



Employing digital technologies in informational advertisements

Reem A. Irahim^a, Shaimaa Kamel Dakhil^b

^{a, b} College of Fine Arts / University of Baghdad



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

ARTICLE INFO

Article history:

Received 6 May 2024

Received in revised form 21 May 2024

Accepted 22 May 2024

Published 1 December 2025

Keywords:

Digital technologies/ Design/

Indicative advertisements

ABSTRACT

The first decade of the current century witnessed a tangible acceleration in technological development in all fields, especially in the field of digital technologies in advertising design. This development has resulted in diversity and multiplicity in digital technologies, in terms of programs and materials used, and this research comes explaining those technologies, their aspects and what they are, and explaining the importance of choosing the appropriate type of technologies according to the tasks, capabilities, and temporal and spatial conditions, and explaining the importance of the graphic designer's familiarity with that diversity. Within the limits of the capabilities and tools of design programs, and an explanation of the most important effective programs in designing indicative advertisements; Especially in the production of good pictures and indicative graphics, the research has produced many results regarding digital technologies, which lead to achieving a high degree of benefit, whether for the graphic designer, or for institutions related to indicative advertisements.

توظيف التقنيات الرقمية في تصميم الإعلانات الإرشادية

ريم عبد الستار إبراهيم¹

شيماء كامل الوائلي²

^{1,2} جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، قسم التصميم الطباعي

ملخص البحث

شهد العقد الأول من القرن الحالي، تسارع ملموس في التطور التكنولوجي، في جميع المجالات، وخاصة في مجال التقنيات الرقمية في تصميم الإعلان؛ بمختلف أنواعه، ونتج عن ذلك التطور تباين وتعدد في التقنيات الرقمية، من حيث البرامج، والمواد المستخدمة، ويأتي هذا البحث موضحاً لتلك التقنيات وجوانبها وماهيتها، وموضحاً لأهمية إختيار النوع المناسب من التقنيات حسب المهام والإمكانات والظروف الزمانية والمكانية، وموضحاً لأهمية إختيار النوع المناسب من التقنيات وأدوات برامج التصميم، ومبينة لأهم البرامج الفعالة في تصميم الإعلان الإرشادي؛ وخاصة في إنتاج الصور والرسومات الإرشادية الجيدة، وقد خرج البحث بالعديد من النتائج فيما يتعلق بالتقنيات الرقمية، والتي تقود الى تحقيق درجة عالية من الإفادة، سواء للمصمم الكرافيكي، أو للمؤسسات ذات العلاقة بالإعلانات الإرشادية.

الكلمات المفتاحية/ التقنيات الرقمية، التصميم، الإعلانات الإرشادية

الفصل الأول

(الإطار التعريفي)

مقدمة:

أصبحت التقنية الرقمية ضرورة من ضرورات الحياة العملية، كونها فتحت مجالاً واسعاً للإبداع، وتطوراً هائلاً في أدوات وآليات الإنتاج التصميمي، وما توفره من السرعة والدقة في التنفيذ، فضلاً عن إحتوائها على آلية التصميم التقليدية (الفرشاة، واللون، والقلم والملمس...الخ)، مما جعلها ذات أثر جمالي بصري جديد، لم يكن موجوداً سابقاً، ومما إختزل كثيراً من الوقت والجهد، وقدم رؤيا جديدة للتصميم. يكمن نجاح العملية التصميمية، سواء أكانت إعلاناً، أم علامة تجارية، أو غير ذلك، في إختيار نظام علاقتي يستوفي الإحتياجات التصميمية المتمثلة بالبعدين الجمالي والوظيفي، مما يمنح التصميم طاقته التعبيرية المتنوعة، وإن التناغم المتكامل الذي يحصل بين القيم الجمالية والوظيفية وتفسيرها بطريقة أدائية نفعية، تجعل النظر الى التصميم نظرة جمال وقيمة ذات علاقة مباشرة ببعضها.

1- مشكلة البحث:

تعددت التقنيات الرقمية الحديثة في تصميم الإعلانات الإرشادية، ومعدات الإدخال والإخراج وبرمجيات التصميم، ولكل نوع مواصفات مختلفة وحدود، وإمكانات متباينة، مما حتم ضرورة الإحاطة بذلك التنوع، والتعدد، وعلاقة الكل بالآخر تنافراً وإتساقاً، بغرض التمكن من إختيار ما يتناسب مع المهام المطلوبة، وحسب الإمكانيات والظروف الزمانية والمكانية، وللتمكن من إختيار التقنية الرقمية الفعالة في تصميم الإعلانات الإرشادية، وإنتاج الصور والرسومات الملائمة، وفق التساؤل الآتي:

ما أهمية توظيف التقنية الرقمية في تصميم الإعلانات الإرشادية؟

2- أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث فيما يلي:

1. رصد وتصنيف وتحليل أهم التقنيات الحديثة، وتطويرها، وتوضيح تعددها وتباين إمكاناتها ومميزاتها، وتوضيح كيفية توظيفها بالشكل الأمثل في خدمة الإعلانات الإرشادية.
2. بيان فاعلية التوظيف الإيجابي للتقنيات الرقمية الحديثة، في تصميم الإعلانات الإرشادية، للدارسين والباحثين في مجال التصميم الكرافيكي.

3- أهداف البحث:

يهدف البحث الى:

كشف توظيف التقنيات الرقمية في تصميم الإعلانات الإرشادية.

4- حدود البحث:

يتحدد البحث الحالي عبر الآتي:

- أ. الحد الموضوعي: دراسة توظيفات التقنيات الرقمية في الإعلانات الإرشادية.
- ب. الحد المكاني: حملة إعلانية توعوية بعنوان "Little Needs"¹، الهند.
- ج. الحد الزمني: العام 2022.

5- تحديد المصطلح: وفق الدراسة يمكننا وضع تعريفات لأهم المصطلحات كالآتي:

1. التقنيات الرقمية: التقنية (التكنولوجيا) إصطلاحاً تعني التطبيقات العلمية للعلم والمعرفة في جميع المجالات، وتعني كل الطرق التي يستخدمها الناس في إختراعاتهم وإكتشافاتهم لتلبية حاجاتهم وإشباع رغباتهم. (Dajani، 2017، صفحة 11)

إجرائياً: التقنيات الرقمية: هي التطبيقات العلمية للعلم والمعرفة، المتمثلة في الحاسوب، وكل ما يتعلق بها من برمجيات، أدوات وأجهزة إدخال وإخراج، ومستلزماتها من مواد؛ والتي تستخدم وفق نظام معين، وألتي تتيح للمصمم الكرافيكي مجالاً غير محدود من الإبتكار والدقة والسرعة والإنتاجية.

2. الإعلان الإرشادي: هو إعلان يختص بالقضايا ذات الأبعاد البيئية، والإجتماعية، والإرشادية، والأخلاقية، فهو وسيلة تستخدم للتوعية وللتوجيه، والإرشاد، والتزويد بالمعرفة وإكساب الخبرة وإكتسابها، وهي إعلانات لا ربحية، أو خدمية، تهدف للتوعية والإرشاد عن أمراض معينة، أو مساعدة كبار السن، أو المعاقين، أو التبرع بالدم، وجمع التبرعات لهيئات الإغاثة الدولية، وأخرى تستخدم في تسويق الخدمات، مثل إتباع إشارات المرور، والإعلان عن قوانين صادرة من قبل الدولة، أو غيرها، يمكننا القول إن الإعلان الفعال؛ هو ذلك الذي يهدف في الأساس التأثير في المتلقي، وحثه على إحداث تغيير في سلوكه، بالإتجاه الذي يدفعه الى إتخاذ قرارات تتوافق مع الرسالة الإعلانية الموجهة. (Hassan، 2019، صفحة 39)

إجرائياً: الإعلان الإرشادي: أحد الأدوات الهامة التي يمكن عن طريقها تغيير ثقافة المجتمع، وتوجيه سلوكياته نحو تصرف ما، بما يعود بالنفع على المجتمع ككل.

الفصل الثاني

(الإطار النظري)

المبحث الأول: دور الحاسوب في الكرافيك الحديث

أحدثت التقنية الرقمية تحولاً كبيراً في أغلب مجالات الحياة، ومنها مجال التصوير الفوتوغرافي، والسينمائي، تحول الإستوديو المظلم في عالم التحميض، والأفلام الحساسة، والطبع وغيرها، الى عصر الكاميرات والتصوير الرقمي، والذي يتميز بسرعة الإنتاج، وتقليل الوقت، ومرونة الإستعمال والأداء، وإختصار الكلف، وتحقيق الرؤية الفورية المسبقة للنتائج، والجودة العالية مهما تم نسخها، مع إمكانية التغيير والتعديل والنقل والنشر عبر وسائط متعددة وغيرها. (Al-Najjar، 2008، صفحة 229)

المكونات المتكاملة لمتطلبات التصميم الكرافيكي الرقمي:

أولاً: المكونات المادية (Hardware)

وتعني الأجهزة، وملحقاتها، والتي تستخدم في التصميم الكرافيكي وتشتمل على:

- حاسب آلي (ماك، أو بي سي).
- شاشة Monitor.
- طابعة Printer.

¹ حملة "الإحتياجات البسيطة"، من قبل منظمة Goonj وهي منظمة غير حكومية، مقرها الهند، الهدف من الحملة جمع التبرعات لصالح المحرومين وضحايا الكوارث، وتلبية أبسط إحتياجاتهم.

- ماسح ضوئي Scanner.
- آلة تصوير رقمية Digital Camera. نظام إسناد Backup System، أو خادم الطبعة والملف Server and File (Shafiq, 2009، صفحة 62)

تجهيز الحاسب الآلي بمكونات مادية قوية ومناسبة بجودة عالية يساعد المصمم الكرافيكي على العمل بكفاءة وسلاسة، فضلاً عن تقليص وقت الإنتظار بما يزيد من إنتاجيته، وجودة أعماله النهائية.

ثانياً: المكونات الفكرية (البرامج) Software

وهي البرامج التي تستخدم في التصميم الكرافيكي، وتشمل:

- برامج تخطيط الصفحة Page Layout.
- برامج رسوم إيضاحية Illustration.
- برامج تحرير صورة Image Management.
- برامج إدارة خط Font Management.
- برامج خلق وإدارة PDF Creation and Management.
- برامج خطوط Fonts (Shafiq, 2009، صفحة 63)

تلعب هذه المكونات دوراً حيوياً بالنسبة للمصمم الكرافيكي، وتساعد في تحقيق الإبداع والكفاءة، وضمان جودة العمل وسرعة الإنجاز، بما يحقق متطلبات العملاء بإحترافية ودقة. (Shafiq, 2009، صفحة 63)

أساس تكوين الصور والرسومات

تنتمي الصور في الحاسبات الى نوعين رئيسيين يتحكمان في طريقة رؤيتنا وإدراكنا لها على الوسائط المرئية المختلفة مثل: الشاشة، أو المطبوعات؛ وكذلك على الكيفية التي يتعامل بها الحاسوب مع هذه الأنواع، وهذين النوعين هما:

أ- الصورة النقطية Bitmap or Raster Image:

يتم عن طريقه تقسيم الصورة الى عدد من النقاط المتراسة، والتي أشبه ماتكون بقطع من الموزاييك، فكل نقطة تعبر عن لون له موقعه الخاص ضمن تلك الخريطة، وترتبط جودة الصورة ضمن هذا التمثيل بعدد النقاط ضمن وحدة قياس معينة (عدد البكسلات في الإنج المربع)، وهو ما يسمى بـ (Resolution) أي دقة الصورة عن طريق كثافة النقاط، والتي تؤثر زيادتها في وضوح الصورة، فتبقي على جودتها عند إجراء عمليات التكبير والتصغير، وضغط الصورة دون الإضرار بجودتها أو تشويهها، فكلما زاد عدد النقاط، زادت درجة وضوح الصورة، وبجودة أعلى؛ مما يتطلب مساحة خزن أكبر لسعة حجمها تبعاً لذلك، وكلما إنخفض عددها، قلت درجة وضوح الصورة وجودتها. (Musa, 2017، صفحة 25)

ب- الصورة المتجهة Vector Image:

يتم التعبير عن هذا النوع من الصور بخطوط، ومنحنيات، وأشكال هندسية مرتبطة بتحديد الإتجاهات وفق طريق رياضية، تسمى بالمتجهات (Vectors)، ولكل من هذه الأشكال خصائص هندسية ثابتة (الطول، والعرض، قياسات المساحة، القطر، ومحيط اللون الذي يملؤها)، تبقى خصائص هذه الأشكال مدركة من قبل البرامج الخطية المتخصصة في هذا النوع من الصور، دون أن تتأثر درجة وضوح الصور، أو جودتها ودقة تفاصيلها، وهذا يظهر عند إجراء تغييرات عليها، كالتكبير، أو التصغير، دون أي تشوهات، أو عيوب تلحق بها، مما يجعلها الأفضل عند الحاجة لأشكال شديدة الدقة، فهي تتطلب مساحات أقل عند التخزين، وسهولة تناقلها والتعامل معها. (Musa, 2017، صفحة 26)

اللون الرقمي:

قدمت التقنية الرقمية (الضوء) كجزء مكمل للخطة اللونية لكل من المصمم والمصور، فبينما نجد أن المبادئ التي تندرج تحتها عملية تصميم اللون، تكون واحدة من الألوان الصبغية والرقمية، فاللون على شاشة الحاسب الآلي، عبارة عن مضلة لضوء مرسل، بينما في مجال الطباعة، نجد أن اللون هو نتاج ضوء منعكس، وهنا تكمن أهمية الضوء في التعامل مع اللون، ويمكن القول أن ما نراه في شاشات الحاسب، ليس بالضرورة هو ما نحصل عليه عند الطباعة، فاللون الذي عملت جاهداً عليه؛ على

شاشة الحاسوب، لا يبدو كذلك عند طباعته، والسبب ببساطة، هو إختلاف طبيعة عمل كل جهة (الحاسب الآلي، الطباعة، الشاشة، الماسح الضوئي، وغيرها)، حيث أن الشاشة تستخدم نظام اللون المجمع RGB، يختلف تماماً عن النظام الذي تعتمد عليه الطباعة، والتي تستخدم اللون المطروح CMYK، وعلى النحو الآتي:

1. **الألوان الجمعية:** أو ما يطلق عليه نظام الألوان RGB. وفكرته الأساسية تكمن في القدرة على إعادة إنتاج أي لون آخر، بالإعتماد على ضوء ثلاثة ألوان أساسية: الأحمر (R)، والأخضر (G)، والأزرق (B)، حيث وجود هذه الألوان معاً بشدتها الكاملة، يعطي الأبيض، فيما يعطي غيابها اللون الأسود، هذا النظام مثالي للشاشات، وأجهزة العرض المختلفة، كونه ضوئي بالكامل، ويمكن التلاعب بقيم كل لون أساسي من الألوان، للحصول على أي لون آخر، وفي العادة تتراوح شدة كل لون ضمن مجال (0 حتى 255).

2. **الألوان الطرحية:** تشكل أساساً للتلوين على الورقة، وفي هذا النظام تنظم الصبغات الزرقاء، الحمراء، الصفراء، السوداء، (CMYK)، بنسب مختلفة لإنشاء ألوان الطيف، وعلى عكس النظام السابق (التجميعي)، يعتبر نظام الألوان الطرحية، نظام إزالة، حيث إن إضافة قيم أي من الألوان الأساسية تعني إمتصاص المزيد من الضوء، وبالتالي خلق قاتم أكثر، ومع كون ألوان (سيان، وماجينتا، والأصفر) لا تستطيع صنع اللون الأسود عند مزجها (بل تصنع لوناً بنياً قاتماً)، من الضروري وجود اللون الأسود.

عند تغيير أي صورة من النظام الجمعي إلى النظام الطرحي، نجد تغييراً طفيفاً في الألوان، على وجه الخصوص تلك الألوان التي يدخل في خلطها اللون الأزرق، أو السيان، ولعل هذا ما يفسر في أن مانراه على الشاشة، يختلف عما نحصل عليه مطبوعاً، ولو بقدر قليل.

التقسيمات الرئيسية للبرامج التقنية في التصميم:

تم إصدار أول برنامج، يختص بالتصميم الكرافيكي على أجهزة الحاسبات الآلية، في عام 1981، هو برنامج ماك بينت Mac Paint، الذي كان إصداره الأول للعمل على أجهزة الماكنتوش Apple Mackintosh، ثم أعقبه برنامج الرسام، والذي يعمل بنظام تشغيل Windows، حيث كان له القدرة على الإستفادة من إمكانيات الحاسب، في تسهيل عمليات الرسم، والتعديل، ومعالجة الألوان، والأشكال بالمقارنة مع حاسبات الماكنتوش في ذلك الوقت. (Mustafa، 2000، صفحة 8)

ومع تطور البرمجيات في الحاسبات الآلية، قام المصممون والمبرمجون بإبتكار العديد من البرامج التي تخص التصميم الكرافيكي، ومن أهم البرامج الإحترافية، والأكثر إنتشاراً، وإستخداماً ما يلي:

المبحث الثاني: المعالجات الرقمية في الإعلانات الإرشادية

أولاً: برامج معالجة الصور والرسوم Image Processing:

هو التعامل مع الصور بالتعديل، والتغيير، والحذف، والإضافة، وتتم المعالجة لأحد هذه الأسباب:

- تغيير بناء الصورة Change their structure.

- تحسين الصورة Improve.

- لإستخراج البيانات والمعلومات من الصورة Extract information.

تتميز المعالجة الرقمية للصور، عن طريق الحاسب الآلي بالسرعة، والمرونة، والدقة، وتتضمن عمليات تحسين جودة الصورة، ووضوحها، كما يمكن زيادة، أو تقليل التباين، أو إظهار التفاصيل، أو تلوين بعض الأجزاء من الصورة، لتصبح مرئية بصورة أفضل. (Mustafa، 2000، صفحة 10)

ومن أهم البرامج ما يلي:

1- **برنامج الفوتوشوب (Photoshop):** هو برنامج رسومي، أنتجته شركة أدوبي، يعد من أشهر برامج صنع وتعديل الصور النقطية، يستخدم أيضاً في التصوير الرقمي، لتحسين الصور وتعديلها، ومن إستخدامات هذا البرنامج تحسين الصور الفوتوغرافية، إنشاء تصميمات متنوعة (إعلانية، فنية، توضيحية)، وتنفيذ الخدع البصرية على الصور والتصميمات، كما يمكن عن طريقه إنشاء الصور، أو تعديلها بغرض إستخدامها كمنقوش للكائنات ثلاثية الإبعاد، في برامج 3D، أو الصور المستخدمة في إنتاج الفيديو، كما يعتبر البرنامج من الأدوات الرئيسية في مراحل طباعة معظم المطبوعات، مثل الكتب، والمجلات.

تقنيات البرنامج لمعالجة الصور:

يستخدم البرنامج تقنيات متعددة لمعالجة الصور أهمها:

- تصحيح اللون Color correction.
- تعديل الإشراق والتضاد Contrast and brightness.
- تصحيح درجة اللون والتشبع.
- تصحيح اللون بواسطة الأمر Variation.
- تصحيح اللون بواسطة الأمر Curves.
- المرشحات Filters.

كما يحتوي على بعض الخصائص الأخرى منها: إستعراض الملفات، وشريط الخيارات للوصول السريع الى أوضاع الأدوات، لوح تاريخ يتيح التراجع لخطوات، أو إلقاء نظرة سريعة على نتيجة التغييرات، كما يتوفر على فرشاة المداواة، وتوفر الأقنعة، قدرة إخفاء جزء من الرسم، أو حماية وحفظ جزء محدد، عند تطبيق تغييرات لونية، أو مرشحات، أو تأثيرات أخرى، ويمكن تنفيذ ذلك أيضاً باستخدام الطبقات. (assuni, 2007، صفحة 85)

2- برنامج بينت شوب برو (Paint shop pro): هو برنامج لتعديل صور البتماب، والفيكتور، للكومبيوترات التي تعمل وفق أنظمة وندوز، سهل التعلم والإستخدام، يعمل في بيئة وندوز فقط، ويتميز بتعامله مع الصور الفيكتور، والراستر.

3- برنامج جمب (GIMP): يعرف أيضاً بإسم جنو، هو برنامج مجاني، حر مفتوح المصدر، تحت رخصة جنو العمومية، يحتوي على العديد من الخصائص والأدوات وسريع في تنفيذ المهام، يمكن تغيير حجم الصورة من المربع الحواري لتغيير قياسات الصورة، كما يمكن تغيير إمتداد الصورة، وتحديد مستوى ضغطها في أنساق ضغط الصور، ويمكن تقطيع الصور وقص جزء منها، وتدويرها وقلبيها جانبياً، أو رأسياً. (Arab, 2013).

ثانياً: برامج الرسم والتلوين

1- برنامج أدوبي اليلستريتور Adobe Illustrator: هو برنامج الرسومات المتجهية، من مميزاتة:

- أداة المنظور الهندسي، والتي تساعد على محاكاة الرسم ثلاثي الأبعاد.
- تغيير سماكة الخطوط على طول الخط الواحد.
- فراشي جديدة للرسم.
- تحسينات لميزة ألواح الرسم المتعدد.
- أداة لتسهيل تعديل الأشكال (جمع، طرح، تقاطع...الخ).

كما تحتوي واجهة المستخدم على عناصر مختلفة تمكن من إنشاء ومعالجة الوثائق والمستندات، وتتمثل هذه العناصر في اللوحات، والأشرطة، والنوافذ، والأيقونات.

2- كوريل درو Corel Draw: برنامج الرسم الشعاعي (المتجهي)، ومن مميزاتة:

- سرعة أكبر بفضل الدعم للنظام المتعدد المراكز الجديد.
- نماذج (templates) ذات محتوى أعلى، واحترافية أكبر.
- توافق أكبر حيث يدعم أكثر من 100 صيغة ملف.
- قدرات أكبر في التعامل مع الإنترنت، بما في ذلك دعم لصور فلاش المتحركة.
- خيارات أكثر لإستخدام المخرجات في الرسم، وعلى الإنترنت.
- تحكم أكبر في الألوان والتباين.

3- برنامج إنكسكيب Inkscape: هو عبارة عن برنامج حر، للرسم المتجهي، وهو مماثل لبرنامج اليلستريتور، وبرنامج الكوريل درو، ويمكن إستخدامه في تصميم ورسم صفحات الويب، والرسوم البسيطة، والشعارات، وتصميم الخطوط، وتصميم وتنسيق

الكتب، ويتميز هذا البرنامج بواجهة سهلة، تيسر على المستخدم التحكم المطلق في أدوات وأوامر البرنامج، وسهولة تخصيص أماكن عرض شرائط الأوامر والأدوات المختلفة بالطريقة التي تناسبه.

المبحث الثالث: تصميم إعلانات التوعية

يعتبر الإعلان الإرشادي من أنواع الإعلان المهمة، لما له من دور كبير وتأثير هام في التوعية المجتمعية، فهو ذلك الإعلان الذي يهدف إلى زيادة الوعي المجتمعي، بموضوعات عديدة، تتعلق بالصحة، والبيئة، والسلامة للمجتمع ككل، الإعلان الإرشادي هو كل إعلان يهدف لبيع فكرة ما، أو إقناع سلوك ما من قبل المتلقين، لذلك يحتاج هذا النوع من الإعلانات إلى العقلية الإبداعية لتعمل على تصميم فكرته، وتنفيذها على أكمل وجه، ليحقق إعلان التوعية الهدف المراد منه، ويعتبر تصميم الإعلان الإرشادي مهمة صعبة في حد ذاتها، كونه يهدف إلى إقناع المتلقي بالعدول عن سلوك معين قد يعتاد عليه، أو إقناعه بتصرف جديد لم يعتاد عليه من قبل، والإعلان الإرشادي المميز، هو ذلك الإعلان المصمم لجذب الانتباه، والتأثير في أكبر عدد ممكن من الجمهور المتلقي، والإحتفاظ بهذا التأثير لمدة أطول، حتى بعد التوقف عن التعرض له، هدف الإعلان الإرشادي الرئيس هو جعل المتلقي يتوقف، ويفكر، ويقلق نوعاً ما، على مجالات مختلفة تخص المجتمع، والصحة، والبيئة، والحياة بصورة عامة، وليتشكل لديهم وعي كافي للتعامل معها بشكل إيجابي، مما يفسر إن الإعلان الإرشادي يركز بشكل أساسي على الإستمالات العاطفية، على عكس الإعلان التجاري، والذي تختلف إستمالاته تبعاً لطبيعة المنتج، والمتلقي المستهدف من الإعلان، وكون الإعلان يعتمد في الأساس على جاذبيته المرئية، ويهدف للإستحواذ على كل إنتباهه، وإهتمامه، فإن مصممي الإعلان يلجأون إلى التجديد، والإبتكار، مستفيدين من مجال التقنية الرقمية الواسع والمتنوع، في نتاجاتهم التصميمية. (Yassin, 2018، صفحة 121)

العوامل المؤثرة في التصميم:

يخضع المصمم لمجموعة من العوامل؛ أثناء قيامه بتصميم، ذلك أنه لا يعمل في فراغ، فهو يعمل ضمن ظروف بيئية وحياتية وإقتصادية وإجتماعية معينة، وهذا ما يجعل المصمم لصيق بجانب التوعية في مختلف ميادين الحياة، ولعل من أبرز هذه العوامل: (Zreq, 2013، صفحة 72)

- أماكنات المصمم الذاتية والأدائية.
- الأدوات التي يستعملها المصمم.
- الخامات التي تدخل في عملية التصميم والإخراج والطباعة.
- الموضوع الذي يعالجه، أو يتناوله العمل الكرافيكي.
- نوع التقنية التي سينفذ بها العمل الكرافيكي.

عناصر التصميم:

هي مفردات لغة الشكل، والتي يستخدمها المصمم، وسميت بعناصر التصميم، أو التشكيل، لإمكاناتها المرنة في إتخاذ أي هيئة، وقابلية الإندماج، والتوحد بعضها مع بعض؛ لتكوين شكلاً كلياً للعمل المصمم، وجد هناك إختلاف في تحديد عناصر التصميم على وجه الدقة، فيما إتفق البعض الآخر على وجودها، مثل: (النقطة، والخط، الشكل والخلفية، الضوء والظل، اللون) (Ismail, 2007، صفحة 11) وهي نفسها العناصر التي توفرها برامج التصميم بحدود وإمكانات متفاوتة.

أسس التصميم الجمالية:

1. الإيقاع: هو مجال تحقيق الحركة، ويعني تردد الحركة بصورة منتظمة تجمع بين الوحدة، والتغييرات.
2. الإرتزان: هو إحساس من وجود الإنسان في وضع معتدل، قائم رأسياً، ومتوازن على أرضية أفقية، وهو يحقق لنا الإحساس بالراحة عند النظر إليه، ويصل إليه المصمم بإحساسه العميق، عن طريق تنظيم علاقات الأجزاء في التصميم، من خط، ومساحة، ولون، وملمس، ودرجات الفاتح والغامق.
3. الوحدة: التآلف والترابط، بين مكونات التصميم، وفق نظام متسق، يخضع معه كل التفاصيل للمنهج واحد في التصميم.

4. التناسب: قيم الأجزاء بالنسبة لبعضها البعض، وبالنسبة الى الكل الذي تكونه، وإدراك تلك القيمة عددياً، أو هندسياً، يؤدي الى إستنباط التوافق، أو التناسق بين مجموعة عناصر الأشكال. (Ismail، 2007، صفحة 230)

مؤشرات الإطار النظري:

1. تمنح التقنيات الرقمية وبرامج الحاسوب الآلي معالجات تصميمية للإعلانات الإرشادية.
2. تُسهم التقنية الرقمية في إظهار الهدف من فكرة الإعلان الإرشادي بصورة فنية إبداعية.
3. يعد الإعلان الإرشادي أحد أنواع الإعلان المهمة والمؤثرة في جمهور واسع، مما أدى الى إستخدام تقنيات وخامات جديدة.
4. يمنح التطور التقني الرقمي مجالاً واسعاً من الإختيارات التفضيلية من البرامج، بما يحقق للمصمم الكرافيكي مساحة لإبتكار إعلانات إرشادية فريدة.
5. تعد المعالجات التقنية للصورة، والنص، واللون من أبرز مقومات تصميم الإعلان الإرشادي.

الفصل الثالث (إجراءات البحث)

منهج البحث:

1. إتبعت الباحثة المنهج الوصفي لغرض التحليل.
2. مجتمع البحث: يتكون مجتمع البحث من إعلانات توعية من حملة إعلانية بعنوان "Child"، للعام 2013 وعدد الإعلانات 30 وبنسبة 3%.
3. عينة البحث: تم الإعتماد على ثلاث نماذج لأغراض التحليل.
4. أدوات التحليل: تم إعتماد محاور لإجراء التحليل والمتمثلة بـ
(1) برامجيات الحاسوب.
(2) الأهداف الوظيفية والجمالية.

الإنموذج رقم (1)

الوصف العام: تكون النموذج بشكل عام من شكل واحد سائد، تمثل بمشهد لصبي جالس على كومة من الرمل، وشكل رسومي لحصان خشبي، كما يظهر نص مكتوب (إحتياجات صغيرة، يمكن للتبرع المادي إحداث فرق)، في رسالة توعية للجمهور، بأن دفع القليل على سبيل المساعدة يحدث فرقا للكثير من المحتاجين.

التحليل:

نلاحظ في هذا الشكل، التحول في الشكل التصميمي للإعلان الإرشادي، بشكل جديد مصاغ للواقع، عن طريق التصوير الفوتوغرافي، أخذت التقنية الرقمية الحديثة شكلاً آخر يخدم المصمم في تحقيق الغرائبية، والأشكال غير المألوفة، من خلال تفكيك، وتركيب الصور والأشكال، عن طريق برامج أتاحت للمصمم إمكانية تحقيق ذلك، كبرنامج الـستريتور، عن طريق المعالجة الرقمية للشكل، من خلال برامج المعالجة للصور، أظهر المصمم تصميماً مختلفاً عن المألوف عن طريق تراكب الرسوم التوضيحية الخيالية ممزوجة بالصورة الواقعية، محققاً التوازن في توزيع العناصر، والسيادة للشكل الرئيس من التصميم، لتقديم رساله قوية.

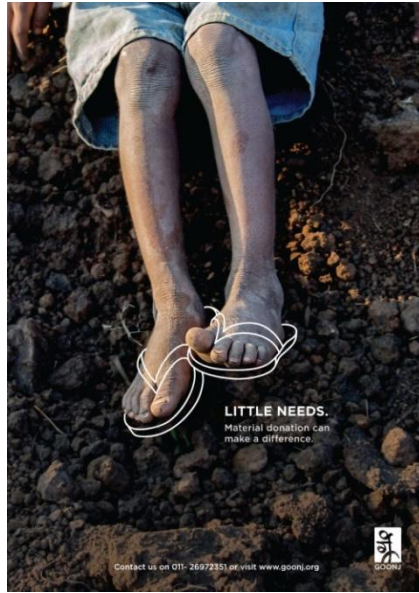




الأنموذج رقم (2)

الوصف العام: نموذج يتكون من صورة واقعية شغلت معظم فضاء التصميم، لأم وطفلها، تجلس في البرد، في صورة واقعية لواقع الفقر، مع شكل رسومي لمدفأة، ويظهر النص في أسفل الإعلان، يحث على التبرع ولو بالقليل.

التحليل: تعد التوظيفات الجمالية التي حققها المصمم في تصميمه هذا، عن طريق الظل والضوء، ومحققاً الإثارة البصرية، مستغلاً المشهد في إبراز الرسوم التوضيحية في الجزء المنير من التصميم، والذي بواسطته إعطى بعداً واقعياً للمدفأة الخيالية الرسومية، كما حقق الوحدة في التألف بين عناصر التصميم، معطياً قيمة تعبيرية لوحدة الشكل ككل.



الأنموذج رقم (3)

الوصف العام: إنموذج جاء مكونه الأساسي من شكل سائد، لصورة واقعية تمثل أرجل عارية فيما يبدو لصبي، وأرضية من الحصى والتراب، وخطوط توضيحية بشكل نعلين يرتديهما الصبي، ويظهر النص، معززاً للشكل.

التحليل: إن أولى الملاحظات التنظيمية التي إعتمدها المصمم، والتي أسست نتائجاً جمالياً تمثلت بالسيادة الشكلية، لشكل الأرجل، حيث جاءت مركزاً للجذب البصري، مؤكداً العلاقة التكاملية بين الشكل السائد وفضائته، والتي أظهرت الإنسجامات المتعددة سواء عن طريق الشكل السائد وألوان فضائه، أو عن طريق التوازن الحاصل بالتقسيم الفضائي، ليمنح النموذج استقراراً بصرياً، وتظهر تلك العلاقة التكاملية أبعاداً جمالية ووظيفية متنوعة، تحمل بين طياتها مضموناً واضحاً ومباشراً لتحقيق الغرض الوظيفي، والقيمة الجمالية التي أظهرتها الإنسجامات المتعددة سواء عن طريق اللون أو العناصر التصميمية الأخرى.

النتائج:

1. تحقق فعل التقنية الرقمية، في بنية الإعلان عبرالتنوع التنظيمي للعناصر البنائية، وجعلتها أكثر ترابطاً، وإنسجاماً بفعل التوظيف الجمالي وظهر ذلك في كل نماذج العينة.
2. أضافت التقنية لفكرة المصمم التنوعات الأسلوبية، مما زاد من فاعلية الإتصال المرئي، لتحقيق الإيهام بالحركة، والفعل، داخل الفضاء في الملصقات (1.3).
3. من مخرجات التقنية الرقمية هو الحصول على الدقة المتناهية، والوضوح المرتبط بتنفيذ العمليات التصميمية الرقمية، في تحقيق الجوانب الوظيفية والجمالية والتعبيرية على حد سواء في كل نماذج العينة.
4. تبين أن البعد الجمالي، فضلاً عن البعد الوظيفي، جاء عبر التنسيق بين الوحدات البنائية، والتنظيم داخل بنية النص البصري، ومعالجتها بدقة كبيرة في النماذج الثلاث.
5. جاء توظيف مفردات تمتزج بين الواقعية المتمثلة بالصور الحقيقية، وبين الرسوم الخيالية، والتي تتسم بالغرابة واللامألوفية، وتحقق ذلك في كل نماذج العينة.
6. أدت البرامج الرقمية دور مهم إذ عبرت خياراتها المتعددة من تطبيق الإثارة المرئية المتحققة عن طريق التوظيف الجمالي على الملصقات نماذج العينة كلها.

الاستنتاجات: مما ورد في الإطار النظري ونتائج التحليل تستنتج الباحثة الآتي:

1. تتيح التقنية الرقمية للمصمم، التحكم في الفكرة التصميمية وتطويرها، ومعالجتها، عن طريق الأدوات والإمكانيات المتوفرة في البرامج، والتي تسمح بإضافة التعديلات والحصول على نتائج متعددة، وغير تقليدية.
2. إن التقنية الرقمية إستطاعت الربط بين مرحلة التصميم، ومرحلة التنفيذ، لتمكن المصمم من نمذجة ومحاكاة عملية التصميم، لإجراء التعديلات اللازمة قبل البدء في عملية إخراج التصميم بشكله النهائي.
3. إن الصورة الواقعية المباشرة في الإعلان الإرشادي، لها تأثير كبير في إيصال فكرة الإعلان، ولجذب جمهور واسع.
4. إن تصميم الإعلانات الإرشادية، هو ترابط بين إبداع المصمم الكرافيكي، وخبراته المعرفية، وبين مهارته في إستخدام البرامج التي توفرها التقنية الرقمية، وإختيار الملائم منها، لإنجاز تصاميم فريدة.

التوصيات: مما أظهرته نتائج التحليل، والإستنتاجات توصي الباحثة بالآتي:

1. الإعلان التوعوي له دور كبير في التأثير على المجتمعات، لذا من المفيد على المصمم، التنبه للدور الذي يمثله الإعلان التوعوي، في نشر الثقافة المجتمعية، والدخول في منافسة مع التصاميم العالمية في هذا المجال.
2. الإفادة من التقنية الرقمية، وبرامج التصميم الرقمية، في إيجاد تصاميم تتميز بالحدثة، والجودة من حيث الشكل والمضمون، والإخراج النهائي.
3. على المصمم مراعاة ما توفره التقنية الرقمية في بنية التصميم، من حيث الصورة والنص واللون، ومن حيث العلاقات التصميمية وترابطها، وتوظيف ذلك بشكل إحتراقي يحقق للتصميم أعلى المعايير الفنية الشكلية، والتعبيرية، والوظيفية.

Conclusions: From what was stated in the theoretical framework and the results of the analysis, the researcher concludes the following:

1. Digital technology allows the designer to control, develop, and process the design idea through the tools and capabilities available in the programs, which allow adding modifications and obtaining multiple, unconventional results.
2. Digital technology was able to link the design phase with the implementation phase, enabling the designer to model and simulate the design process, to make the necessary modifications before starting the process of producing the design in its final form.
3. The direct, realistic image in the informative advertisement has a great impact in conveying the idea of the advertisement and attracting a wide audience.
4. Designing awareness advertisements is a correlation between the creativity of the graphic designer, his cognitive expertise, and his skill in using the programs provided by digital technology, and choosing the appropriate ones, to create unique designs.

References:

1. Al-Daraisa, A. M.-H. (2011). *Principles in Design, 1st edition*. Oman: Arab Society Publishing Library.
2. Al-Darwish, A. M. (2005). *The crisis of language, translation, and identity in the age of the Internet, satellite channels, and directed media*. Melbourne, Australia: RIGHTSCOPE LIMITED.
3. Al-Najjar, S. A.-G. (2008). *Film and digital photojournalism*. Cairo: : Egyptian Lebanese House.
4. Arab, s. b. (2013). *GNU Image Editing Program*. G: s.n.
5. Arabic, s. (2005). *Graphic design*. Beirut: Dar Al-Youssef for Printing and Publishing.
6. assiuni, A. H. (2007). . *Computer Graphics and Applications, 1st edl.* . Cairo: Scientific Books Publishing House.
7. Dajani, A. (2017). *The effect of awareness-raising advertising in identifying the phenomenon of*. Amman: Middle East University.
8. Hassan, N. Y. (2019). *The effect of awareness-raising advertising in reducing road*. Kingdom of Saudi Arabia: Arab Journal of Psychological Sciences, Volume Three, Issue 12.
9. Ismail, I. S. (2007). *Art and design, its elements and foundations in plastic art, 4th edition4*. Cairo: : Dar Al-Kutub Al-Ilmiyyah for Publishing and Distribution.
10. Musa, E. r. (2017). *Scientific papers and future visions in graphic design*. Baghdad: Al-Fath Printing, Reproduction and Printing Preparation.
11. Mustafa, A. W. (2000). . *Computer Graphics Application*. Cairo: Syndicate of Applied Arts Designers.
12. Shafiq, H. (2009). *Graphic design in media and the Internet*. Amman. . Amman: Dar Fiker and Fan for Printing and Publishing.
13. Yassin, A. Q. (2018). . *Methods of creating creative ideas in awareness-raising*. Egypt: Journal of Architecture, Arts and Humanities, Volume 3, Issue 9.
14. Zreq, M. A. (2013). *Introduction to contemporary graphic ar*. eirut: Dar Al-Biruni for Printing and Publishing.