم الإعلان وحماية البيئة.

٣- هدف البحث:

- ١- التعرف على عناصر التصميم الإعلاني ودورها في تعزيز التعليم الأخضر.
- ٢- تحسين وأستدامة قدرة الطلاب على إستيعاب المعلومات والمفاهيم الأكاديمية حول أهمية التعليم الأخضر ودوره في حماية البيئة.

٤- حدود البحث:

- ١- الحدود الموضوعية: عناصر التصميم الإعلاني ودورها في تعزيز التعليم الأخضر.
- ٢- الحدود الزمانية: مجموعة من التصاميم الاعلانية التجارية لمنفذة لسنة ٢٠٢٤.
- ٣- الحدود المكانية: التصاميم الاعلانية المتمثلة في شبكات الأنترنت، موقع بيهاونس.

٥- تحديد المصطلحات:

التصميم الإعلاني

هو عملية إبداعية الهدف منها إنشاء رسائل بصرية لغرض الترويج لمنتجات، أو خدمات معينة، ويتضمن التصميم الإعلاني استخدام عناصر مختلفة مثل الألوان، الصور، النصوص الكتابية، التنسيق بشكل متكامل لأجل جذب إنتباه المتلقين المستهدفين، فضلاً عن إيصال الرسالة الاعلانية بشكل سلس

وفعال، يعد التصميم الإعلاني جزء أساسي من عملية الإعلان إذ أنه يسهم في تعزيز الهوية البصرية للعلامة التجارية التي تؤثر على قرار الشراء لدى المستهلكين.^١

التعريف الاجرائي: يقصد به استخدام المهارات البصرية مثل الألوان، والصور، والخطوط، والتنسيق من قبل المصمم بهدف إنتاج تصاميم إعلانية تسهم في جذب انتباه المتلقين المستهدفين، وتوصيل الرسالة الإعلانية بوضوح، مما يعزز الهوية البصرية للعلامة التجارية ويؤثر في قرارات الشراء.

التعليم الأخضر

هو نهج تعليمي حديث وأن الهدف منه هو دمج القضايا البيئية المستدامة في العملية التعليمية، إضافة إلى تعزيز الوعي البيئي، وتطوير السلوكيات والممارسات التي تسهم في الحفاظ على البيئة، إضافة إلى أنه يركز على تزويد الطلاب بالمعرفة والمهارات اللازمة لمواجهة التحديات البيئية، مثل تغير المناخ، إدارة الموارد الطبيعية، وتشجيعهم على إتخاذ قرارات جيدة تدعم التنمية المستدامة.^٢

التعريف الاجرائي: يقصد به دمج المفاهيم البيئية في العملية التعليمية من خلال أنشطة وممارسات تهدف إلى رفع وعي الطلبة بالقضايا البيئية، وتنمية سلوكيات تحافظ على البيئة، وتزويدهم بالمعارف والمهارات التي تساعدهم على التعامل مع التحديات البيئية ودعم أهداف التنمية المستدامة.

الأطر النظري/ المبحث الأول

التعليم الأخضر وفوائده

يُعد التعليم الأخضر من المفاهيم الحديثة إذ أنه يتضمن شقين الأول يرتبط بالجانب البيئي، والثاني يركز على التنمية المستدامة في حماية البيئة ولا يمكن فصل هذين الشقين وذلك لأن التعليم الأخضر يهدف إلى زيادة الوعي البيئي لدى الطلاب، إضافة إلى تنمية وتحسين مهاراتهم العقلية والاجتماعية، لأجل توفير بيئة صحية وصديقة للبيئة، إذاً فالتعليم الأخضر هو (عملية تثقيفية وتوعية لإجل بناء جيل قادر على حل المشاكل البيئية التي يعاني منها العالم، ووضع حلول مناسبة لها كما أنه يهتم بالبرامج البيئية والبنية التحتية الخضراء من تشجير ومباني ومصادر طاقة خضراء، إضافة إلى استخدام التقنيات الحديثة لغرض التأكيد على تطوير المناهج وممارسات تعزيز الثقافة الخضراء)^٣ وفي الأونة

^١ - روبن لانداء، الاعلانات والتصميم: اتيكار الافكار الابداعية في وسائل الاعلام، تر: صفية مختار، مؤسسة هنداي للنشر، ٢٠١٧، ص ٤٩.

^٢ - حامد سعداوي منصور، التعليم الاخضر في العصر الرقمي، عين حورس للطاعة والنشر والترجمة، ٢٠٢٣، ص ٦٦.

^٣ - الحسيني، فايضة، التعليم الاخضر توجه مستقبلي في العصر الرقمي، المجلة الدولية للحو في العلوم التربوية، المؤسسة الدولية لآفاق المستقبل، مجلد ٣، عدد ٣، ٢٠٢٠، ص ١٧٧.

الأخيرة تعالت الدعوات ضرورة تنمية الوعي البيئي، إضافة إلى ترشيد الإستهلاك للطاقة، والعناية بالبيئة من الملوثات الصناعية وحسن إستغلال مواردها، ومن هنا نال التعليم الأخضر إهتمام دولي بارز من خلال أهميته بتبني شعار الأخضر والعودة للطبيعة كالمباني الخضراء، الاقتصاد الأخضر، الذي يتطلب معالجة النقص الحاصل في المهارات ويتم ذلك عن طريق تطوير البرامج والمقررات الدراسية برؤية جديدة تدفع إتجاه التنمية المستدامة، لذا يمكن القول بأن التعليم الأخضر هو (يعبر عن منظور جديد لغرض إستخدام التطبيقات التكنولوجية الحديثة والتي تساعد على المحافظة على البيئة، فضلاً عن ترشيد الإستهلاك وتوفير وقت وجهد للطالب والأستاذ)٤.

فوائد التعليم الأخضر٥

- ١- يسهم التعليم الأخضر في تقليل استهلاك الطاقة في المؤسسات التعليمية مثل استخدام أجهزة حاسوب توفر الطاقة، إضافة الى توفير أنظمة اضاءة وتكييف فعالة.
- ٢- يشجع التعليم الأخضر على تقليل استخدام الورق ويتم من خلال الاعتماد على الخدمات الإلكترونية مما يقلل من الاعتماد على استخدام المواد الورقية والكتب التقليدية.
- ٣- يساهم في الحفاظ على الموارد الطبيعية.
- ٤- يعتمد التعليم الأخضر على استخدام تقنيات حديثة وادوات تعليمية متقدمة مثل الاجهزة اللوحية، المنصات التعليمية الرقمية، مما تسهم في تحسين جودة التعليم وزيادة الانجاز.
- ٥- إنشاء بيئة تعليمية صحية من خلال تصميم مباني خضراء اضافة الى زيادة المساحات الخضراء في الحرم الجامعي كون التعليم الأخضر يوفر بيئة تعليمية صحية وأمنة للطلاب.
- ٦- تدريب الطلاب على القيادة المستمرة واكسابهم مهارة اتخاذ القرار، لأنه يركز على التعلم بالممارسة.
- ٧- يمثل التعليم الأخضر اداة اساسية لتحقيق تنمية مستدامة وحماية البيئة للأجيال الحالية والقادمة.

المبحث الثاني/ عناصر التصميم الاعلاني

تتمثل عملية التصميم الاعلاني من خلال إنشاء بناء تصميمي يتكون من عناصر تصميمية مترابطة ومتناسقة ليتم من خلالها إبراز البنية الشكلية للتصميم بطريقة جذابة ومثيرة لإعجاب المتلقين، (إذ تعد اللغة البصرية هي الجزء الاساس في عملية التصميم فتتحقق أهدافها وفق أسس وقوانين ترتبط بالتنظيم البصري الذي يعد جوهر العملية التصميمية ومدى تأثيرها على الإعلان من الناحية

٢- احمد عبد الله الزهراني، التعليم الأخضر: نحو مدارس مستدامة، دار الفكر العربي للنشر، ٢٠٢١، ص ٥٥.

٣- اوكيل سعيد، الابتكار التكنولوجي لتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التنافسية، الرياض، العبيكان للنشر والتوزيع،

٢٠١١، ص ١٠٠-١٠٢.

الجمالية، التعبيرية، كي تصل إلى مضمون الفكرة التصميمية النهائي^٦ ويفقد التصميم قيمته الأساسية إذا تم أهمل تنظيم العناصر وفق قوانين واسس محددة وذلك لان اهداف التصميم ترتبط ارتباط وثيق بالبناء التصميمي.

فيما يلي بعض النقاط التي توضح لنا عناصر التصميم الاعلاني ودورها في تعزيز التعليم الاخضر:

١- الشكل: هو أحد عناصر التصميم الاعلاني إذ أنه يلعب دوراً حيوياً في جذب إنتباه المتلقين، وتوجيه الرسالة المراد إيصالها لهم، كما أنه يسهم في تحقيق الأهداف التسويقية وذلك من خلال التأثير على سلوك المستهلكين، ويمكن أن يتضمن الشكل الاشكال الهندسية، الصور، الرموز وجميعها تساهم في بناء تجربة بصرية مميزة. (وان عملية التطور في الفن هي عملية تطور الشكل)^٧ وان الشكل هو أول شيء يدركه المرء ويتعلمه في الحياة وأول شيء يدركه المتلقي هو الشكل الكامل لينتقل بعدها الى التفاصيل.

٢- الالوان: تعد الالوان احد العناصر الاساسية في التصميم الاعلاني وتعزيز التعليم الاخضر إذ انها تسهم في تعزيز جاذبية النصوص وتوجيه إنتباه القارئ ويتيح استخدام الالوان للمصممين امكانية دمج درجات لونية متناسقة مما يعمل على رفع مستوى التصميم، اضافة الى مراعاة الدلالات النفسية والثقافية لكل لون، وذلك لتجنب نقل رسائل غير مقصودة. (إذ ان الألوان تؤثر على إدراك المستهلك للمنتج او الخدمة المعلن عنها فهو يؤثر مشاعر معينة)^٨ على سبيل المثال ان حملات المنظمات البيئية تستخدم اللون الاخضر في حملاتها التي تهدف الى زراعة الاشجار ومكافحة التصحر، كما يتم استخدام اللون الاخضر في اللافتات والاعلانات لاجل التأكيد على ارتباط المشروع بالطبيعة وأهمية حماية البيئة.

٣- الصور: للصور دور مهم في عناصر التصميم الاعلاني وذلك كونها عملية تفاعلية تثير إنتباه المتلقين، إضافة الى أن الصور هي عنصر جذاب في الاعلان فيتم إضافة مؤثرات خيالية وجمالية للصورة بأستخدام انماط وتقنيات مختلفة إذ (للصورة تأثيرات مباشرة على الخيال المتلقي وكلما زادت الصورة قوة سهل السيطرة على مخيله المتلقي وإزداد ميلها)^٩ فأحدثت الصور ثورة في مجال الاعلان

١- الكبيسي، ابراهيم حمدان سبتي، الفكرة التصميمية للمنجز الطباعي، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، ٢٠٠١، ص ٨٣.

٢- نجم عبد حيدر، التحليل والتركيب في اللوحة العراقية المعاصرة، اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ١٩٩٦، ص ١٧١

٣- احمد بدر، العلاقات العامة والإعلان، دار المعارف للنشر، ٢٠٠١، ص ٥٤.

١- خليل صابات، الاعلان تاريخه اسسه قواعده فنونه واخلاقياته، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨١، ص ٢٣٩.

وذلك لأنها تعزز القدرة الإبداعية لعنصر الجذب والتشويق، إضافة إلى أنها تفتح آفاق جديدة وغير مألوفة.

٤- العناوين والمادة الكتابية: يعد العنوان من أهم عناصر التصميم الاعلاني إذ يلعب دوراً محورياً في تنظيم وتنسيق النصوص إذ تستخدم لغرض تقسيم المحتوى وتوجيه إنتباه القارئ إلى الأقسام المختلفة (ويتم تمييز العناوين عن طريق تغير حجم الخط وزيادة سمكه، إضافة إلى استخدام ألوان مختلفة، أو اختيار خطوط مميزة، تسهم في إنشاء تسلسل هرمي بصري يسهل على القارئ التثقل وفهم المحتوى)^{١٠} أما المادة الكتابية تشمل النصوص الأساسية التي تقدم المعلومات للقارئ و(إن اختيار نوع الخط وحجمه وتباعده الأسطر والمسافات بين الأحرف تكون من العوامل المهمة التي تؤثر على قابلية القراءة وسهولة استيعاب المحتوى)^{١١} لذا يجب على المصمم من اختيار خطوط واضحة ومريحة للعين مع مراعاة تباين بين النص والخلفية وذلك لضمان وضوح القراءة.

٥- الشعار: يستخدم الشعار لغرض الدلالة على العلامة التجارية لوزارة أو مؤسسة ما أو سلعة معينة، إضافة إلى أنه يستخدم لخصوصية شيء معين أو لغرض توضيح فكرة ما، ويعد بمثابة هوية للمنتج أو الشركة أو السلعة المعلن عنها، ويجب أن يكون الشعار بسيط ويمكن فهمه ونطقه بسهولة من قبل المتلقي حتى يستطيع تذكره، كما ينبغي أن يكون قريب من مواصفات السلعة، فهو يساعد على ارتباطه بذهن المتلقين.^{١٢}

برامج التصميم الاعلاني

إنها أدوات رقمية تستخدم لإنشاء وتصميم المواد الاعلانية مثل الملصقات، البروشورات، الاعلانات الرقمية، وغيرها من التصميم وأن هذه البرامج تتيح للمصممين الحرية في تنفيذ أفكارهم الإبداعية بفاعلية ودقة، إضافة إلى توفير ميزات متنوعة تشمل تحرير الصور، تصميم الرسوم البيانية، التحكم في اختيار الألوان والخطوط.

ومن أهم برامج التصميم الاعلاني هي:^{١٣}

٢- إبراهيم محمود القصاص، دليل المصمم الجرافيكي إلى عالم التيبوغرافيا، عمان - الأردن، دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٤٩.

٣- النادي، نور الدين احمد وآخرون، تصميم الإعلان (الدعاية والإعلان في السينما والتلفزيون)، عمان - الأردن، مكتبة المجتمع العربي، ص ١٦٤.

٤- العلاق، بشير، الإبداع والابتكارية في الإعلان مدخل تطبيقي، عمان - الأردن، دار البازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ١٧٥.

١- العربي رمزي، التصميم الكرافيكي، عمان، ٢٠٠٨، ص ٧٨.

- ١- أدوبي فوتوشوب: برنامج متخصص لتحرير الصور وإنشاء التصاميم البصرية.
- ٢- أدوبي إليسترياتور: يستخدم لإنشاء الرسوم المتجهة والشعارات والرسوم التوضيحية.
- ٣- كوريل درو: برنامج تصميم كرافيكي يستخدم لإنشاء وتحرير الرسوم المتجهة.
- ٤- كانفا: هو أداة تصميم عبر الإنترنت إذ يسهل من إنشاء التصاميم الاعلانية البسيطة والمتوسطة دون الحاجة الى خبرة سابقة.

وتعد هذه البرامج اساسية في مجال الاعلان وتعزيز التعليم الاخضر في المؤسسات التعليمية إذ تساعد في انتاج مواد جذابة وفعالة تسهم في إيصال الرسالة الاعلانية بوضوح وجاذبية.

المبحث الثالث/ وسائل الترويج الاعلاني

يُعد الترويج الاعلاني هو أحد الأنشطة الأساسية التي تهدف إلى إيصال الرسالة التسويقية للشركة المعلنة إلى المتلقين المستهدفين. كما انه يسعى إلى تعريف المتلقين بالمزايا والعروض المتعلقة بالمنتجات والخدمات، بالإضافة إلى تعزيز الوعي بمنتجات الشركة المعلنة، مما يساهم في زيادة المبيعات. كما يؤثر الترويج بشكل مباشر على قرارات الشراء، إذ انه يشمل مجموعة من الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة أو الشركة وذلك بهدف تعريف المستهلك بالسلعة أو الخدمة المُعلن عنها، وإقناعه بشرائها أو تقبل فكرة ما^{١٤}.

وسائل الترويج الاعلاني^{١٥}

- ١- وسائل الاعلام الرقمية التي تشمل وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، انستغرام، يوتيوب، إذ يمكن من خلالها استهداف المتلقين بشكل دقيق.
- ٢- الاعلانات على محركات البحث مثل Google Ads، وتستخدم لغرض الوصول الى المستخدمين إنشاء الحث عن منتجات او خدمات معينة.
- ٣- المواقع الالكترونية ويتم ذلك من خلال الاعلانات ذات المحتوى المدمج.
- ٤- الاعلانات الخارجية مثل اللوحات الاعلانية الكبيرة التي تعرض في الاماكن العامة كالطرق السريعة والمناطق التجارية، إذ يتم وضع لوحات اعلانية كبيرة في الطرقات تهدف الى تعزيز دور التعليم الأخضر في حماية البيئة وتطوير المؤسسات التعليمية.
- ٥- الشاشات الرقمية التي تستخدم في مراكز التسوق والمطارات إذ يمكن عرض الاعلان فيها اكثر من مرة لغرض جذب انتباه المتلقين وترسيخ الاعلان في إذهانهم.

٢- العديلي، مبروك عباس، التسويق الالكتروني، عمان - الأردن، دار امجد للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص

٣- الصيرفي، محمد عبد الفتاح، الإعلان، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، ٢٠١٣، ص ١٣-١٥.



٦- الاعلانات المباشرة التي تتم عن طريق التسويق عبر البريد الإلكتروني ويمكن من خلاله ارسال رسائل اعلانية مباشرة الى المتلقين المستهدفين.

٧- الاعلانات التفاعلية التي تتم من خلال الالعاب الاعلانية التي تشجع المستخدمين على التفاعل مع الاعلان، اضافة الى تقنية الواقع المعزز والواقع الافتراضي التي تقدم للمتلقين تجربة جديدة ومبتكرة. المؤشرات التي اسفر عنها الإطار النظري:

١- يهدف التعليم الاخضر إلى زيادة الوعي البيئي لدى الطلاب، إضافة إلى تنمية وتحسين مهاراتهم العقلية و الاجتماعية.

٢- تعد عناصر التصميم الإعلاني (اللون، الخط، الصورة، التوازن، التباين) من الأدوات البصرية الأساسية التي تسهم في جذب انتباه المتلقي، وتعزيز فهم الرسالة الإعلانية، وترسيخها في الذهن، مما يزيد من فاعلية الإعلان وتأثيره في سلوك المستهلك.

٣- يُعد الترويج الإعلاني هو أحد الأنشطة الأساسية التي تهدف إلى إيصال الرسالة التسويقية للشركة المعلنة إلى المتلقين المستهدفين.

٤- تعد برامج التصميم الإعلاني أدوات أساسية تساعد المصممين في إنتاج إعلانات جذابة وفعالة بصرياً.

اجراءات البحث

١- منهج البحث:

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وذلك لملائمته اجراءات الدراسة الحالية وتحقيق هدفا البحث.

٢- مجتمع البحث:

تكون مجتمع البحث الحالي مجموعة من التصميم الاعلانية التجارية المتمثلة بشبكات الانترنت، وموقع بيهاونس المنفذة عام ٢٠٢٤.

٣- عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث التي تتناسب مع طبيعة البحث الحالي وتتلائم مع هدفه، إذ تم اعتماد نسبة ٢٠٪ من مجتمع البحث البالغ (٢٠) اعلان، وتم إستخراج (٢) إنموذجان من العينات وبطريقة عشوائية، مماثلة لمشكلة البحث، ومماثلة للحدود الزمانية والمكانية.

٤- اداة البحث:

وصولاً إلى تحقيق أهداف البحث قامت الباحثة بإعداد استمارة تحليل محاور إعدمت فيها على مؤشرات الإطار النظري والأدبيات والدراسات السابقة والدراسة الإستطلاعية التي تفي بمتطلبات البحث وتحقيق هدفه وتضمنت الإستمارة (٤) محاور.

٥- تحليل نماذج العينة

إنموذج (١)

اسم الشركة: Coca Cola.

نوعه: اعلان تجاري للمشروبات الغازية.

الوصف العام

تصميم اعلاني خاص بشركة (Coca Cola) للمشروبات الغازية إذ أشتمل الاعلان على زجاجة مشروب (Coca Cola) التي ظهرت في المنتصف ومحاطة بأوراق نباتية وزهور طبيعية،

مما يجعل الزجاجة تبدو وكأنها جزء من الطبيعة، وتضمنت خلفية التصميم جبلاً مغطاة بالثلوج وسماء زرقاء مع سحب بيضاء، مما يعكس الشعور بالانتعاش والنقاء للطبيعة، وشغلت النصوص الكتابية الجزء الاسفل من الفضاء التصميمي للاعلان والتي تركز على الارتباط بالطبيعة مع شعار Refreshment الذي كتب باللون الاحمر.

التحليل

١- عناصر التصميم الإعلاني

تنوعت عناصر التصميم في الاعلان إذ أظهرت توظيف المصمم لشكل فنية زجاجة الكوكاكولا مغطاة بالنباتات وبشكل إبداعي يجذب إنتباه المتلقين ويثير فضولهم تجاه الاعلان مما يجعل التصميم مبتكر وغير تقليدي، أما بالنسبة للإلوان المستخدمة إذ شغل الفضاء التصميمي النباتات التي كانت باللون الاخضر التي تعطي شعور بالاسترخاء اضافة الى ان اللون الاخضر يعزز الرسالة البيئية ويشجع المتلقين على تبني ممارسات أكثر مستدامة. اما اللون الاحمر فقد تمثل بالهوية البصرية العلامة التجارية لشركة كوكاكولا وهذان اللونان يعكسان تناغم مع الطبيعة ويلفت الانتباه، اما الجبال فقد كانت بالقيمة الضوئية البيضاء لتعطي شعور بالنقاء والانتعاش. اما بالنسبة للصور فقد ظهرت صورة الزجاجة وهي مغطاة بالنباتات التي تدمج بين المنتج والطبيعة، وصورة الجبل تضيف للاعلان بعد بصري والتي تدعم فكرة الانتعاش الطبيعي الذي ينسجم مع الطبيعة والنباتات الخضراء، اما الشعار فقد تم توظيف شعارين الاول ظهر في الجزء العلوي من الاعلان بجهة اليسار والثاني ظهر وضوح على الزجاجة مما يعزز التعرف على العلامة التجارية.

٢- نوع فكرة الاعلان التصميمية:

الفكرة التصميمية جاءت مركبة في هذا الاعلان إذ أن الاعلان هنا يجمع بين العناصر البيئية الطبيعية والانتعاش وبين المنتج التجاري للقفينة الزجاجية الكوكاكولا بطريقة غير مباشرة وان تصميم هذه الفكرة يعتمد على اىصال الرسالة الاعلانية الى المتلقين بأن هذا المنتج مرتبط بالطبيعة والنقاء.

٣- نوع البرنامج المستخدم في التصميم:

تم تصميم هذا الاعلان بواسطة البرامج الحاسوبية المتخصصة في مجال التصميم ، إذ قام المصمم بدمج الصور ومعالجتها بواسطة برنامج Adobe Photoshop فضلا عن ادخال النصوص الكتابية المتوفرة في البرنامج، أما بالنسبة للإضافات البصرية الاضاءة والظلال فقد قام المصمم بإنشاءها و اضافتها في الاعلان بواسطة برنامج Adobe Illustrator.

٤- وسائل الترويج المستخدمة:

تم استخدام وسيلتين ترويجيتين في هذا الاعلان الاولى الاعلان البصري الذي يعتمد على الجمع بين التصميم الكرافيكى والعناصر الطبيعية لاجل إنشاء صورة جذابة وملهمة بالنسبة للمتلقين وان صورة الطبيعة هي اشارة الى النقاء والبيئة السليمة الخالية من التلوث مما ينشأ ارتباط عاطفي بين المستهلك والمنتج من خلال رمز البيئة والجانب العاطفي. أما الثانية هي وسيلة اعلان مباشرة تم استخدامها في الأحداث البيئية وحملات الحزام الاخضر، الحملات الترويجية.



إنموذج (٢)

اسم الشركة: Nestle Pure Life

نوعه: اعلان تجاري لقنينة مياه.

الوصف العام

تصميم اعلاني خاص لشركة (Nestle Pure Life) إذ يظهر

في منتصف الاعلان قنينة مياه وبتدفق مائي الى الاسفل يتكامل مع الطبيعة الخلابة وأشتمل الفضاء التصميمي على اشجار ووديان وسهول لتتناسب مع طبيعة المنتج المعلن عنه بأن الماء هو سر الحياة وديمومتها، وفي الجزء الاعلى الايمن من الاعلان ظهر نص كتابي عنوان من قلب الطبيعة بالقيمة الضوئية البيضاء، من خلالها يعكس ارتباط المنتج بالطبيعة والنقاء، مما يعزز فكرة الاعلان الرئيسية.

التحليل

١- عناصر التصميم الإعلاني:

قام المصمم بتوظيف شكل القنينة المدمجة مع تدفق الماء والتي قدمت تصميم مبتكر يوحي بالانتعاش، فضلاً عن توزيع العناصر التصميمية بشكل متناغم ليُجعل التصميم متوازن ويجذب إنتباه المتلقين ويثير أهتمامهم تجاه الاعلان. اما بالنسبة للالوان كان اللون الازرق هو اللون الاساسي الذي تمركز في منتصف الاعلان الذي يرمز الى النقاء والانتعاش المرتبط بالمياه ونقاء السماء، اما بالنسبة للون الاخضر تمثل في النباتات الخضراء التي سادت الفضاء التصميمي الذي يعطي شعور بالهدوء والبيئة النقية والاستدامة وكانت التدرجات اللونية بين اللون الازرق والاخضر تبني توازن بصري وجذاب بالنسبة للمتلقين. وظهرت المادة الكتابية من قلب الطبيعة التي كتبت بخط واضح وانيق يعكس ثقة الجهة المعلنة اضافة الى ربط المنتج بالطبيعة ليعزز من رسالة الاعلان، ظهر شعار Nestlé Pure Life في منتصف قنينة المياه واسفل الاعلان ليعزز من التعرف على العلامة التجارية للشركة المعلنة.

٢- نوع فكرة الاعلان التصميمية:

جاءت فكرة الاعلان بطريقة المزج بين الفكرة الواقعية والمركبة، استمدت الواقعية من خلال توظيف المصمم صورة الطبيعة المتمثلة بالنباتات الخضراء ودمج معها قنينة الماء لتضفي حركة ديناميكية على التصميم، والفكرة المركبة جاءت من خلال الجمع بين الطبيعة والمنتج المعلن وبطريقة مباشرة وغير معتادة، وان التدفق المائي مع المنتج أضاف لمسة ابداعية للتصميم.

٣- نوع البرنامج المستخدم في التصميم:

تم تصميم الاعلان بالكامل بواسطة برنامج Adobe Photoshop اذ اعتمد المصمم على دمج صورتين معا ومعالجتها تقنيا عن طريق اخفاء الحواف الخارجية للصورتين ودمجها معا لتظهر كأنها صورة واحدة، فضلاً عن اضافة النص الكتابي وشعار الشركة المعلنة.

٤- وسائل الترويج المستخدمة:

أن الاعلان مناسب لعدة وسائل ترويجية ومنها اعلانات وسائل التواصل الاجتماعي على المنصات أنستغرام، فيسبوك، اضافة الى المواقع الالكترونية المرتبطة بمنتجات الاستدامة والصحة، فضلاً عن منظمات حماية البيئة التي تشجع على الاهتمام بالمساحات الخضراء والمياه لجعل البيئة التعليمية أكثر نقاوة واستدامة.

النتائج

١- اسهمت عناصر الاعلان بتقديم صورة واضحة عن المنتج المعلن عنه مع رسالة بسيطة وجذابة تشجع على الارتباط بالطبيعة والنقاء.



- ٢- ان التصميم الابداعي والتوزيع المتوازن للالوان والدمج بين النباتات الخضراء والمنتج حقق جاذبية بصرية قوية بالنسبة للمتلقين، اضافة الى تعزيز هوية المنتج البيئية.
- ٣- ساهمت وسائل الترويج الاعلاني بنشر الثقافة البيئية من خلال حث الجهات المعنية على زرع الاشجار ومكافحة التصحر وأنشاء بيئة صحية واكثر استدامة.
- ٤- استخدام اللون الاخضر في العديد من المبادرات التسويقية وذلك لغرض تعزيز حماية البيئة والمؤسسات التعليمية من التلوث، إذ أنه يُعد رمز للطبيعة والهدوء والنقاء.

الاستنتاجات

- ١- يمثل التعليم الاخضر احد المفاهيم الحديثة التي تهدف الى تعزيز الاستدامة البيئية من خلال بناء وعي بيئي قوي لدى الافراد.
- ٢- يركز التعليم الاخضر والوسائل الترويجية على تحسين استهلاك الطاقة والحفاظ على البيئة من خلال السلوكيات الصديقة للبيئة.
- ٣- استخدام الاعلان والتكنولوجيا الحديثة في تعزيز التعليم الاخضر ونشر ثقافة الحفاظ على البيئة بين المجتمعات بشكل أوسع.
- ٤- تكثيف الحملات الاعلانية والوسائل الترويجية في الاماكن العامة ومواقع التواصل الاجتماعي فضلا عن الاعلانات التفاعلية التي تهدف الى زيادة الوعي البيئي وبناء ثقافة عامة تسهم في حماية الارض من التلوثات والانبعاثات الناتجة من المصانع وغيرها.

المصادر والمراجع

١. ابراهيم محمود القصاص، دليل المصمم الجرافيكي الى عالم التبيوغرافيا، عمان - الاردن، دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩.
٢. احمد بدر، العلاقات العامة والإعلان، دار المعارف للنشر، ٢٠٠١.
٣. احمد عبد الله الزهراني، التعليم الأخضر: نحو مدارس مستدامة، دار الفكر العربي للنشر، ٢٠٢١، ص ٥٥.
٤. اوكيل سعيد، الابتكار التكنولوجي لتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التنافسية، الرياض، العبيكان للنشر والتوزيع، ٢٠١١.
٥. حامد سعداوي منصور، التعليم الاخضر في العصر الرقمي، عين حورس للطباعة والنشر والترجمة، ٢٠٢٣.
٦. الحسيني، فايزة، التعليم الاخضر توجه مستقبلي في العصر الرقمي، المجلة الدولية للحو في العلوم التربوية، المؤسسة الدولية لآفاق المستقبل، مجلد ٣، عدد ٣، ٢٠٢٠.
٧. خليل صابات، الاعلان تاريخه اسسه قواعده فنونه واخلاقياته، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨١، ص ٢٣٩.
٨. روبن لانداء، الاعلانات والتصميم: اتيار الافكار الابداعية في وسائل الاعلام، تر: صفية مختار، مؤسسة هنداوي للنشر، ٢٠١٧.
٩. الصيرفي، محمد عبد الفتاح، الإعلان، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، ٢٠١٣.



١٠. العديلي، مبروك عباس، التسويق الالكتروني، عمان - الأردن، دار امجد للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
١١. العربي رمزي، التصميم الكرافيكي، عمان، ٢٠٠٨.
١٢. العلاق، بشير، الإبداع والابتكارية في الإعلان مدخل تطبيقي، عمان - الأردن، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٠.
١٣. الكبيسي، ابراهيم حمدان سبتي، الفكرة التصميمية للمنجز الطباعي، اطروحه دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، ٢٠٠١.
١٤. النادي، نور الدين احمد واخرون، تصميم الإعلان (الدعاية والإعلان في السينما والتلفزيون)، عمان - الأردن، مكتبة المجتمع العربي.
١٥. نجم عبد حيدر، التحليل والتركييب في اللوحة العراقية المعاصرة، اطروحه دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ١٩٩٦.