International Journal for Scientific Research (IJSR)

المجلة الدولية للبحوث العلمية

Vol. (3), No. (10) October 2024 الإصدار (3)، العدد (10)

توظيف التكنولوجيا في تصميم الإعلان الرقمي وتمثلاتها الإبداعية في نتاجات طلبة التربية الفنية

ساهره فخري سلامه

دكتوراة، تربية فنية، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد - تدريسية، كلية الفنون التطبيقية، الجامعة التقنية الوسطى، العراق

sahera.salama@gmail.com

ملخص البحث

تناول البحث موضوع (توظيف التكنولوجيا في تصميم الإعلان الرقمي وتمثلاتها الإبداعية في نتاجات طلبة التربية الفنية) احتوى البحث أربعة فصول، تناول الفصل الأول: الإطار المنهجي للبحث، متمثلاً بمشكلة البحث التي تجلت بالتساؤل الآتي: ما الكيفية التي أسهمت بها التكنولوجيا بتوظيف في تصميم الإعلان الرقمي وما الها دور في إثراء العملية الإبداعية وتمثلت في نتاجاتهم الفنية. حددت الباحثة حدود البحث التي تمثلت بنتاجات طلبة قسم التربية الفنية – المرحلة الأولى/ كلية الفنون الجميلة/ جامعة بغداد للعام الدراسي (2020-2021)، وبعدها انتقلت الباحثة إلى الفصل الثاني الذي ضم مبحثان كان عنوان المبحث الأول توظيف التقنية التكنولوجيا فنياً للإعلان، وضم المبحث الثاني العملية الإبداعية والمعايير الجمالية في المنجز الفني، واستخرجت الباحثة جملة من المؤشرات التي أسفر عنها الإطار النظري، في حين تناول الفصل الثالث منهجية البحث واجراءاته وتحليل عينات البحث، أما الفصل الرابع قد اشتمل على نتائج البحث واستنتاجاته والتوصيات والمقترحات، وقد خرج البحث بمجموعة من النتائج أهمها:

1. استخدام الأساليب التقنية الرقمية في توظيف الأشكال من خلال اتباع تقنية التجميع والتركيب الصور الفوتوغرافية، وتوليد إيقاع رئيسي بين الصور والقيم اللونية، خدمت الجانب الوظيفي والعملية الإبداعية للبوستر الإعلاني.
2. أظهر الحاسوب في استخدام الحروف وصياغته الشكلية في الفضاء التصميمي نوعاً من التنوع والإثارة ومن أهم الاستنتاجات هي أن استخدام التقنية الرقمية في مجال التربية الفنية للمواد الدراسية العملية أعطى قدرة للطلبة في تنويع أنماط الإنتاج الفني ومع سهولة الإجراءات المتبعة في إنتاج هذه الأعمال الفنية.

الكلمات المفتاحية: توظيف، تكنولوجيا، التصميم، الإعلان الرقمي، العملية الإبداعية.

International Journal for Scientific Research (IJSR)

المجلة الدولية للبحوث العلمية

Vol. (3), No. (10) October 2024 الإصدار (3)، العدد (10)

Employing Technology in Digital Advertising Design and its Creative Representations in the Products of Art Education Students

Sahera Fakhri Salama

PhD, Art Education, College of Fine Arts, University of Baghdad - Lecturer, College of Applied Arts, Middle Technical University, Iraq

sahera.salama@gmail.com

Abstract

The research dealt with the topic of (employing technology in the design of digital advertising and its creative representations in the products of art education students). The research contained four chapters. The first chapter dealt with: the methodological framework of the research, represented by the research problem that was revealed in the following question: How has technology contributed to employment in the design of digital advertising? They have no role in enriching the creative process and are represented in their artistic productions. The researcher determined the limits of the research, which were represented by the products of the students of the Department of Art Education - First Stage / College of Fine Arts/ University of Baghdad for the academic year (2020-2021), and then the researcher moved to the second semester, which included two sections. The title of the first section was employing technology artistically for advertising, and the section included the second is the creative process and aesthetic standards in the artistic achievement, and the researcher extracted a number of indicators that resulted from the theoretical framework:

1. The use of digital technical methods in employing shapes by following the technique of assembling and composing photographs, and generating a main rhythm between images and color values, served the functional aspect and the creative process of the advertising poster.

2. The computer showed a kind of diversity and excitement in the use of letters and their formal formulation in the design space. Among the most important conclusions is that the use of digital technology in the field of art education for practical academic subjects has given students the ability to diversify the styles of artistic production and facilitate the procedures used in producing these artistic works.

Keywords: Implement, Technology, Design, Digital Advertising, The Creative Process.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

مشكلة البحث

تطور المجتمع العالمي بشكل كبير في شتى المجالات نتيجة الثورة التكنولوجيا المتمثلة بالبحث والاكتشاف والإبداع في المجالات العلمية والتقنية أضحت ضرورة من ضروريات الحياة العملية بما فتحت مجالات على الصعيدين الفكري والفني الإبداعي، وتطور آلية الإنتاج التصميمي للبوستر الإعلاني، والأدوات المستخدمة وما تتمتع به من سرعة ودقة التنفيذ وجعلتها مكونة للأثر بجمالية بصرية جديدة لم يكن متعارفاً عليها من قبل، وتم اختزال بذلك الزمن والجهد مع تقديم رؤية جديدة للتصميم نحو التقدم والتطور، في ظل التقدم التقني الذي يشهده العصر سعى الفنان لاستثمار جهود التكنولوجيا من خلال أعماله الفنية إلى إبداع أشكال متنوعة، تتجلى برؤية جمالية كمقياس في نضوج الأشكال تبعاً للخبرة الجمالية المتراكمة، يشهد عالمنا اليوم تطوراً علمياً تكنولوجياً شمل جميع مجالات الحياة ومن ضمنها ميدان التربية والتعليم، إذ اتجه كثير من التربويين إلى توظيف الوسائل والتقنيات التكنولوجية الحديثة للتدريس والتعليم بأثر تغيريها على المنظومة التعليمية والتي من أهمها وسائل الحواسيب الآلية وسائل السمعية والبصرية في استخدام التقنيات في المؤسسات التعليمية وموجبات تناولها على صعيد البنية الفكرية والفنية في تحديد ماهيتها.

أدى التقدم العلمي والتكنولوجي إلى ضرورة تحسين مستوى مهارات الطالب (العقلية والحسية)، التي تسهم في نضج العملية الإبداعية فإن ضرورة البحث تتطلب أن نكشف عن دور التقنيات العملية المعاصرة وفاعليتها في تطوير خبرات وتجاوب الفنان (الطالب) في مجال التصميم والتزين الإعلاني والتي تعتمد على إمكانات التقنية الحاسوب، تعمل بالتالي على تدعيم منظومة الخيال لديه ارتبط ارتباطاً بالعلم والتقنية يندفع

إلى التوجيه الإبداعي الذي الرغبة في التطور والانفتاح لتنشيط وإثارة خياله وقدرته الإبداعية، ليصبح أكثر قدرة على إنتاج أشكال جديدة في الفن وقدرتها على خلق نشاط تواصلي مبتكر تختلف فيه طبيعة تواصل المتلقي مع المنتج الفني، وتؤدي البرامج الرقمية الحاسوبية دوراً مؤثراً في المجالات العلمية التعليمية – التعلمية عامة ومجال الفن والتربية الفنية خاصة من خلال تصميم وتنفيذ الكثير من المطبوعات – البوسترات وكذلك تطبيقات التقنية الرقمية الخاصة بالرسم والتصميم مثل (Photo Shop) و(Corel Draw) و(Paint) والتي تعد من التطبيقات التي أنتجتها التكنولوجيا الحديثة، القادرة على إكساب المتعلمين المهارات الفنية وتقدم مزيداً من المزايا والتنوع في إنتاج أعمالاً متنوعة وذات بُعد فني وتربوي وعليه أضحت التربية الفنية تهدف في زيادة معارف وخبرات الطلبة من خلال مواكبتهم للتطورات التي تحدث في الساحة الفنية من أجل صقل شخصياتهم و من أجل التعبير عن أفكارهم بكل وعي وابتكار مواضيع جديدة. الكشف عن علاقات فنية رقمية مستحدثة يمكن توظيفها في الفن الرقمي للبوستر الإعلاني ومن هنا تبلورت مشكلة البحث في الإجابة عن التساؤل الآتي:

ما الكيفية التي أسهمت بها التكنولوجيا بتوظيف في تصميم البوستر الإعلان الرقمي وتمثلاتها الإبداعية في نتاجاتهم الفنية؟

أهمية البحث

تتجلى أهمية البحث الحالي في الآتي:

1- استثمار التقنيات والبرمجيات التصميمية والطباعية للبوسترات، السعي نحو تحقيق ركيزة اتصالية تواصلية بين التصميم والمتلقي.

2- الاستفادة من توظيف التكنولوجيا المعاصرة في إيجاد تقنيات وصياغة تشكيلات مضافة لفن الإعلان وكشف آليات توظيفها في النتاج الفني، وإكساب أسلوباً تقنياً وعلمياً رقمياً لإنتاج أعمال فنية تتصف بالجمالية والإبداعية.

3- أهمية استخدام الوسائط التكنولوجيا وتطبيقاتها الرقمية للطلبة الدارسين في مجال الفن والتربية الفنية والمكتبات العلمية والمؤسسات التعليمية وبما ينسجم وطبيعة المادة الدراسية لتمكينه من توظيفها لإنتاج أعمالاً فنية ذات خصائص جمالية وتربوية.

هدف البحث

يهدف البحث الحالي إلى:

الكشف عن التقنية التي أسهمت بها التكنولوجيا بتوظيف تصميم البوستر الإعلاني الرقمي والتي تمثلت بالعملية الإبداعية.

حدود البحث

1. الحدود الزمانية: نتاجات الطلبة للعام الدراسي (2020ا- 2021).
2. الحدود المكانية: كلية الفنون الجميلة- جامعة بغداد- قسم التربية الفنية- المرحلة الأولى- شعبة (ج).
3. الحدود الموضوعية: نتاجات طلبة قسم التربية الفنية- التقنية الرقمية الحاسوبية لبرنامج (PhotoShop)، لمادة (التصميم والتزين) - تصميم البوستر الإعلاني.

تحديد مصطلحات

التوظيف (implement):

- عرفها (جميل، 1982) بأنه: العمل الخاص الذي يقوم به الشيء أو الفرد في مجموعة مترابطة الأجزاء ومتضامنة، كوظيفة الزاخرة في فن البناء...ووظيفة المعلم في الدولة، ... وتطلق في علم النفس على جملة من الأسباب والعمليات الموجهة إلى هدف واحد، كوظائف الإدراك والانفعال والتخيل... وتطلق في علم الاجتماع على الأعمال والمهن أو الخدمات الضرورية لحفظ بقاع المجتمع (جميل، 1982، ص1850).

التكنولوجيا (Technology):

- عرفها (الفرجاني، 2002) على أنها: مصطلح مركب من مقطعين، (Techne)، هي كلمة يونانية بمعنى الحرفة، أو صنعة أو فن، (Logy) بمعنى علم، هي مجموعة الطرق المتبعة في استعمال بعض الآلات والأدوات أو المواد، للحصول على نتائج معينة. (الفرجاني، 2002، ص23)
- عرفه (إسماعيل، 2007): على إنه: الأشياء المصنوعة تصميم لخدمة وظيفية باختلاف الخامة فلمصمم يجب عليه أن يدرس متطلبات وظيفيته الشيء ويختار الخامات المناسبة ويشكلها بوعي لتحقيق الأهداف المرجوة بشكل فعال (إسماعيل، 2007، ص47).

- **عرفت الباحثة توظيف التكنولوجيا إجرائياً:** هي تطبيق المهارات والمعرفة التقنية الحديثة لتجهيز تصاميم عملية معرفية منظمة تتحول فيها الأفكار إلى نتاج، بمجموعة عمليات تصميمية والبرامج يتم تطبيقها بمساعدة برمجيات الحاسوب التصميم الرقمي، وصولاً للمنجز الذي يحقق فعل العملية التصميمية تخدم المنتج الإعلاني وظيفي جمالي مبدع.

التصميم (Design):

- عرفه (حيدر، 2006) بأنه: فرار الفكرة في مادة إظهارها، وبوصفها صورة من صور الارتكاز الذي يجعل من الإبداع معنى مدروساً في الأداء وفاعليته (حيدر، 2006، ص191).

التقنية في التصميم (Technology in design):

عرفها (محمد، 1999) بأنها: تفعيل ذهني لمخططات ومرتسمات عملياتية آنية القرار والبدء، أساسها الارتكازي إنشائي يأخذ بالمتكون الشكلي الفضائي، الشكلي الصفاتي المظهري المستند على مضمونية ذات هدفية فكرية وتطبيقية، استشرافية ذات صياغات إنمائية وتهذيبية وغرض متوخى مسبقاً، وهي وليدة من مؤثر أو مجموعة مؤثرات. (محمد، 1999، ص5).

الإعلان الرقمي (Digital advertising):

- عرفته (نرمين، د.ت) بأنه: شكل من أشكال الإعلان الحديث، يشمل الإعلان الرقمي المعاصر مساحات واسعة من إمكانيات العرض على الوسائل المختلفة مستخدماً الصور ومقاطع الفيديو والصور المتعددة والأصوات، يتميز بالمرونة (نرمين، د.ت، ص11).
- عرفها (الحلفاوي، 2006) على أنها: الصورة مطبوعة معالجة عن طريق الحاسوب والذي يستطيع أن يتعامل معها الحاسوب بعد إدخال إليها العناصر من خلال كاميرا رقمية أو جهاز الماسح الضوئي إذ يقوم الحاسوب بتقسيم صور الإعلام إلى الألف البسكلات التي تتشكل بها الإعلان الرقمي والتي يمكن معالجتها والسيطرة عليها بشكل بفعال (الحلفاوي، 2006، ص220).
- **عرفت الباحثة (الإعلان الرقمي) إجرائياً:** أداة من أدوات الترويج الإعلاني تجمع مجموعة العناصر النصية والصورية له دلالات لغوية وأيقونية وتكوينية ترتبط معاً لتحقق هدف تعليمي أو سلوكي محدد ضمن الإجراءات الإبداعية التي يقوم بها المصمم، لبنية التصميم الإعلاني على وفق وسائل فكرية مبدعة تعبر عن فكرة أو موضوع فعال للاتصال بالمتلقي مؤدياً هدفاً جمالياً ووظيفياً وإبداعياً.

الإبداع (Creation):

- عرفه (المسدي، 1986) على أن: لكلمة (الإبداع) تتداخل مع دلالات أخرى "كالابتكار والتجدد والخلق الفني، فإنه يبدو إن الإبداع، اصطلاحاً غدا مماثلاً لعملية الخلق الفني مجرداً من كل ثيمة تقومية وهو بذلك يخلو من الصبغة التي اكتسبها من قبل (المسدي، 1986، ص138).
- **عرفت الباحثة العملية الإبداعية إجرائياً:** نشاط الإنساني لمجموعة متفاعلة من النشاطات المتفاعلة يترتب عليها إنتاج جديد يتميز بالجدة والأصالة لها القدرة على إعادة تركيب العلاقات النسقية للتكوين داخل وسائط تحققه في بنية المعرفية والجمالية المنجزة علماً وفناً على مستوى السطح التشكيلي الرقمي.

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: توظيف التقنية التكنولوجيا فنياً للإعلان

شهد العالم الكثير من تطورات تقنية وتكنولوجية والتطور في مجال الأنظمة الحاسوبية ودخولها جميع مفاصل الحياة أدى إلى عمليات تحول تقنية من الأنظمة التقليدية رقمية متطورة وفق نظم عمل جديدة ويكون التحول إلى عدة عوامل أدت تطورات تقنية والتكنولوجية في مجال التصميم الإعلاني وتوظيفها في منتجات إعلانية التي هو في صدد تصميمها أو تنفيذها مما يتناسب مع احتياجات المستهلك في ضوء التقنيات الرقمية الحديثة، وفي أواخر القرن السادس عشر انتشرت البوسترات الإعلانية والتي من أقدمها هو ذلك البوستر الإعلاني الذي أصدرته جماعة من تجار الأسماك في بريطانيا والمحفوظ حالياً في جمعية الآثار في لندن، والذي يحث الجماهير عن ضرورة مراعاة أيام صيد الأسماك. وفي عام 1647 نشر هنري ووكر بوستراً إعلانياً عن مدرسة للأعمال التجارية يهدف لإرسال ترويج نتاجاتهم إليها. (Axel،2007،p40) كان الإعلان في أول عهده ينشر على أنه نصيحة ولم يظهر بأشكاله ومع بدأ الثورة التكنولوجيا وما رافقها من تقدم علمي، وجاءت كلمة (Technique) [1] بإنّها كل نتاج فني يتطلب تقنية، وتتكون التقنية من عمليات يدوية وآلية متعددة، تتعامل مع المواد الأولية، وذلك لتشكيل وتنظيم هذه المادة الأولية بما يلبي مقاصد فنية محددة. وهو أيضاً من شأنه أن يحقق نظاماً وتعبيراً ملموساً لفكرة ما، وصياغة العلاقات التشكيلية بما يخدم بناء العمل الفني يعيش العالم اليوم مرحلة جديدة في التطور التقني امتزجت فيها المعلومات والاتصال والحاسوب

[1] Encyclopedia of World Art : Vol. XIII, McGraw-Hill Book Inc., London, 1976. P : 965.

وظهر ما يعرف اليوم بالتقنية الرقمية (Digital Technology) التي أتاحت لغة الحوار المشترك من تكنلوجيا وسائل الاتصال وتكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية حيث أتاحت هذه التقنية المتقدمة إمكانية ترجمة المعلومات (الصور الفوتوغرافية والنصوص بجانب الصوت) وغيرها من العناصر التصميم إلى رموز مشفرة يمكن للحاسبة أن تتعرف عليها. ليتملك سمات ومميزات الحضارية ومن أبرزها التقدم العلمي والتقني ووسائلها المعرفية، وتكنلوجيا المعلومات والاتصالات، والكم الهائل من الإنتاج البوستر الإعلاني والتجاري للسلع والبضائع والمواد إن تكنولوجيا المعلومات من جهة، في انتشار ظاهرة الاستهلاك والتسارع في تقديم المنتجات البوستر الإعلاني والبضائع والخدمة النوعية من عملية الاستحواذ هذه عن طريق ابتكار طرق الاتصال الإعلاني على مختلف وسائلهُ الإعلامية والإخبارية والدعائية، تعد من (أهم وأشهر التطبيقات التي أنتجتها التكنولوجيا الحديثة فهي قادرة على إكساب المتعلمين المهارات الفنية وتقدم مزيداً من المزايا والتنوع في إنتاج أعمالاً متنوعة بأبعاد وتربوية جمالية إبداعية فني وتربوي). (سرحان، 2008، ص86) من حيث التقنية تشير إلى حالة من التعبير محمولة على قيمة إبداعية جمالية ومتبادلة تربط بين مختلف حدود المجموعة الواحدة بحيث تعين هذه القواعد معنى كل عنصر من العناصر، ويسعى إلى تجسيد الصور التي نشأت بمخيلته، فيكسبها دعماً اجتماعياً بصياغة رمزية تحمل دلالات فنية وجمالية التي تدل على سياقات تطور الفنان من عدة زوايا تلقي الضوء على مضمون عمله الفني وهدفه الجمالي الذي يعنى بمراحل تطوره الفني والنفسي.

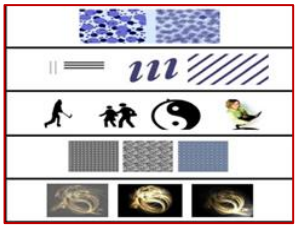
وفرت التكنولوجيا الحديثة كنتيجة لانتشار الإعلان الرقمي، وتكمن أهمية استخدام التقنية الرقمية في التصميم في اختلاف المدخلات في العملية التصميمية عنه عند استخدام التقنية التقليدية، فالمدخلات عند استخدام التقنية التقليدية هي مدخلات واقعية تتطلب الكثير من المهارة والدقة عند التعامل معها، وهو ما يتطلب الكثير من الوقت والجهد والذي قد يمتد إلى احتياج فنيين لإتمام مراحل العمل التصميمي مما يجعل العمل يمر بمستويات متباينة عند التنفيذ، أما المدخلات عند استخدام التقنية الرقمية فإنها جميعها مدخلات افتراضية منذ بدأ عملية التصميم وحتى مراحل التنفيذ والإخراج، والتي تتميز بكونها سهلة التعامل في ما يتعلق بالتحوير والتغيير والمعالجة وسهولة التعديل الذي لا يترتب عليه أي خسائر مادية مما يتيح إمكانيات وخيارات كثيرة أمام المصمم دون التحسب من إهدار للوقت والجهد والكلفة، وهو ما يعود على العمل التصميمي بالمنفعة التطويرية وفتح آفاق أوسع لتحسينه، بالإضافة إلى ما توفره تلك التقنية من حفظ التصاميم في أي مرحله أثناء التنفيذ والقدرة على استرجاعها في أي وقت دون الإضرار بها مما يوفر ديمومة أكثر للتصاميم ويمنحها مرونة أكثر للتطوير وإعادة التصميم.

يمكن تحديد أهمية ووظيفية التقنية الرقمية بالآتي:

1. وسيلة لسد حاجة المجتمع كونها تستكمل النقص في قدرات الإنسان وقواه.
2. أداة تعمل على تسهيل وترتيب النظام العام للحياة البشرية من النواحي المادية والمعنوية التي تسعى لتطويرها في مختلف الميادين) وإتاحة الفرصة للمتعلمين في التصميم والابتكار لما تحتويه من برامج وتطبيقات متنوعة في هذا المجال.
3. مساعدة المتعلمين والمدرسين لتحقيق الفائدة المنشودة من خلال تبسيط إجراءات العملية التعلمية.
4. إن استخدام التقنية الرقمية عامة وفي مجال التعليم خاصة يثير لدى المتعلم الدافعية من خلال أسلوب عرض المادة الدراسية بصورة جذابة ومشوقة، تبسيط الاجراءات للدارسين والباحثين على حد سواء كونه يختصر الكثير من الجهد والوقت. (مرسي، 2000، ص44).

تشمل برامج الحاسوب في الفنية وبرامج الرسم والتصميم البوستر الإعلاني هي:

أولاً: برنامج كوريل درو (Corel DRAW): يحتوي على أدوات كثيرة خاصة بتصميم وتعديل الرسوم التوضيحية والرسوم التقنية ويعتمد على الرسم بالعناصر فكل رسم يتكون من أشكال مختلفة ك (الدوائر والمستطيلات والمنحنيات) كما يحتوي على عدد كبير من الخطوط والأشكال والرموز والزخارف الهندسية الجاهزة للاستخدام، ويعتبر كل شكل عنصر مستقل يمكن تغيير موقعه ولونه بدون تغيير باقي العناصر والبرنامج مزود بمجموعة من الأدوات التي تمكن المصمم من رسم هذ الأشكال الأساسية لبناء التصميمات الإعلانية كما يمكن تحريك ونسخ وتدوير وتكرار العناصر فمن خلال هذا البرنامج يتم تصميم الإعلانات والأختام والبطاقات والرموز والشعارات، يحتوي على أداوت سهلة تتشابه بعضها من حيث الأداء مع برنامج الرسام (Paint) وبرنامج الفوتوشوب (Photoshop) (Creswell، 2017، p46) من خلال توظيف تقنيات تفاعلية تحقق علاقات تركيبية بين عناصر البرنامج، لإيجاد قراءة معبرة عن قيمة تشكيل الإعلان الرقمي.



شكل (1)

ثانياً: برنامج بينت برش (Paintbrush): يستخدم البرنامج لمساعدة المصمم على تصميم الصور وأشكال ملونة يمكن استخدامها مع برامج أخرى لذا يمكن استخدامه في دمج الصور مع النشرات والتقارير كما يقوم البرنامج بتسهيل وظائف أخرى مثل تغيير الألوان والأشكال وأحجامها وتعديلها وحذفها عند الضرورة.

ثالثاً: برنامج أدوبي فوتوشوب (Adobe Photoshop): يعد برنامج الفوتوشوب (Photoshop) من أهم التقنيات وأقوى البرامج المستخدمة في تصميم المطبوعات وإخراجها بصورة شيقة تحمل قيمة معرفية، إذا يوفر البرنامج للفنان الإمكانات التي يستطيع بها تجسيد إبداعاته فقد أصبح جزء مكملاً لأدوات عمل مصمم الرسوم، ومعالجي الصور فالبرامج يوفر اختيارات لمعالجة، تأرجح استخدام برنامج الفوتو شوب ما بين أوساط الفنانين الرقمين (الرسامين) برنامج لتحرير الصور... إذ يتعامل مع الصورة الرقمية بأنواعها، ويستخدم لمعالجة الصور كما يستخدم لتصميم الصور ومواقع الويب، جزء من مجموعة برامج فنية له عدة إصدارات، أكثرها شيوعاً. أحد العناصر الأساسية في واجهة البرنامج، الذي يحوي ثلاث نوافذ (أنماط وحامل الألوان واللون) مدمجة في نافذة واحدة (من خلال هذا اللوح المقسم على شكل مربعات يمكن للمستخدم تغيير لون الفرشاة أو تغيير لون أداة (الدلو) وتغيير لون الكتابة)، بعد وضع الماوس على أي مربع لوني والنقر مرة واحدة يتم تغيير لون الأداة المستخدمة.

شكل (2)

إن اختيار أداة يؤدي إلى تغيير في شريط القوائم المتغير في على واجهة البرنامج عدد من الأدوات مثل: تحديد والقطع والتحريك والتلوين والكتابة والصور، (بندارفيز، 2005، ص26) لذا تعتبر هذه الأدوات الأكثر استخداماً في التصميم الإعلاني، فالملصق له وظائف عدة منها وظيفية ودور ثقافي بحيث يعطي معلومات تتعلق بمستحدثات الثقافة ليمد المتلقي بمعلومات جديدة تؤثر على أفكارهم وتزيد من ثقافتهم وتوسع من إدراكهم لمختلف التغيرات أو وظيفية ويساهم بنقل وجهات النظر وأساليب التفكير وآثاره الدافعية فضلاً عن لها وظيفة ودور جمالي فالملصق يحتوي على جوانب فنية وجمالية وعناصر تشكيلية يقدم عمل فني فيكون تأثيره الجمالي أو الإبداعي كتأثير الإعلانات الفنية الرقمية. فالتطور التقني للمعلومات عمد إلى تغييب الواقع باستمرار، وتجاوزه للواقع الافتراضي الذي يتميز بتداخل الأحداث والمعطيات إلى التغيير واستيعاب كل ما هو جديد.

International Journal for Scientific Research (IJSR)
المجلة الدولية للبحوث العلمية
IJSR
Vol. (3), No. (10) October 2024 الإصدار (3)، العدد (10)

أساليب الدعاية والإعلان

قاد التطور التكنلوجي قاطرة التقدم نحو تغيرات في المفاهيم ومجالات الرؤية والواقع، التي تهدف إلى تحقيق أكبر قدر ممكن من المعارف الفنية والعلمية ولاسيما المنتج الإعلاني الرقمي وتعزيز القدرة على الاتصال والتواصل مع الاهتمام بالمستقبلات الحسية، قد مهدت إعادة اكتشاف العالم الطريق إلى تغير نظرة الفنان المصمم إلى تغيير شكل الإنتاج الفني وفقاً لمعايير ومعطيات جديدة من حيث الأفكار والرؤى ومن منظور أكثر تقنية وحداثة ومن هنا بدأ التغير وأصبح التداخل بين الفنون في مجال الفنون البصرية (visual Arts). والتصوير الفوتوغرافي (Photography) والفنون الرقمية (Digital arts) لذا إن أساليب الدعاية قد اتخذت أبعاداً واسعة في ميادين ونشاطات عدة أصبحت من المرتكزات الأساسية في صياغة الإعلان الرقمي بنوعيه التوجيهي والإيحائي والتي معظم مضامينه، أن أساليب الدعاية الإعلانية الرقمية في نهاية العقدين الأخيرين من القرن العشرين قد اتخذت أسلوب الحث والدعوة المباشرة والصريحة والتي هي من صفات الإعلان كما هو الحال في الدعاية التجارية والتي هدفها المباشر هو رفع شعار لجهة أو المؤسسة التعليمية ترسيخ الدعم الاعتباري لها من الطرف المستهدف بدعايتها الإعلانية. ويحدث في أحيان كثيرة تمازج أو تزاوج في صيغ رسائلها الاتصالية بين الإعلان والدعاية وهذا الصنف

شكل (3)

من الإعلان يطلق عليه بالإعلان الدعائي [1]. وإن تصميم مادته أو موضوعاته أما على شكل رسومات تشكيلية مصورة أو بصيغ مقالات تقدم عبر أجهزة الوسائل المرئية والمقروءة والمطبوعة. (Lvania، 2004، p115). فضلاً عن البوستر الإعلاني برز أصناف رقمية جديدة في عالم المعلوماتية وحققت رواجاً ملحوظاً بوصفها جزءاً من الثقافة والحياة اليومية منها الإعلان على الإنترنت، والإعلان المرئي الخارجي، والإعلان الإلكتروني وأن كل صنف من هذه الأصناف الإعلانية الرقمية يشتمل على تقسيمات وأنواع فرعية كالإعلان التعليمي، والإعلان الإعلامي، والإعلان السياسي، والإعلان الخدمي، يمكن تحديد عدد الصور في داخل البوستر حسب مهارة المصمم فبعض التصاميم تعتمد على الصورة الواحدة وبعض التصاميم تعتمد على صورة أساسية وأخرى ثانوية وبعض التصاميم يشترط وجود عدد من الصور من أجل إيصال الفكرة بشكلها الكامل مثل

[1]) State of California, Board of Equalization Guide Lines for the, Assessment of Billboards Properties, 2004, p26

إعلان عن بيع منزل أو مكان الذي يتحتم على المصمم اختيار عدد من الصور لإيصال الفكرة. وما ينتج أيضاً عن مزج هذه الأنواع الفرعية مع أنواع أخرى وكل إعلان من هذه الإعلانات الرقمية يتكون من مجموعة من العلامات الإعلانية وأن جميع الإعلانات لها وظائف عدة، بحيث نوع النتاج يخلق قيم جمالية وفنية ومن أبرز وظائف الإعلانية الرقمية من أهمها:

1. الوظيفة التعبيرية: دلالة الإعلان على منتجه أو مرسلها.
2. الوظيفة الندائية: إشارة الإعلان إلى مستقبله.
3. الوظيفة الشكلية: إشارة الإعلان إلى صيغها وتركيبها.
4. الوظيفة التصميمية: إشارة الإعلان إلى ذاتها وإلى النظام التعليمي الذي تنتمي إليه (عبد الجبار، 1982، ص12).

مؤثرات التقنية الرقمية

تطورت التقنية بتطور حاجيات الإنسان المجتمعية وممارساته اليومية المتخصصة والمتنوعة، حيث أن الحاجة إلى التقنية تعني في الوقت نفسه وجود تغيرات سريعة وجوهرية في علاقة الإنسان بطبيعته وبيئته، فهي خطوات في اتجاه غزو الكون والتحكم بعمليته البيولوجية والذهنية، وترابطه العلمي الوثيق مع الآلة، إنها المحاولة المتكررة لمحاولة محاكات للطبيعة محاولاً في ذلك تقليدها، فمثلاً لولا ملاحظته لخيوط العنكبوت المتشابكة لما استطاع اكتشاف ما يعرف اليوم بشبكة الإنترنت. (العالي، 1991، ص20) هي نتاج اجتماعي فلا يمكن أن توجد بمعزل عن محيطها.

تعد التقنية الرقمية بالمفهوم المعاصر تطبيق معطيات علمية معينة من أجل الوصول إلى نتائج محددة كما تشير إلى مجموعة من السلوكيات العملية التي تستعمل المعارف العلمية لكي تحرر نتائج معينة، وبالأحرى ففي الفلسفة الحديثة التقنية تستدعى مجموعة من الأساليب لاستنباط المعرفة العلمية والسماح للقيام بالعمليات التطبيقية. حيث يربط (كانط) مفهوم التقنية بمفهوم النظرية، إذ هي التي تحدد وتشرح علاقة السببية، بحيث أنها مجموعة أعمال نظرية ثم تطبيقية يترتب عنها أفعال وأعمال ونتائج لاحقة لها. (محمود، 2005، ص327).

تحدد على أنها فن الإنتاج، أي العمليات المادية اللازمة له، وتطلق على المبادئ العملية والمخترعات التي يستفيد منها الإنسان في تطوير المجهود الصناعي فتشمل مصادر القوى والعمليات الصناعية، وما يمكن أن

يطرأ عليها من تحسين وسائل الإنتاج، باختصار كل ما يفيد الإنتاج، ويرفع من شأن السلع والخدمات ومن هذا المفهوم يتبين ربط التقنية مباشرة بالعمل الصناعي المادي والإنتاج السلعي، وهذا خدمة للإنسان إذ تمده بوسائل الإنتاج والخدمات.

وبعد ما تم ذكره من تحديد للمصطلحات (مؤثر – تقنية – رقمي) تم وضع تعريف إجرائي لعبارة (مؤثرات التقنية الرقمية) وهو التغيرات التي نتجت عن استخدام التقنية بأسلوبها الرقمي في تصميم العناصر البوستر الإعلاني في المجلات الإلكترونية وما فرضته هذه التقنية من سمات رقمية في تصميم عناصر.

شكل (4)

يمكن القول بتجدد الوسائط والوسائل التي عملت على إمكان إعادة إنتاج النتاج الفني بوسائط حديثة مثل التصوير الفوتوغرافي، والأفلام، والفيديو، ووسائل الإعلام والنظم المعلوماتية، فضلاً عن الاستعانة بالجسد، والبيئة، والحدث، والأداء. للتغلب على فكرة إنجاز عمل فني يهتم بالجميل والجمال. والاهتمام بخاصية التفكير في نوعية الأشياء، لذا يسعى الفنان لتحقيق فكرة العمل الفني من خلال التصوير أو تصميم لوحة فنية رقمية في مجال الفن التشكيلي بدون رسم وألوان وبدون لوحة ليعطي تصوراته وفلسفته خبراته الفنية والفكرة. والاعتماد على البرمجة أو ما هو مستحدث من البرامج التي تساهم لتنفيذ النتاج الفني، التي يسعى لإيصالها إلى المتلقي (الطالب) بالأسلوب تقني مبدع، وبهذا استمر ترابط الركائز الثلاث (الفنان، والمتلقي، والعمل الفني) فأصبحت العلمية الإبداعية متاحة بشكلها التقني معاصر، من خلال اعتماد على التطور التكنولوجي على أن التقنية هي المواد والآلات والأدوات ومصادر الطاقة والوسائل والوسائط من أجل الاستخدام لإنجاز مهام حياتية وفقاً لحاجات بشرية، وإحداث تغيرات في التصميم التي تعتمد على رؤية المصمم وقدرته الإبداعية بطريقة مبتكرة بحيث يستثمر على أساسها جميع عناصر التصميم على نحو وظيفي وجمالي لغرض تلبية الحاجة الوظيفية ذات متعة جمالية مدركة من قبل المتلقي فضلاً عن مساعدتهم على فهم طبيعة البوستر ورغباته الإعلانية من خلال التفاعل معه، الذي يوضح رؤية وقدرة المصمم الإبداعية على انتقاء التقنية المتطورة والمعاصرة المبينة على أساس الموائمة مع روح العصر لغرض الحاجة التعليمية والمتعة الجمالية المدركة، وكأن التقنية تحولت من وسيلة تكنولوجية إلى وسيلة تأخذ على عاتقها تسيير

المؤسسات التعليمية وكأنها أداة للتوجيه والتعليم واستقلال نتاجات تقنية حسب استخدامها وحسب ما آلة إليه، التحول والتطور التقني الملحوظ إذ ساهم فضلاً عن الوسائط التقنية المتعددة. [1]

شروط تصميم البوستر الإعلاني

1. ملائمة الغرض المنشود منه.
2. جذب انتباه المتلقي.
3. مراعاة حسن التصميم والتنفيذ.
4. ملائمة للمكان الذي سيوضع فيه البوستر الإعلاني.
5. حسن اختيار العناصر اللغوية والأسطر الكتابية والألوان المستخدمة (إسماعيل، 2018، ص431).

المبحث الثاني: العملية الإبداعية والمعايير الجمالية في المنجز الفني

العناوين والنصوص الرقمية:

تعرف العناوين بأنها كلمات تحوي جوهر الموضوع، تقع عليه مهمة تحديد نوعية المقال المعروض، وشد القارئ للاستمرار في المطالعة، هو أحد أهم عناصر، تلعب العناوين دوراً بارزاً في جذب عين القارئ، وتحديد الهيكل العام للإعلان على اختلاف أماكن تواجدها، تحقق الجاذبية للإعلان، وإثارة الانتباه وشد القارئ لتصفح مجلته بموضوعاتها التي تميز شخصيتها عن سائر المجلات التي تنافسها. (حسنين شفيق، 2009، ص103) لاكتشاف فكرة الإعلام الرقمي والرسالة الموجه والغاية منها فيقوم الإدراك بتحليل معطيات الإعلان إذ أن الإدراك البصري يتشكل لدى الفرد عن طريق علاقته بالبيئة وما تحتويه من أشكال لا حصر لها، وأثر كشكل من هذه الأشكال في بناء تلك الصور الإعلانية وعملية الإدراك البصري لمفردات تصميم البوستر الإعلاني تمتزج فيها العوامل الذاتية والموضوعية بعضها مع البعض العوامل الذاتي تتعلق بثقافة وميول المتلقي وخبراته السابقة، الحالة النفسية ومدى انجذابه لتصميم البوستر الإعلاني ويضفي العقل البشري على العناصر أبعاداً رمزية ومدلولات استعارية يحولها من مجرد عناصر منتظمة على وفق علاقات وأسس وأنظمة تصميمية إلى عناصر ووسائل بصرية توظف كوسيلة رسالية وتواصلية.

[1])https://libris. kb. se/ katalogisering/wt79b5wfo9q3jrt

شكل (5)

وأتاحت التقنية الرقمية الكثير من المعالجات الفنية والتأثيرات والإمكانيات الإخراجية على أشكال الحروف بغية استكمال جمال العناوين بما يحقق هدف العناوين في إثارة الحاسة الفنية لدى القارئ وما يعود من ذلك من شد وجذب بصري نحو المقال، لأن العناوين المخرجة بطريقة جيدة وبأسلوب مناسب تنعكس على جمالية الصفحة بأكملها. ومن هذه المعالجات العناوين المفرغة وإنشاء الظلال حولها والخلفيات الملونة والعناوين المجسمة والمرسومة وهنالك الكثير من المؤثرات التي مازالت في تطور مستمر لمعالجة النصوص من الضروري دمج الفنون الرقمية في المناهج التعليمية والتدريبية، مما يساعد الجيل الجديد على اكتساب المهارات اللازمة لتوسيع نطاق أعمالهم وتقديم تجارب جديدة، من ذلك تبرز مفاهيم الإعلان وأهميته بوصفها مرآة عاكسة عن مدى التقدم الثقافي والمعرفي والتقني لبوستر الإعلاني وبالذات فيما يتعلق بفن الاتصال البصري ومهارات العرض الإعلان. إذ أن معظم معارف الفرد تتقدم من خلاله، وتصميم الإعلان هو أحد فنون الاتصال الأساسية المهمة في عمليات التواصل الثقافي والإعلامي والدعائي بينما تتيح التقنيات الرقمية للفنانين إمكانات جديدة للإبداع والتجريب، فالفن الرقمي ليس له مجال واحد يسيره، بل هناك عدة برامج حاسوبية، ودور الفنان هنا مدى تمكنه من استخدامه لأدوات البرامج للرسم أو للتصميم أو للرسوم المتحركة إذ يقوم الفنان الرقمي بدور المكتشف لمزايا وإمكانات الأدوات التي أنتجتها هذه التقنيات الحديثة.

عناصر البوستر الإعلاني:

1. الفكرة : تمثل الأساس الذي يبني عليه العمل الفني، من خلالها يمكن الوصول إلى هدف المصمم في إيصال رسالة أو إعلان لموضوع ما، تكون الفكرة المبتكرة تتميز بالبساطة وقوة التأثير الأمر الذي يتطلب من المصمم أن يكون واعياً في عرضة للأفكار، التي تحول عناصر التصميم إلى تكوين فني مبدع، إن وضوح الأفكار التي يتضمنها البوستر الإعلاني واقترابها من الخبرة العامة للفنان ومدخراته الثقافية المعاصرة تجعل منه إعلاناً ناجحاً ومن ثم يستوعب التكوينات الغائية داخل البوستر الإعلاني فهدفه عملية

الاتصال يمكن في الفكرة المبتكرة التي تلعب دوراً كبيراً في إيصال مضمون الملصق فضلاً عن كونها تعمل على جذب انتباه المتلقي ورغبة في استيعاب مضمونها [1].

2. البساطة: تتضمن مفردات واضحة وواقعية وذات تكثيف دلالي عالي يكون أكثر وضوحاً وإدراكاً من قبل المتلقي.
3. الدهشة: إيصال الرسالة بطريقة تخلق الدهشة في نفس المتلقي، بحيث تجعل من البوستر الإعلاني وسيلة أكثر تأثيراً بالمتلقي.
4. التقنيات الإظهارية: قوة وتأثير فاعلية البوستر الإعلاني ونجاحه تكمن في عملية الإظهار والعمليات اللاحقة وإخراجها النهائي بالمستوى المطلوب فضلاً عن امتلاكه كل مقومات التصميم الناجح والفعاليات المرغوبة.

عوامل جذب الانتباه في البوستر الإعلاني:

تعد عملية جذب انتباه المشاهدين وإثارة اهتمامهم حول الموضوع المطروح من الأمور المهمة في عملية نجاح البوستر الإعلاني، من خلالها يخلق المصمم الرغبة في استيعاب مضمون الفكرة والإقناع بها ثم الاستجابة لها، وهناك مجموعة من العوامل التي تؤدي إلى إحداث جذب الانتباه وتخلف هذه العوامل حسب طبيعة الوسيلة الاتصالية المستخدمة ويمكن تحديدها بالآتي:

أ. مساحة الملصق (Size): تلعب دوراً كبيراً في جذب انتباه المتلقي. إذ أن كبر مساحة البوستر الإعلانين وحسب القاعدة العامة يزيد من درجة وضوحه وفرصة قراءته.

ب. التصميم والإخراج: يعد تصميم الملصق وإخراجه هو نقطة البداية في جذب الانتباه الذي تبنى على أساسه بقية الجهود الفنية والتي تعمل على تحقيق الأهداف وإثارة الاهتمام، فتوزيع العناصر الفنية الأساسية وطريقة تنسيق هذه العناصر المختلفة يؤدي إلى جذب وإثارة الاهتمام، فضلاً عن مجموعة من الأهداف الأخرى كالتركيز على بعض الأجزاء المهمة في الملصق بطريقة تيسر للمشاهد استيعاب الفكرة في أقصر وقت ممكن ولكي يحقق الملصق جانبه الوظيفي بشكل أفضل وجب أن تكون هناك أساليب إخراجية لتصميمه.

1) State of California, Board of Equalization, Guide line for the, Assessment of Billboard properties Classification of Billboards 2002

International Journal for Scientific Research (IJSR)
المجلة الدولية للبحوث العلمية
Vol. (3), No. (10) October 2024 الإصدار (3)، العدد (10)

5. استخدام الصور والرسوم:

شكل (6)

إلى جانب ما تحققه الصور والرسوم من أهداف إعلانية ونفسية فإن استخدامها صورة ناجحة يزيد من فعالية البوستر الإعلاني لجذب انتباه المتلقي لتحقيق الأهداف الأخرى فضلاً عن "أن استخدام الصورة الفوتوغرافية الملونة في البوستر الإعلاني يكون عاملاً قوياً في تكوين النغمة اللونية لزيادة الإيحاء بالحركة [1] على صعيد القيمة الفنية والجمالية وقدرة اتصالية، يعد خطوة مهمة على طريق إبداع. يتضح مما تقدم أن البوستر الإعلاني الرقمي وسيلة فعالة للإيحاء بالحركة من خلال ما يضمه من مفردات كبيرة إلى جانب الأخرى الصغيرة والوحدات القاتمة إلى جانب الوحدات الملونة إلى الأخرى التي لا تحمل اللون كل هذا يساعد توجه العين وانتقالها من موقع فضائي إلى آخر، وذلك لدوره الفاعل في تحقيق الفهم المتبادل وإقناع المتلقي بما يحمله من أفكار لها مساس مباشر بحياة المتلقي. لذا فإن المجتمعات والمؤسسات التربوية والتعليمية قد أولت المطبوعات عامة والبوستر الإعلاني الرقمي بشكل خاص أهمية كبيرة كونه وسيلة اتصالية سريعة ترمي إلى تقديم الحقائق والمعلومات والأفكار، وإحداث التأثير المطلوب في المتلقي وتوصيل رسائل اتصالية معينة إليه. وتأثير معتمداً في ذلك على توظيفه للصورة واللون والخطوط والكتابة داخل الفضاء البوستر الإعلاني وإخضاعها لضوابط معينة كالإتقان وتوازن الألوان، والمساحات والخطوط، إذ يحاول المصمم الفنان معالجة التصميم لغرض تحقيق إتقان جميع العلاقات ووضع كل جزء من التصميم في المكان المناسب سعياً لتحقيق الهدف بأفضل صيغة. ومن ثم الوصول إلى غايته في تحقيق أغراض جمالية تتسق مع الأغراض الوظيفية لتحقيق الشد والجذب والتفاعل ثم الاستجابة المطلوبة من قبل المتلقي. تعد الألوان من عناصر جذب الانتباه إلى البوستر الإعلاني التي تساهم في التركيز على جزء معين في البوستر الإعلاني كالعنوان أو الاسم أو صور أو العلامة التجارية ما يؤكد أهمية العنصر المعلن ويجعل منه مدخلاً لانتباه المتلقي للبوستر الإعلاني وإدراكه للرسالة الإعلانية، يمكن تصنيف العملية الإدراكية إلى (إدراك المكان- إدراك العمق والمسافة – إدراك الحركة – إدرام اللون والشكل. وعليه فإن الصورة الإعلانية الموضوعية من خلال توظيف اللون توظيفاً مؤثراً ليلعب دوراً كبيراً في إثارة واهتمام المتلقي والتأثير على سلوكه وتحريك دوافعه.

[1]) Scenic Missouri, Model Billboard Ordinance for Cities Counties and, Small Communities 2001, p161

International Journal for Scientific Research (IJSR)
المجلة الدولية للبحوث العلمية
IJSR
Vol. (3), No. (10) October 2024 الإصدار (3)، العدد (10)

العملية الإبداعية للبوستر الإعلاني:

ارتبطت المفاهيم الجمالية والإبداعية للتقنية البوستر الإعلاني وأفكاره الثقافية بوسائلها التكنولوجية على المستوى الفكري والأدائي، ومن خلال تفاعل الفنان المتعلم بظروف بيئة معينة داخل إطار المحاولات المتكررة للتعديل والتغيير ليحرج العمل الفني بصورته النهائية، والوعي بجميع الجوانب المؤثرة في التفكير الإبداعي من الوسائط الرقمية وبرامج رقمية حديثة، لكي الفنان المبدع لابد أن يمر بمراحل عدة، بداية بالمرور بإحساسهِ بوجود أمر ما ودخوله لمرحلة التهيؤ ثم الإعداد مما يؤدي إلى توالد الأفكار والتصورات الذهنية ويحدث الارتباط بين المعلومات المختزنة ثم تأتي مرحلة الاشراق ليصل المبدع إلى الإبداع الفني هذا الترابط يفرضه التطور التكنولوجي الرقمي، لحدوث عملية الإدراك لابد من توفر مثير أو محفز حتى تبدأ عملية الاستقبال ليقوم الإدراك بتفسير تلك المثيرات وصياغتها بصور يفهمها ويعطيها المعنى وفق خبرة المتلقي وهذه العلاقة التفاعلية تصب بخدمة العملية التصميمية وتأثيرها الفعال في العملية الإبداعية.

إذ دخلت تلك الفنون تقنيات وبرمجيات كان ينظر إليها على إنها خارجه عن مجال الفن لما أحدثته من تغيرات جوهرية لتأخذ طرقاً جديدة في التعامل مع المنجز الإعلاني الرقمي والتنوع في رؤية الأشياء وبطرح القضايا حول طبيعة الفن ووظيفته، يعد الفنان المبدع المعيار الأساسي في تشكل الفنون وهو الذي أفسح المجال لاكتشاف التذوق الجمالي، ووجود الفنان الذي أحد أساس تكوين العملية الإبداعية (الفنان، العمل الفني، المتلقي) لا يمكن أن يمحوه التقدم التكنولوجي، إن العمل الفني هو عصارة عواطف هذا الفنان الذي لا يمكن أن تعوضه أكثر الآلات التكنولوجية تقدماً في العالم ما يعيق فقط هو الحواضن المواجهة للتقدم التكنولوجي، طرق الإبداع ومحاولة تكريس قيم ومفاهيم جمالية جديدة متناسبة مع التطور التقني للإعلان الرقمي مع ذوق الفنان وإبداعاته وعواطفه)، وبين ضرورة إفراز آليات جديدة للنظر في جماليات الأعمال التي استجابت لتطورات أفرزتها عجلة التقدم في العالم، إن الجمال الفني الرقمي للبوستر الإعلاني مجمع للكثير من المجالات الفنية التي تتمايز تبعاً لآلية تنفيذها ومدى تمكن الفنان من استخدام الأدوات التقنية الحديثة ...تقبع تحت تقنية الكومبيوتر فرغم سيطرة الآلة تبرز مخيلة الفنان في نسق وتنسيق الجماليات وتقديمها جمالاً ذاتياً كان أم جمالاً موضوعياً (صوالح، 2017، ص164) يعتمد كلياً على التكنولوجيا ليحظى بثقافة وخبرة فنية. إن هذه التحولات الفنية والأفكار المتنوعة بدأت تدريجياً بالفن، إلى الاندماج في عالم الصناعة والتقنيات الحديثة التي ترتبط بالإنتاج كمنظومة اقتصادية، ومسوغاتها الفلسفية وأدوات تنظيمها وتسويقها وبالتالي، كان لابد للفن أن يقترب من عالم المال والصناعة والتطور الفكري والتجارة التي تقود إلى عالم

الترويج والإعلان ، فالتحول الثقافي الذي حدث في ستينيات القرن الماضي لم يكن بعيداً عن الواقع الاجتماعي والمتغيرات السياسية والتحولات الاقتصادية، وقد جلب الانتشار الواسع للإعلان بوصفه الفن الرسمي للرأسمالية، استراتيجيات الإعلان إلى الفن، وحمل الفن إلى استراتيجيات الإعلان (هارفي، 2005ص 91) في فن الإعلان

شكل (7)

(البوستر الإعلاني)، من هذا المفهوم تبرز أهمية دور المصمم في أحكام تكاملية بناء الهيئة العامة للوح التصميم الإعلاني للبوستر كمنتج صناعي إعلامي دعائي وذلك من خلال تجسيد العلاقات البنائية والوظيفية والجمالية بين هاتين الإشارتين المذكورتين (الإعلان والدعاية) فيه عبر مراحل التصميم، بدءاً من مرحلة تجهيز خامة مادة العرض مروراً بالتصميم الإعلاني وانتهاء بمرحلة إقامته أو تشييده. وإزاء ازدياد الأنظمة العلاماتية التي تستعمل في أساليب الاتصال عن طريق الإعلان فلم يعد الاتصال قاصراً في الوقت الحاضر على استخدام النصوص الكتابية، بل تجاوز ذلك إلى استخدام الصورة والصوت واللون، لإعلان مطبوع يصمم من أجل أن يفهم من نظرة سريعة،

وهو يجمع مؤثرات بصرية مباشرة ذات مقدرة على منافسة المحيط المشوش بصرياً ولكي يكون كذلك ينبغي أن يحتفظ بالوضوح والتميز تتيح هذه التقنيات الرقمية للفنان إمكانات تعبيرية وابتكارية لا حدود لها، إذ يمكنهم التجريب بحرية وتحقيق أفكار إبداعية متطورة بإن الجانب التقني في التصميم، هو الضرورة القصوى التي توضح لنا ما ينبغي أن يكون عليه المصمم من تواصل مع الحلقات العلمية المتطورة وكل الاكتشافات والنظريات الحديثة، التي تحقق متعة ومنفعة ذلك العصر، لذا فهي تعني التطبيق النظامي للمعرفة العلمية كعمليات، وتعني الأدوات والأجهزة والمواد الناتجة عن تطبيق المعرفة العلمية كنواتج للعمليات، وتقنيات الحاسوب خير مثال على للتفاعل بين العمليات ونواتجها. (الحسيني، 2008، ص220) من خلال عملية ذهنية يتم فيها توليد الأفكار وتعديلها من خبرة معرفية سابقة وموجودة لدى الفرد إذ يرتقى بأدائها وطورها فنياً و مهنياً لتبدو بشكل أكثر حيوية وجذباً للمتلقي من خلال توظيف العناصر، بتقنية رقمية بفعل العملية التصميمية، حيث نرى إن هناك بوسترات ومجلات عالمية أصبحت متسيدة وتشغل مساحة واسعة في ذهن المتلقي من خلال الأسلوب الأدائي المميز في تقنية تصميمها وإخراجها للمتلقي، من خلال الوسائط متعددة وبرامج تمزج بين الكتابة والصور الثابتة والرسوم الخطية لعرض البوستر الإعلاني ليستطيع المتعلم يتفاعل

معها مستعيناً بالحاسوب، ينظر إلى الوسائط التكنولوجية على أنها استخدام الحاسوب في تقديم ودمج النص والصورة والرسوم وأدوات تجعل المستخدم يبحر ويتفاعل ويبدع ويتواصل (البسيوني، 2005، ص5) بمعنى التقنية التصميمة للبوستر الإعلاني تعد إحدى ضروريات المعاصرة والمهمة في نجاح العملية التصميمية للوصل للمنتج الإعلاني من أجل تحقيق الحاجة الوظيفية والجمالية فضلاً عن إثراء البوستر الإعلاني تعبيرياً وجمالياً.

تأسيساً ما سبق: تسعى التربية الفنية إلى تربية حواس والتأمل والتركيز وتنمية الفكر وتنمية التذوق والإبداع الفني ولا تخرج من الأهداف الأساسية للتربية تتمثل في الإدراك والإبداع والتذوق، يمكن تحقيق الإبداع والحداثة من خلال تصميماته الإعلانية إذ إن الإبداع يتحدد بوجود إنتاج جديد، من خلال عملية عقلية معرفية واعية يقوم به الطالب عندما يواجه موقف ما يحتاج إلى تفسير للوصول إلى الحل السديد عن طريق تنظيم خبراته بطريقة جديدة، وتبنى على محصلة العمليات النفسية الأخرى، كالإدراك والإحساس والتحصيل، وكذلك العمليات العقلية كالتذكر والتخيل والتحديد والتقييم وإصدار الأحكام لتخرج بمعلومات جديدة تساعد الفرد في تنظيم أفكاره ووضع الحلول المناسبة للمشاكل التي تواجهه، عليه اختزل الفنان (الطالب) بعد ذلك في تصميم البوستر الإعلاني الأشكال والخطوط والألوان واكتفى برسم المعالم الفردية لتقديم لوحة بسيطة عن الفكرة التي أراد التعبير فالتكنولوجيا الرقمية أصبحت أداة ضرورية للطالب فهي تسمح بنوع من المرونة في إيجاد أشكال جديدة من التعلم القائم على أساس الإدراك والأفكار الذي يقوم بتحسين الأداء الاكاديمي للطالب وتحقيق العملية الإبداعية واعتمادها ضمن تصميم البوستر يسهم في تأمين متطلبات التطور المستمر والمتسارع، أي تحقيق إعلان رقمي الذي ينمو مع المستخدم ويلبي متطلباته بشكل دائم بالاعتماد على الديناميكية لإعادة تشكيل البنية المنجز الفني بما يتناسب مع المتطلبات الوظيفية والجمالية.

مؤشرات الإطار النظري

1. أثرت التقنية الرقمية على محتوى البوستر الإعلاني ما أدى إلى إبداع أشكال فنية جديدة وأنماط تعبير أكثر جمالاً، التي تعتمد على الفكرة والمرسل والوسيلة والمتلقي والتأثير.
2. للتكنولوجيا الرقمية دوراً أساسياً في العملية الفنية من خلال تحديد أسلوب الفنان (الطالب) في عمله فهي تمثل الخبرة والقدرة على تجسيد فكرة المصمم بواسطة أدواته المنتقاة لإخراج العمل التصميمي للبوستر الإعلاني من حيز الفكرة إلى حيز الوجود المادي.

3. يعنبر البوستر الإعلاني أحد أشكال الترويج بأساليب مبتكرة مثل التفاعل والابتكار والانتشار.
4. ارتبطت المفاهيم الجمالية لفن الرقمي للإعلان وأفكاره الثقافية ووسائلها التكنولوجية بمتغيرات على المستوى الفكري والأدائي الإبداعي.
5. يتكون البوستر من عدة أنواع (الإعلاني الدعائي- السياسي- التعليمي- العلمي) جميعها إرشادية وتوجيهية. وأصبحت تشمل العديد من المؤثرات الخاصة التي جعلت من البوستر الإعلاني الرقمي أكثر تعبيراً عن مضمون الخبر المرافق لها.
6. الصورة البوستر الإعلاني كنتاج فني تقني ضمن البوستر الإعلاني بتوظيفها من أجل إيصال ودعم الفكرة الإبداعية بأساليب يتبعها ك (الإقناع- الجذب- الإبداع).
7. يتحدد عدد الصور في داخل البوستر حسب تقنية مهارة المصمم (الطالب) فبعض التصاميم تعتمد على الصورة الواحدة وبعض التصاميم تعتمد على صورة أساسية وأخرى ثانوية وبعض التصاميم يشترط وجود عدد من الصور من أجل إيصال الفكرة بشكلها الكامل مثل إعلان عن بيع منزل أو مكان الذي يتحتم على المصمم اختيار عدد من الصور لإيصال الفكرة.
8. تعد النصوص والعبارات من العناصر المهمة والأساسية في تكوين البوستر، تستخدم النصوص في البوسترات الإعلانية الدعائية والسياسية بينما البوسترات العلمية والتعليمية محكمة تشترط النصوص حسب نوع البوستر.
9. تمثل برمجيات معالجة الصور الرقمية مكمن القوة في استخدام التقنية الرقمية في تجهيز صور البوستر، لذلك تطورت هذه البرامج وإمكانياتها وفقاً لاحتياجات العمل.

منهجية البحث وإجراءاته

منهجية البحث

بما أن البحث الحالي يهدف إلى (الكشف عن التقنية التي أسهمت بها لتكنولوجيا بتوظيف تصميم البوستر الإعلاني الرقمي والتي تمثلت بالعملية الإبداعية في نتاجات طلبة التربية الفنية)، لذا اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي كونه أكثر المناهج العلمية ملاءمة لتحقيق هدف البحث.

مجتمع البحث

يكون مجتمع البحث من نتاجات المنجزة لمادة (التصميم والتزين) من قبل طلبة المرحلة الأولى – الدراسة الصباحية - في قسم التربية الفنية – كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد للعام الدراسي (2020-2021) البالغ عددها (20) عملاً فنياً في مجال الرسم بالتقنية الرقمية للبوستر الإعلاني بما يلائم تحقيق هدف البحث. كما في جدول (1):

جدول (1) يمثل مجتمع البحث من طلبة المرحلة الأولى

المرحلة الأولى الدراسة الصباحية	الشعبة	عدد الأعمال	الطلاب	
			الذكور	الإناث
	ج	20	9	11

عينة البحث

ارتأت الباحثة اختيار العينة بالطريقة القصدية من النتاجات المنجزة لمادة التصميم والتزين/ للدراسة الصباحية والتي بلغت (4) أعمال فنية وتم مراعاة اختيارها على وفق مقتضيات البحث شريطة أن تكون:

1- العينة ممثلة لمجتمع الأصلي لما تمتلكه من مقاربات لأعمال التقنية الرقمية ولكونها تحقق هدف البحث، واستبعدت الباحثة العينات الأخرى التي لا تلائم هدف البحث.

أداة البحث

خطوات بناء الأداة:

لتحقيق هدف البحث الحالي في (الكشف عن التقنية التي أسهمت بها لتكنولوجيا بتوظيف تصميم البوستر الإعلاني الرقمي والتي تمثلت بالعملية الإبداعية في نتاجات طلبة التربية الفنية) اعتمدت الباحثة في تصميم استمارة (تحليل المحتوى) إذ اعتمدت على:

1. الأخذ بمؤشرات الإطار النظري والاستفادة منها في صياغة فقرات أداة تحليل العينات.
2. الاطلاع على الدراسات السابقة والأدبيات والمصادر التي تناولت موضوعات حول الأساليب والتقنيات التكنولوجيا الرقمية.

صدق الأداة:

بعد أن تم إنجاز صورة أداة (استمارة تحليل العينة) قامت الباحثة بعرض صيغتها الأولية على مجموعة من (الخبراء)* في مجال (الفنون التشكيلية، والتربية الفنية) للتعرف على مدى صلاحيتها في قياس هدف البحث الذي وضعت لأجله. وبعد ذلك تم جمع هذه الاستمارات من الخبراء والتعرف على آرائهم وفي ضوء ملاحظاتهم تم أجراء التعديلات، ومن ثم إعادة عرضها للخبراء بصيغتها النهائية وحصلت على الاتفاق العام، وبذلك أصبحت الأداة قابلة للتطبيق، وبهذا الإجراء اكتسبت الأداة الصدق الظاهري كما في الجدول رقم (2)، اعتمدت الباحثة معياراً ثلاثياً (تظهر بشدة. تظهر نوعا ما. لا تظهر) للتأكد من تحقق

جدول (2): يوضح الصدق الظاهري الذي اعتمدته الباحثة حول صلاحية مكونات الأداة

الخبراء	محور الأداة	المحاور	الفقرات	تصلح	لا تصلح	تعديل مقترح	المجموع
10	توظيف التقنية للبوستر الإعلاني	1	36	32	/	4	36

ثبات الأداة:

بما أن الاستمارة التي تنال صدق الخبراء تعد صالحة لكن إجراء عملية الثبات لها هو التأكد من مدى صلاحيتها في قياس الهدف الذي وضعت لأجل قياسه، لذا اتبعث الباحثة إجراء عملية الثبات لهذه الاستمارة من خلال اعتماد اثنين من الخبراء التدريسيين في تحليل العينات والتأكد من مدى التوافق مع الباحثة في عملية التحليل، إذ تبين أن معامل الثبات بلغ (85) يعد مؤشراً جيداً، لذلك اتبعت الإجراء الآتي:

جدول (3) لاستخراج معامل الاتفاق بين الملاحظين حول استمارة التحليل

العمل الفني	الباحثة مع		الملاحظ (1) و (2)	المعدل
	م (1)	م (2)		
1	85	86	86	85.6
2	84	85	85	84.6
3	84	86	85	85
4	85	85	85	85
المجموع معامل الاتفاق				85

*1- أ.د. ماجد نافع الكناني- أستاذ- تربية فنية/ جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة.
2- أ. د هيلا شهيد - أستاذ تربية فنية/ جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة.
3- أ.د. اخلاص ياس -أستاذ تشكيلي/ جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة.
4- د. زياد عودة الديان – أستاذ مساعد/ قسم التصميم/ جامعة بابل/ كلية الفنون الجميلة.
5- د. انور عبد الرحمن-مدرس –تشكيلي – رسم/ جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة.

International Journal for Scientific Research (IJSR)
المجلة الدولية للبحوث العلمية
Vol. (3), No. (10) October 2024 الإصدار (3)، العدد (10)

تحليل العينات:

العينة (1):

اسم الطالب: محمد الجواد

تاريخ العمل: 2021

خامة العمل: تقنية رقمية

العائدية: قسم التربية الفنية/ كلية الفنون الجميلة

اعتمد المصمم (الطالب) أسلوب التكوين العام لإنشائية العمل الفني من خلال برامج الحاسوب على تقسيم سطح البصري على وفق نظام التركيب استغلال الفضاء التصميمي بشكل فعال وذلك من خلال التوزيع الأمثل للوحدات التصميمية والتي ساهمت في تحقيق الوحدة والتنوع. وتحقيق الإيهام بالحركة من خلال التباين في الاتجاه، اللون، الشكل، والإيهام بالعمق الفضائي من خلال اللون والتراكب. تحقيق الجانب الوظيفي والجمالي في هذا البوستر الإعلان لتحقيق الواقعية المرتبطة بالفكرة للتصميم، إن أولى علاقات التنظيم التي أظهرت إيهاماً بالحركة هو التباين في القيم اللونية التي تم اعتمادها من قبل المصمم في الملصق والتي جاءت ما بين الأخضر المصفر والأحمر والكلمات والحروف باللون الأصفر وبنسب متساوية متكررة عمودياً من حيث المساحة وألوان بطريقة متباينة بين الألوان الحارة والباردة، في تشكيل المربع الأول (خلفية عمل الفني على اللون الأخضر المصفر) لتمثل أشكال وصور فوتوغرافية تراتبية متراكبة بصورة منتظمة وتوسط العمل مربع ذو خلفية حمراء اللون وضعت علية ثلاث صور بطريقة الفوتوشوب متباينة الأحجام وفقاً لدلالة رمزية. فالشكل جاء مجزءً ومترابطاً للقيمة اللونية إلا أنه أعطى عن طريق التشكيل وحداته الشكلية متنوعة أظهرت تفاصيل الشكل البوستر الإعلاني. إذ تمكن المصمم من الحصول على اللون الأصفر من خلال مزج الألوان بنسب متفاوتة فكان الأخضر المصفر هو السائد فيها كما يبدو الأحمر ظاهراً في أكثر من موضع من خلال

تحقيق علاقات التباين والتضاد وإحداث تدرجات في القيمة، من خلال المعالجات (paintbrush) أسهم في إضفاء قيم جمالية مؤثرة وفاعلة في القوة الادائية للتوافق والفكرة الإعلانية.

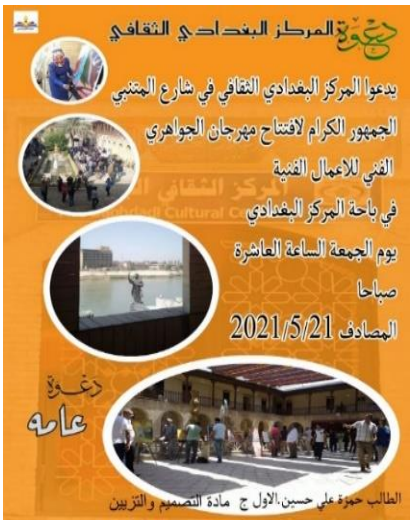
أن إنشائية العمل تضمنت أشكالاً متشابهة في التكوين من الصور واقعية توزع بشكل منظم على سطح البصري أعطى هيمنة للعمل، إذ تم تنفيذ العمل بتقنية الكولاج الرقمي، فتأرجحت المعالجة التقنية الفنية لأسلوب العمل ما بين الشكل الصريح والمملوء الذي عد أساساً في العمل الفني، وبين بالألوان الذي مثلت عنصراً فنياً لانجذاب الرؤية البصرية المتمثلة بالترددات اللونية العالية بفعل العناصر الفنية التي جاءت مكملة لفكرة الموضوع فقد وظفت بطريقة التكرار محاولاً إيهامنا وأسرنا وشدنا للعمل بشتيت النظر بسبب تعددية الأشكال، هنا تلاعب بالألوان وتحديد الشكلين وإظهارها أكثر وضوحاً عن بقية الأشكال. العناصر اللونية قد ساعدت على إظهار معالم العمل الفني إذ حققت انسجاماً لونياً بين جميع ألوان العمل، غذ أصبحت الألوان تحمل صفة الإبداع والتأويل. فجاءت الصور الفوتوغرافية مع الخلفية باللون الأخضر المصفر ساعدت في تجسيم الشكل أو لتحقيق البعد الثالث، وكذلك تحديد غايات رمزية ذات أبعاد ودلالات جمالية، فضلاً عن تنوع حركة الصور ما أعطى الأشكال حركة تناسقية جمالية وديناميكية دل على ذلك بدأ زمن من الحياة الجديدة المليئة بالزهو والتفاؤل.

لذا تكمن أهمية في إنشاء البوستر الإعلاني يضم اتجاهات داخلية تدور حولها الحوادث وصولاً إلى تحقيق دلالات ومضامين عميقة، فهذا التوليف بين الواقعية والرمزية ترمي إلى تحقيق أهداف البوستر الإعلاني مؤكداً ذلك التوظيف الهندسي لإطار اللوحة وتوزيع شكل بين المربع والمستطيلات، هذا العمل الذي يضم تكرار الشكل التي هي مقوم أساسي لدعم وجود هذا الخطاب تصويري من مرجعيات البيئة في إظهار أساليب جمالية تمثل الشفرة الثقافية للمجتمع.

International Journal for Scientific Research (IJSR)

المجلة الدولية للبحوث العلمية

Vol. (3), No. (10) October 2024 الإصدار (3)، العدد (10)



العينة (2):

اسم الطالب: حمزة علي حسين

تاريخ العمل: 2021

خامة العمل: تقنية رقمية

العائدية: قسم التربية الفنية/ كلية الفنون الجميلة

عمد المصمم (الطالب) إلى استخدام المعالجة بالتقنيات الإظهارية للحاسوب لتحقيق نوعاً من السحب الاتجاهي للصورة الفوتوغرافية إذ شغلت الأغلب من المجال الفضائي للبوستر الإعلاني بحكم وظيفتها فهي تمثل مضمون الفكرة الإعلانية عمد المصمم إلى معالجتها تقنياً لأسباب وظيفية وفنية، فضلا عن خفض القيمة اللونية للجانب الأيمن من البوستر الإعلاني، على إظهار وحدات شكلية هندسية المظهر شكلت زخماً تشكيلياً مجزأً مترابطاً أعطى بصفته المتكاملة سطحاً متنوعاً أغلب سماته التشابه والتكرار المتناوب على سطح البصري معتمدة أسلوب التجميع والتركيب للوحدات الشكلية قد سعى المصمم لدعم حركة هذه الأشكال بتحقيق بعض الاستقرار بالأرضية بالنصوص الكتابية من خلال ما تحمله من قيمة لونية تداخلت مع الألوان الحارة (اللون الأسود والبرتقالي) واللون البراد الأبيض لحضور وتحقيق دلالة وظيفية التصميمية للبوستر الإعلاني مكنت المعالجات التقنية (برامج الحاسوب) (paintbrush) من تجسيد الفكرة الأساسية الإبداعية ليعكس القراءة بطريقة غير مألوفة إذ استخدم المصمم (التقنيات المتقدمة في الحاسوب) لإحداث تداخل الصور من اختزال قيمها اللونية مع إحداث التدرجات اللونية مما حقق تنوعاً جمالياً مؤثراً وأسهم في شد الانتباه للشكل الأساسي في البوستر الإعلاني، وإيصال الرسالة الإعلانية، استطاع المصمم أن يوظف الصور الفوتوغرافية الواقعية وتكوين أشكال إيهاميه من خلال التباين الحاصل بالقيمة اللونية وتدرجاته. ومن عمليات التنظيم التي اعتمدها المصمم داخل الفضاء البوستر الاعلاني هي السيادة، التي عمل من خلالها على تأسيس جذباً بصرياً حيث حقق هيمنة شكلية تمثلت بالشكل الأساسي الذي يمثل الدوائر، ثم إن حالة الانسجام في الألوان والأشكال والاتجاهات والخطوط جاءت لتحقق قيماً جمالية عززت هي الأخرى إثارة

الانتباه نحوها فضلاً عن علاقة كل تلك الأجزاء داخل البوستر الإعلاني التي يمكن أن يعدها المتلقي علاقات ترابط وتماسك بينها لتؤسس وحدة تصميمية تتفق مع فكرة الإعلان الأساسية فضلاً عن مساهمتها في تحقيق نتائج الإيهام بالحركة. كما اعتمد نظم التضاد الحاد لتراكب كل عنوان الرئيس والثانوي إذ استخدم للعنوان اللون الأسود المتضاد مع الأرضية والفضاء العام للإعلان، إذ تضمن العمل أشكالاً تحمل الصفة التعبيرية للبناء العام للتصميم الذي أسهم في تحقيق عملية الشد والجذب للشكل الموجود بيسار الإعلان، بتكوينات هندسية، ودوائر متباينة الأحجام أعطت للتكوين نوعاً من الاستقرار المتوازن نوعاً ما من خلال هيمنت الأشكال اللونية بتضاداتها اللونية المختلفة وبفعل قيمة الضوء ومساقطه على الأشكال من خلال إبراز اللون، ليشكل الجزء الأهم في عملية التصميم البوستر الإعلاني من خلال التوظيف التقني باستخدام وسائط وآليات متنوعة والتي تحمل دلالات رمزية، إن العناصر الفنية جاءت مكتملة لفكرة الموضوع إذ وظفت بطريقة تجريدية وأعطت الأشكال على الرغم من التجاور والتراكب متنوعاً وتشابكاً بين الوحدات وترابطها، إذ إن الأشكال والمساحات اللونية، وقد أعطى الأسلوب التقني صفة في إخراج البوستر الإعلاني وما تكمن في داخله من نزاعات عاطفية ونفسية بدلالات تعبيرية تم توظيفها بطريقة ذهنية جمعت ما بين الشكل والمضمون في تركيبة الأشكال الهندسية.

العينة (3):

اسم الطالب: احمد علي عبيد

تاريخ العمل: 2021

خامة العمل: رقمي

العائدية: قسم التربية الفنية/ كلية الفنون الجميلة

وظف المصمم الصور الفوتوغرافية في هذا التصميم من خلال تقنية (Photoshop) لتحقيق إثارة الانتباه من خلال التباينات في الصور الفوتوغرافية وتنوع أشكالها وألوانها التي أسهمت تدرجاتها اللونية تحقيق الإيهام بالحركة من الأعلى الى الأسفل جهة اليمين بما يتناسب والفكرة التصميمية، فقد أعطى هيمنة مباشرة على

مساحة اللوحة ونقطة مركزية ومحورية مهمة في التكوين الفني، إذ لجأ المصمم إلى تقنيات الحاسوب (Photoshop) في تنفيذ تصميمه من خلال التدرجات اللونية وتراكب الهيئات الشكلية على الفضاء التصميمي وتحقيق الحركة الموجية للعنوانات مع استخدام التظليل أفاد في إظهاره بصفه عنصراً بنائياً في التصميم. حقق المصمم نجاحه في هذا التصميم من خلال قدرته على توظيف المعالجات التقنية في الحاسوب وافترش أرضية البوستر بالعديد من الصور الفوتوغرافية أغلبها مختزلة لونياً فيما أظهر شفافية خلفية البوستر الإعلاني، اعتمد المصمم الصور الفتوغرافية المعالجة تقنياً عنصراً أساسياً في تصميه إذ شغلت كامل المساحة الإعلانية وأدت وظيفتها من خلال التأثيرات اللونية بما تضمنته من علاقات تباين وتضاد بالقيم الشكلية واللونية دعمت الاستخدام الوظيفي لها لتحقيق الاتصال الناجح.

جاء اعتماد البرمجيات في تنفيذ البوستر الإعلاني كلياً من المصمم (الطالب) الذي يتمثل في الواسطة المادية والطريقة التي يعمل بها أو معالجة التقنية المادة التي يستخدمها، أما الدلالات التعبيرية والرمزية جاءت ملخصة لفكرة البوستر الإعلاني ومراعاة توظيف نظامها اللوني المتكامل بما ينسجم وطبيعة ووظيفة كل جزء من التصميم، عززت عملية التراكب بين الأشكال في تأكيد ذلك الإحساس بالبعد والقرب للوحدات داخل فضاء الملصق وهو ما حقق استلاماً زمنياً وفضائياً متعدد نتج عنه استلاماً حركياً متنوعاً. فضلاً عن أتى اللون منسجماً مع البناء الشكلي للتكوين الفني على هيئة إيحاءات حركية لونية متراكبة بانسيابية فضلاً عن حرارته اللونية المتمثلة باللون الأصفر المخضر ودرجاته النسبية ما بين الغامق والفاتح الذي تخلله تضادات لونية قليلة للألوان الباردة لإظهار طاقته التعبيرية في الأجزاء المتصلة محققاً انسجاماً وتوافقاً في الكل العام وإعطائه مظهراً موحداً في المجال المرئي مع تشكيل الفضاء البوستر الإعلاني الذي جاء منسجماً متكاملاً مع التكوين ولونيته) لها دلالات رمزية، ومفاهيم ونفسية في المجتمع أن العمل جاء على وفق خيال ذهني يلفت انتباه المتلقي، ويدل على أهمية الخطاب الحدث وتأثيره على المجتمع إذ يعطي تعبيراً بلاغياً في بنية تضم عناصرها ترابطاً وتعبيراً مجازياً يكثف الحدث.

International Journal for Scientific Research (IJSR)

المجلة الدولية للبحوث العلمية

Vol. (3), No. (10) October 2024 الإصدار (3)، العدد (10)

العينة (4):

اسم الطالب: علي عبد الكريم

تاريخ العمل: 2021

خامة العمل: مواد مختلفة

العائدية: قسم التربية الفنية/ كلية الفنون الجميلة

جاء اعتماد المصمم (الطالب) على برمجيات الحاسوب (Photoshop) في تنفيذ البوستر الإعلاني فقد بنى تصميمه على الصور الفوتوغرافية بعد معالجتها بواسطة تقنيات الحاسوب إذ تعامل في تحول قيمها اللونية المتدرجة إلى مساحات لونية باستثناء الخلفية الذي حافظ على وضوح لونه، استخدم المصمم (الطالب) نظام الألوان المتوافقة تراوحت بين (الأزرق –البنفسجي- الأبيض - الأصفر-الأخضر...) التنوع اللوني والشدة العالية المستخدمة في التصميم ما يلفت الانتباه في البوستر وقد كان التوظيف محقق قيمة جمالية لها دلالات رمزية تتوافق مع فكرة الإعلان، كما تمكن المصمم من خلال برمجيات الحاسوب من الحصول على الشفافية وتراكب القيم اللونية وتوظيفها في تشكيلات صورية منحها الصدارة في الشد البصري وبشكل ملفت لنظر المتلقي، كما اعتمد المتعلم المصمم التفاوت في أحجام الصور المستطيلة في حجم الأشكال أي قياسات الحروف الأسطر المتدرجة من الأبيض إلى الأخضر المصفر ما حقق شداً فضائياً للبوستر الإعلاني، ساعدت العناصر الفنية من معالجة للعنوانات والنصوص التي جاءت في البوستر الإعلاني بالون الأبيض ومعالجة تقنياً عوضاً عن السطر الكتابي بالأسفل باللون الأخضر المصفر مما أضفى عليها قيمة جمالية لتحقيق الموازنة أسفل الفضاء ليحقق التماسك والربط الفني الإبداعي والموضوعي، بحكم طبيعة الفكرة التصميمة لجأ المصمم إلى اعتماده الصور الزخرفية بكافة أشكالها وبدرجاتها اللونية مما كان الأثر في تحقيق جدب والتحفيز البصري للبوستر الإعلاني من خلال حسن توظيفها على نحو أعلى بما يتناسب مع الفضاء المحيط بها، ومن وسائل التنظيم التي أسهمت في تحقيق جماليات الإعلان والتي جاءت متحققة في البوستر الإعلاني فقد تمثلت في التوازن والانسجام فيما بين وحدات، ما أسهم في إنشاء وحدته التصميمية من جهة فضلاً عن إنشاء

معنى الجمال في الإعلان المدرك من جهة أخرى فالملائمة في تناسب أوضاع الوحدات والعناصر المتباينة داخل فضاء الملصق.

وظفت الأساليب والوسائط باستخدام تقنيات متقدمة في الحاسوب (Photoshop) لإحداث تفاعلات فضائية من خلال تفاعل اللون مع الأشكال والفضاء للبوستر الإعلاني ليحقق علاقات شكاية ولونية أسهمت في البناء إنشائية التصميم وتحقيق التنوع من خلال توزيع الصور بتقنية الفوتوشوب على مساحات وتداخله مع الألوان والأسطر الكتابية ليكون علاقات شكاية ناشئة بينهم طاغياً على جو البوستر الإعلاني محققاً إيهاماً حركياً مثيراً للانتباه المتلقي، ليتعامل المصمم مع العمليات والعوامل التي تتحكم في المجال الإدراكي يعدها مدخلاً للوعي بطبيعة الإعلان ومدى فاعليته في التأثير في المتلقي تكون ناقلة للمعنى والجمالية بقدر وعي المصمم بتلك القدرات الإبداعية يكون نجاحه فيلا استخدام وأسس برمجيات التصميم لقد حقق فكرة البوستر الإعلاني حالة الانسجام (الهارموني) وإحساساً قوياً للشكل من خلال اختياره نظام الألوان وتناسق الأشكال المتناظرة طرق أبعاده ليكسب معنى جديداً للضرورة التصميمية، وكانت لهذه الاستمرارية فضلاً عما أفرزته نواتج العلاقات من شد اتصالي دوراً في تعضيد وحدة البوستر الإعلاني، تمكنت المعالجات التقنية الرقمية (لبرامج الحاسوب) من تجسيد فكرة الأساسية الإبداعية ليعكس القراءة الفنية بطريقة متفردة ما حقق تنوعاً جمالياً مؤثراً أسهم بشد المتلقي للتصميم وإيصال الرسالة الإعلانية المطلوبة.

الوسائل الإحصائية

تم تحليل نماذج العينات المكونة من (4) نتاجات فنية على وفق استمارة تحليل المحتوى، ثم أجرت الباحثة تحديد درجة كل نتاج فني وبالنتيجة حددت (4) درجات، تم معالجتها إحصائيا باستعمال معادلة:

معادلة كوبر: لحساب صدق الأداة

$$\text{نسبة الاتفاق} = \frac{\text{عدد مرات الاتفاق}}{\text{عدد مرات الاتفاق + عدد مرات عدم الاتفاق}} \times 100$$

النتائج ومناقشتها

نتائج البحث:

ظهرت نتائج البحث كالآتي:

1. استخدام الأساليب التقنية الرقمية في توظيف الأشكال من خلال إتباع تقنية التجميع والتركيب الصور الفوتوغرافية، وتوليد إيقاع رئيسي بين الصور والقيم اللونية، خدمت الجانب الوظيفي والعملية الإبداعية للبوستر الإعلاني. اتضحت في جميع العينات (1،2،3،4).
2. أظهر الحاسوب في استخدام الحروف وصياغته الشكلية في الفضاء التصميمي نوعاً من التنوع والإثارة تتضح في عينة (4،3،2،1).
3. جاء توظيف أكثر من صورة فوتوغرافية في البوستر الإعلاني تسهم في تحقيق التنوع والإثارة بقيم لونية تتناسب ونظامها اللوني تتضح في جميع العينات (1،2،3،4).
4. تماثلت نتاجات في استخدام العنوانات يقيم لونية بهدف الإيحاء وإبراز وتحقيق الوضوح الهدف من البوستر الإعلاني، وتكوين علاقات تجاورية عن طريق تجاور الأشكال والعلاقات كما في جميع العينات (1،2،3،4).
5. تكمن الأساليب التقنية بتوظيف الأشكال من حيث القيم الشكلية واللونية ودلالاتها دوراً فاعلاً في تحقيق الهدف الوظيفي والتنوع الجمالي للبوستر الإعلاني كما في العينة (1،4).
6. ربط الوحدات الشكلية مع بعضها من جهة وإعطاء مسحة جمالية إبداعية من جهة أخرى تسفر عن فهم لإمكانات لإنشاء التصميمي مع الادراك العمق والوعي اللوني والشكل للبوستر الإعلاني (3،2).
7. يتملك الطالب وعي خيالي وتجربة جمالية إبداعية في تصميم الجوانب الإظهارية لأسلوب والتقنية الرقمية واستغلال أكبر مساحة ممكنة من السطح البصري وتكوين أشكال مختلفة الأبعاد، كما في العينة (1، 2، 3، 4).
8. وضوح اشتغال الأدائية التلقائية عن طريق تقنية الفوتوشوب (Photoshop). بجانب قصدي يكمن في ذاتية الطالب ومخيلته كما في جميع العينات (1،2،3،4).

ثانياً: الاستنتاجات

بناء على النتائج التي أسفر عنها البحث الحالي خرجت الباحثة بعدة مؤشرات أهمها:

1. إن استخدام التقنية الرقمية في مجال التربية الفنية للمواد الدراسية العملية أعطى قدرة للطلبة في تنويع أنماط الإنتاج الفني ومع سهولة الإجراءات المتبعة في إنتاج هذه الأعمال الفنية.
2. يتيح التطبيقات الرقمية كتطبيق الفوتوشوب الحرية والإبداع للطلبة في إنتاج العمل بما تتصف به هذه التطبيقات من مزايا لا تعد وخيارات لا حصر لها في الاختيار والدمج والإنتاج للعمل الفني.
3. ألفت عملية التراكب، التداخل، الحاصلة في عمليات التصميم مع النواتج الأخرى إيهاماً بالعمق والحركة نتيجة لامتلاكها الاتجاهيات الممتدة التي يسهم تحقيقها في البوستر الإعلاني.
4. إن التقنية الرقمية يمكنها ولوج مجال الفن والتربية الفنية وتوظيفها في النتاجات الفنية لطلبة قسم التربية الفنية.
5. كان لحضور العناصر التكوينية والتقنية الرقمية أثراً واضحاً في بنائية العمل التصميمي كإظهار الكتل للونية وكتل شكلية حققت تشكيلاً واضحاً في بناء التكويني للبوستر الإعلاني المصمم.
6. إدخال التطبيقات البرمجية الرقمية كالفوتوشوب في تدريس الطلبة للمواد العملية كالتصميم والتزيين وغيرها من المواد الدراسية وجعل هذه التطبيقات من ضمن الخيارات لإنتاج البوستر الإعلاني المصمم.
7. يشكل إدراك والخبرة للون والشكل جانباً من سلوك الطالب الأمر الذي يجعل منه أسرع في عملية إدراكها، إذ ترتبط معرفة الطالب للأشياء والأشكال وخبرته يكون أثرها وناتجها عند المتلقي.

ثالثاً: التوصيات

1. استثمار بعض التقنيات الرقمية لفنون ما بعد الحداثة كالفن الكرافيكي بأعمال فنية في مشاريع طلبة قسم التربية الفنية.
2. ترجمة ونشر المصادر والكتب ذات العلاقة بموضوعة التقنية الرقمية من قبل الدور المتخصصة بالترجمة والنشر، للإفادة منها وخدمة في إنجاز البحث العلمي.

3. العمل على تدريب طلبة قسم التربية الفنية على برمجيات الحاسوب لغرض توظيفها في مشاريعهم الفنية.

رابعاً: المقترحات

- توظيف التقنية الرقمية في تدريس مادة المنظور لطلبة التربية الفنية.

المصادر والمراجع

1. اسماعيل شوقي (2007): التصميم عناصره واسسه في الفن التشكيلي، دار الكتب المصرية، مصر.
2. البسيوني، عبد الحميد (2005): استخدام وتأليف الوسائط المتعددة، دار الكتب العلمية، القاهرة.
3. بندارفيز، شيراين (2005): لوحة الفنان للرسم في فوتوشوب وباينتر. ط1، الدار العربية للعلوم، لبنان.
4. الحسيني، أياد حسين عبد الله، (2008): فن التصميم، ج2 النظرية، ط1، الشارقة: (دار الثقافة والإعلام).
5. حيدر، نجم عبد (2006): فن التصميم وعلم الجمال (تبادل معطيات) مجموعة من الباحثين، دراسات في الفن والجمال، ط1، دار مجدلاوي للطباعة والنشر، عمان -الأردن.
6. الخلفاوي، وليد (2006): مستحدثات تكنولوجيا التعليم في عصر المعلوماتية، ط1، دار الفكر والنشر والتوزيع، الأردن.
7. سرحان، عمر موسى سرحان (2008): تكنولوجيا التعليم والتعليم الإلكتروني. ط1، دار وائل للنشر والتوزيع عمان.
8. شفيق، حسنين (2009): الإخراج الصحفي الإلكتروني والتجهيزات الفنية، ط1: (دار فكر وفن)، القاهرة.
9. صليبا، جميل (1982): المعجم، الفلسفي، ج 2، دار الكتاب اللبناني، بيروت.
10. صوالح، وهيبة (2017): السردية الرقمية آليات إنتاج السرد الرقمي. ط1، دار نينوى للنشر والتوزيع، سوريا.

11. العالي، عبد السلام بنعبد، (1991): أسس الفكر الفلسفي المعاصر، ط1، دار توبقال للنشر، المغرب.

12. عبد الجبار منديل (1982): الإعلان بين النظرية والتطبيق، الجامعة المستنصرية، مطبعة الإرشاد، بغداد.

13. الفرجاني، عبد العظين (2002): التكنولوجيا وتطوير التعليم، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة.

14. محمد، نصيف جاسم (1999): الابتكار في التقنيات التصميمية للإعلان المطبوع، أطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة، بغداد، كلية الفنون الجميلة)، قسم التصميم.

15. محمود علم الدين (2005): تكنولوجيات المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع.

16. مرسي، نشوة عبد الرحمن (2000) إعداد برنامج تدريبي لمعلم التربية الفنية على استخدام نظم الكومبيوتر لتدريس الرسم للمرحلة الابتدائية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة حلوان، كلية التربية الفنية.

17. المسدي، عبدالسلام (2006): الأسلوبية والأسلوب، الدار العربية للكتاب، تونس.

18. نرمين حسين صالح علي، (د.ت.) استراتيجية تصميم الإعلان المعاصر بالاستفادة من الوسائط الرقمية الحديثة، مجلة العمارة والفنون، العدد (19).

19. هارفي، ديفيد (2005): حالة ما بعد الحداثة، ط 1، ترجمة/ د. محمد شيا، المنظمة العربية للترجمة، بيروت.

20. Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches, teoo upitciemceDt, ior Architecture and Design – Birkhäuser

21. Kreinik, Juliana. An introduction to photography in the 20th century. www. Khana academy.org. 21.https://www.khanacademy.org/humanities/art-1010/beginners-guide-2021/a/an-introduction-to-22.photography-in-the-early-20th-century. (Accessed September2 2018)

22. Lichtenth J. David, (2004) Outdoor Advertising for Business Markets Institute for the Study of Business Markets, the Pennsy Lvania State University, ISBM Report.

23. Scenic Missouri, (2001) Model Billboard Ordinance for Cities Counties and, Small Communities

24. State of California, (2002) Board of Equalization, Guideline for the, Assessment of Billboard properties Classification of Billboards.