



مقال بحثي
كامل

أهمية أسس وعناصر التصميم في دعم النظرية التفاعلية كمدخل لتصميم الحملات التوعوية الصحية.

* ريهام مصطفى محمد السنباطي

* الدراسة بمرحلة الدكتوراه بقسم التصميمات الزخرفية، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.

البريد الإلكتروني: reham.elsonbaty87@gmail.com

تاريخ المقال:

- تاريخ تسليم البحث الكامل للمجلة: 05 إبريل 2022
- تاريخ القرار الأول لهيئة التحرير: 11 إبريل 2022
- تاريخ تسليم النسخة المنقحة: 21 يونيو 2022
- تاريخ موافقة هيئة التحرير على النشر: 24 يونيو 2022

الملخص:

موضوع البحث الحالي حول توضيح أهمية أسس وعناصر التصميم في دعم الحملات التوعوية الصحية، والسعى لإيجاد إمكانية الاستفادة من النظرية التفاعلية في تصميم الحملات التوعوية الصحية، وبناء عليه تحددت مشكلة البحث حول كيف يمكن الاستفادة من أسس وعناصر التصميم في تصميم الحملات التوعوية في ضوء النظرية التفاعلية؟ ويهدف البحث الحالي إلى التأكيد على دور أسس وعناصر التصميم في فاعلية ونجاح الحملات التوعوية، كما يهدف إلى تفعيل دور التربية الفنية في المشاركة المجتمعية لدى جميع الأفراد، ويفترض البحث أنه يمكن الاستفادة من أسس وعناصر التصميم في تصميم الحملات التوعوية في ضوء النظرية التفاعلية، كما يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي لدراسة أسس وعناصر التصميم وكيفية الاستفادة منها في تصميم الحملات التوعوية في ضوء النظرية التفاعلية كما يوضح أهمية ودور النظرية التفاعلية في تصميم الحملات التوعوية لتحقيق هدف البحث من خلال إيجاد منطلقات فكرية وتصميمية جديدة تستند على التصميم التفاعلي للحملات التوعوية، وتوصل البحث إلى أهمية أسس وعناصر التصميم في دعم النظرية التفاعلية كمدخل لتصميم الحملة التوعوية، وأن النظرية التفاعلية عنصر أساسي من عناصر تصميم الحملة التوعوية عن طريق التصميم التفاعلي، وأن توظيف أسس وعناصر التصميم يساهم في فاعلية ونجاح تصميم الحملات التوعوية، ويوصى البحث بالاستفادة من النظريات العلمية التي تساهم في تصميم الحملات التوعوية الصحية لما له من رد فعل إيجابي في زيادة العملية الإبتدائية.

الكلمات المفتاحية: النظرية التفاعلية، الحملات التوعوية الصحية، أسس وعناصر التصميم، التصميم التفاعلي.

مقدمة :

نظرا لحاجة المجتمع للتوعية والتثقيف الصحى حول بعض الأمراض وعن كيفية علاجها والوقاية منها، وإنطلاقا من دور التربية الفنية المعاصرة والتي تسعى إلى تدعيم الثقافة والمعرفة من خلال الفن لما لها من فوائد علاجية وتأهيلية لها تأثيرها المباشر على النواحي الفكرية، الاجتماعية، البدنية، والإنفعالية، أصبح من الضرورة الحتمية توظيف هذه الحملات فى مجال التوعية الصحية، وقد لاحظت الباحثة أن الأساليب المُستخدمة فى بعض الحملات التوعوية مُقتصرة على المحاضرات واللقاءات مما يُقلل من فرص إنتشارها، ويبرز وجود الحاجة إلى استخدام الحملات التوعوية التفاعلية للوصول إلى أكبر شريحة مُمكنة من أفراد المجتمع خاصة وأن التكنولوجيا الآن مُستخدمة فى مجال التوعية عن الأمراض، حيث تمتلك التكنولوجيا قدرة كبيرة وسريعة فى توفير كم هائل من المعلومات، فهى من الوسائل السهلة فى الإستخدام وكذلك فى إيصال الرسائل التوعوية لجميع أفراد المجتمع فى العصر الحالى نظرا لسهولة إستخدامها وتناولها لدى أغلب فئات المجتمع.

لذلك كان من الضروري إيجاد الوسائل الأكثر ملائمة والأكثر فاعلية لحل تلك المشكلة والإستناد على نظرية علمية يُمكن على ضوئها الإسترشاد بالأساليب العلمية للتطبيق.

مشكلة البحث:

نظرا لأهمية الحملات التوعوية الصحية بالأمراض، جاءت أهمية هذا البحث حول توضيح أهمية أسس وعناصر التصميم فى دعم الحملات التوعوية الصحية والتي لابد من التأكد من أنها تُحقق أهدافها، فإن كفاءة الحملات التوعوية بالأمراض تدور ضمن مدى ودرجة كفاءة تخطيط وتنفيذ الحملة، هذا بالإضافة إلى تأسيس نظم التقييم التى تضمن تحقيق أهدافها بدرجة عالية من الكفاءة والفعالية.

لذلك تسعى الباحثة فى هذا البحث إلى إيجاد إمكانية الإستفادة من أسس وعناصر التصميم فى دعم النظرية التفاعلية لتصميم الحملات التوعوية الصحية .

وبناء على ذلك تتحدد مشكلة البحث الحالى فى التساؤل الآتى: كيف يمكن الإستفادة من أسس وعناصر التصميم فى تصميم الحملات التوعوية فى ضوء النظرية التفاعلية؟

فرض البحث :

يُمكن الإستفادة من أسس وعناصر التصميم فى تصميم الحملات التوعوية فى ضوء النظرية التفاعلية.

أهداف البحث :

1. التأكيد على دور أسس وعناصر التصميم فى فاعلية ونجاح الحملات التوعوية .
2. تفعيل دور التربية الفنية فى المشاركة المُجتمعية لدى جميع الأفراد .

أهمية البحث :

1. إثراء تصميم الحملات التوعوية فى ضوء النظريات العلمية المعاصرة .
2. إستحداث مداخل تصميمية حديثة فى نشر التوعية الصحية وكيفية الوقاية من الأمراض.

منهجية البحث :

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلى فى الإطار النظرى للبحث: لدراسة أسس وعناصر التصميم وكيفية الإستفادة منها فى تصميم الحملات التوعوية فى ضوء النظرية التفاعلية، كما يوضح أهمية ودور النظرية التفاعلية فى تصميم الحملات التوعوية لتحقيق هدف البحث من خلال التأكيد على دور أسس وعناصر التصميم وإيجاد منطلقات فكرية وتصميمية جديدة تستند على التصميم التفاعلى للحملات التوعوية.

حدود البحث:

يقتصر البحث الحالى على دراسة أسس وعناصر التصميم وكيفية الإستفادة منها فى تصميم الحملات التوعوية فى ضوء النظرية التفاعلية وتطبيقها على حملة (كن بطلا وحارب الأمراض) كنموذج للحملات التوعوية الصحية من خلال تحليل الجانب التصميمي لمصقات الحملة وإظهار العلاقات التصميمية من خلال (الوحدة، الإتزان، السيادة) كأساس لتصميم مصقات الحملات التوعوية، ومن عناصر التصميم (الخط، الشكل، اللون)، والفئة المُستهدفة لهذه الحملة هم الأطفال من طلاب المرحلة الإبتدائية.

مصطلحات البحث :**تصميم حملة توعوية**

تصميم حملة توعوية هو عبارة عن مجموعة من الأنشطة المُخططة والمُعتمدة والمُستمرة لفترة محددة، وتشمل كل الفئات المؤثرة والمُتأثرة بالمشكلة المطلوب التوعية بها، وهذا بهدف تغيير فى الإتجاهات والمعارف وتعديل السلوك، والتوعية تعنى تعديلا فى سلوك فرد أو جماعة من سلوك سلبي إلى سلوك إيجابي، نتيجة لتغيير الإتجاهات الخاطئة وتصحيح المفاهيم والمعارف، وهى عملية مستمرة ومتكاملة تهدف إلى

الدراسات المرتبطة:

فيما يلي عرض لأهم البحوث والدراسات التي أُجريت في إطار موضوع البحث الحالي والتي أفادت منها الباحثة .

الدراسة الأولى: دراسة " يسرا حسنى أبو النصر " (2016) رسالة ماجستير

وموضوعها التوظيف النوعى للون فى تصميم الإعلانات التوعوية لتحقيق أهداف الأوتار الإقناعية لدى المتلقى⁽⁴⁾

"أهمية الدراسة وأهدافها: التأكيد على التوظيف النوعى للون لتحقيق أهداف التصميم كرسالة توعوية، دراسة وتحليل الأسس التصميمية للإعلانات التوعوية من خلال التوظيف النوعى للون ودورها الإتمالى مجتمعيًا، دراسة الأوتار الإقناعية الإعلانية وكيفية استثمارها لتحقيق الرسالة التوعوية جمالياً وفكريًا.

أهم النتائج: يمكن إحداث تأثير سيكولوجى وفسيولوجى على المتلقى عن طريق إستخدام الصور والرسوم التى تتضمن مخاطبة أحد الأوتار الأقناعية الإعلانية أو أكثر حتى تزيد من فعالية تأثير الرسالة الإعلانية التى تعتمد فى المقام الأول على مخاطبة العقل أو العاطفة أو كليهما، التوظيف النوعى للون يؤثر بشكل كبير على إنتباه المتلقى نحو قراءة العناصر التصميمية عن طريق الرؤية اللامعقولة لألوان الأشياء التى تجسد الأشياء عكس صورتها الواقعية مما يساعد مصمم الإعلان فى ترك صورة ذهنية بصرية لدى المتلقى تجعل التصميم الإعلانى يدوم طويلا فى ذاكرته، الإعلانات التوعوية تكون أكثر تأثيرا على المتلقى عندما تعتمد على الطرق الغير مباشرة فى توجيه المتلقى حيث أن الرسالة المباشرة من الممكن أن تسبب نفورا لدى المتلقى.

أوجه الشبه والإختلاف: تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية فى التطرق إلى الأسس التصميمية للإعلانات التوعوية، وتختلف فى أنها ليست حملة توعوية صحية.

أوجه الإستفادة من هذه الدراسة: التأثير السيكولوجى والفيسيولوجى على إنتباه المتلقى عن طريق إستخدام الصور والرسوم.

توصيل رسالة إلى الفرد أو الجماعة المُستهدفة، بغرض الوصول إلى قرار يحل مشكلة أو يستبدل سلوكا سلبيا بسلوك سليم، والحفاظ على هذا السلوك والإستمرار فيه.

وتشمل خطوات تصميم حملات التوعية على:

وضع أهداف الحملة، تحديد الرسائل التى ستوجهها الحملة، تحديد الفئة المُستهدفة، تحديد الوسائل المُستخدمة وتصميمها، وضع خطة تنفيذية، تحديد الميزانية المطلوبة، المتابعة والتقييم.⁽¹⁾

الحملات التوعوية الصحية

"هى عملية تعليم الناس عادات صحية سليمة، وسلوك صحى جديد ومساعدتهم على نبذ الأفكار والإتجاهات الصحية الخاطئة، وإستبدالها بسلوك صحى سليم بإستخدام وسائل الإتصال الجماهيرى وهى كذلك كعلم وفن له تأثير على رغبات وسلوكيات الأفراد فى المجتمع من خلال إكسابهم القوة لإتخاذ قرارات تجاه صحتهم".⁽²⁾

النظرية التفاعلية

هي أحد نظريات علم النفس الاجتماعي، التي تدرس التفاعل بإعتباره نوع من الفعل الذي يحدث بين إثنين أو أكثر مع وجود تأثير متبادل منهم، وبالتالي فإن فكرة التأثير المتبادل أمر جوهري وضروري في التعرف على مفهوم التفاعلية بدلا من التأثير أحادي الجانب.

"تُعد التفاعلية الرمزية واحدة من المدارس التي تؤكد على أهمية العوامل البيولوجية و ضرورة أخذها في الحسبان عند تفسير السلوك البشري، كما أن التفاعلية الرمزية تُركز على أهمية اللغة في التفاعل الاجتماعي وفي التفكير، وتؤكد على فهم الإنسان للحالة الاجتماعية التي يجد نفسه فيها مع تفسيرها، إضافة إلى دور المعاني والدلالات في تفسير السلوك، فضلا عن تجسيدها لكيفية قيام العمليات الرمزية المُستندة على دراسة الدور وتقويم الذات بواسطة أفراد يحاولون التكيف مع بعضهم البعض علما أن النظرية تؤكد على قدرة الإنسان على خلق و إستخدام الرموز".⁽³⁾

قسنطينية، ص 31:33، بتاريخ 2017/3/1، الساعة 3م، PDF <https://bu.umc.edu.dz/theses/sc-information/AZAT2429.pdf>
(4) يسرا حسنى أبو النصر (2016): التوظيف النوعى للون فى تصميم الإعلانات التوعوية لتحقيق أهداف الأوتار الإقناعية لدى المتلقى، رسالة ماجستير، قسم التصميمات الخزفية، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.

(1) تعريف إجرائى

(2) جريس عواد بصير (2015): دور الحملات الإعلامية التوعوية الصحية فى توعية النساء بمرض سرطان الثدي، ورقة بحث مقدمة للمؤتمر الأول للإعلام الصحى وصناعة الوعى، الأردن، عمان، ص 13-14

(3) مريم زعتر (2008): الإعلان فى التلفزيون الجزائرى، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة منتورى،

الحسية للمساعدة على تحقيق الأهداف المنشودة من الحملة التوعوية.

ويرى "روجرز" أن التفاعلية تعنى مدى قدرة المشاركين فى العملية الإتصالية على تبادل الأدوار والسيطرة والتحكم فى خطابهم المشترك.⁽⁶⁾

من هنا تظهر أهمية أسس وعناصر التصميم فى دعم النظرية التفاعلية كمدخل لتصميم الحملات التوعوية الصحية.

أولا : أهمية ودور أسس التصميم وتوظيفها داخل الحملات التوعوية

أسس التصميم هى القواعد التى يُعتمد عليها فى بناء العمل الفنى والتصميم، وسوف يتناول هذا البحث (الوحدة، الإتزان، السيادة) كأساس لتصميم الحملات التوعوية.

الوحدة

الوحدة فى العمل الفنى هى العامل المشترك الذى يجمع عناصر التصميم، وهى تشمل عدة مجالات أهمها وحدة الشكل و وحدة الفكرة و وحدة الأسلوب الفنى، وهذه العناصر جميعا هى التى تثير فى المُشاهد الإحساس النهائى بوحدة التصميم، ونسعى من خلال الوحدة فى العمل الفنى إلى تحقيق هدفين أساسيين هما: علاقة أجزاء التصميم بعضها ببعض، علاقة الجزء بالكل.

"أما وحدة الشكل فإننا نسعى إلى إيجاد العلاقة الترابطية بين الأشكال المرسومة لأن التشنت والإرتباك يؤديان إلى فوضى مختلفة، بحيث يتم السعى إلى الربط بين الأشكال".⁽⁷⁾

يُمكن الإستفادة من الوحدة فى تصميم الحملة التوعوية من خلال توظيفها بما يتناسب مع الإدراك البصرى مع المتلقى عن طريق سيطرة الكل على الأجزاء حيث يرى المتلقى المشهد ككل فى كيان واحد يجمع عناصر التصميم فى وحدة لا يفقدها التصميم مهما تنوعت العناصر، كما يمكن أن يُسهم التقارب، والتكرار، والإستمرار فى تحقيق الوحدة، وبراعى وحدة تصميمات الخلفية بقدر الإمكان، وأيضا وحدة ألوان النصوص الكتابية قدر الإمكان لعدم التشنت والقدرة على التركيز.

الإتزان

يعبر الإتزان عن الإستقرار والثبات وهو الحالة التى تتعادل فيها القوى المضادة، وهو من الخصائص الأساسية المهمة فى التصميم الناجح، والإتزان فى العمل الفنى لا يمكن أن يكون إتزان

الدراسة الثانية: دراسة "جريس عواد بصير" (2015) ورقة بحثية وموضوعها "دور الحملات الإعلامية التوعوية الصحية فى توعية

النساء بمرض سرطان الثدي"⁽⁵⁾ دور الحملات التوعوية الإعلامية وأثرها فى صناعة الوعي الصحي للنساء فى توعيتهن للكشف المبكر عن سرطان الثدي، إبراز دور حملة "لا تترددى، فحصك الآن أمان وإطمئنان" التوعوية فى وسائل الإعلام الفلسطينية على تشجيع النساء على التقدم للفحص والكشف المبكر عن سرطان الثدي.

أهم النتائج: إيجابية الحملات التوعوية وأهميتها لما لها من أثر فى صناعة الوعي الصحي للمرأة من خلال الوسائل الإعلامية والمجتمعية التى يتم إستخدامها فى الحملات التوعوية لرفع الوعي الصحي للمرأة وتشجيعها للتقدم للفحص المبكر.

أوجه الشبه والإختلاف: تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية فى التعرف على الحملات التوعوية الصحية.

أوجه الإستفادة من هذه الدراسة: التعرف على الوسائل الإعلامية والمجتمعية التى يتم إستخدامها فى الحملات التوعوية.

موضوع البحث

يهدف التصميم عن طريق البحث المستمر إلى إيجاد حلول مناسبة للمشاكل التى قد يواجهها الناس فى حياتهم العادية اليومية، فالقصم يجب أن يعرف تماما حجم المشكلة وأبعادها، ومن ثم ينتج حلا مناسباً عن طريق طرح فكرة معينة بإستخدام العناصر المختلفة للتصميم من خطوط وأشكال وألوان تجذب العين وتخطب العقل، وبقدر وعى المُصمم بكيفية إستخدام أسس وعناصر التصميم والتحكم فى إمكانية ربط العناصر البصرية يتم تحقيق أكبر قدر من الإتساق فيما بين التصميمات التفاعلية، وللتفاعلية مداخل وتقنيات متعددة ومختلفة من أهمها: الرسوم التوضيحية المتحركة الثنائية والثلاثية الأبعاد، الصور الفوتوغرافية، ومقاطع الفيديو، بالإضافة إلى النصوص التى تُكمل بعضها البعض بدرجة تُمكن المتلقى من إستقبال المعلومات والتفاعل معها من خلال التحكم فى زمن وخطوات العرض المطلوب، وكمية المعلومات، للإستفادة من المداخل

(7) محمد عبدالله الدرايسة، نور الدين أحمد النادى (2010): التصميم الجرافيكى بين النظرية والتاريخ، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربى للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، ص181

(5) جريس عواد بصير (2015): دور الحملات الإعلامية التوعوية الصحية فى توعية النساء بمرض سرطان الثدي، ورقة بحث مقدمة للمؤتمر الأول للإعلام الصحى وصناعة الوعي، الأردن ، عمان .

(6)Rogers,E.M. (1995): Diffusion of innovations. 4th edn. New york.

"تُعد عناصر التصميم مفردات لغة الشكل والتي يستخدمها المُصمم ويعتبرها الأساس الأول لعملية الخلق والإبداع، وهذه العناصر تتصف بالمرونة وقابليتها للإندماج والتآلف والتوحد بعضها مع بعض لتكوين شكلا كليا للعمل الفني".⁽¹⁰⁾

"ويؤكد مصطفى الرزاز أن الهدف الفني للتصميم يتوقف على عناصره التي تتكون من الخط، والشكل واللون، والملمس (القيم السطحية)، وتتوقف القيم الوظيفية التشكيلية لأى من تلك العناصر على علاقتها بغيرها من العناصر الأخرى".⁽¹¹⁾

هذا بالنسبة للتصميم بشكل عام وعناصر تصميم الحملات التوعوية لا يختلف كثيراً عن عناصر التصميم لأى مجال من مجالات التصميم الفنية، وسوف يتناول هذا البحث (الخط، الشكل، اللون) كعناصر لتصميم الحملات التوعوية.

الخط

هو عنصر من أهم العناصر التشكيلية، نظرا لصفاته الكامنة التي تتيح له القدرة على التعبير عن الحركة والكتلة، حيث لا يكاد أى عمل تصميمي يخلو من عنصر الخط.

"وتنقسم أنواع الخطوط إلى نوعين:

- الخطوط البسيطة : وتشمل خطوط مستقيمة، وخطوط غير مستقيمة .
 - الخطوط المركبة : وتشمل خطوط أساسها الخط المستقيم، وخطوط أساسها الخط غير المستقيم، وخطوط أساسها الخط الغير مستقيم أو قد تجمع بينهم"⁽¹²⁾ .
- يُمكن الإستفادة من عنصر الخط وتوظيفه داخل تصميم الحملة التوعوية بما يتناسب مع الإدراك البصرى لدى المتلقى، من خلال التأثير النفسى للخطوط، فالخطوط الرأسية توحى بالثبات، وتُستخدم فى تصميم الرسوم التوضيحية عن الأمراض، وإستخدامها بصورة متكررة يزيد الإحساس بالقوة والصلابة لعلاقات الخطوط والإحساس بالتوازن، والخطوط الأفقية توحى بالهدوء والإستقرار، وتُستخدم كأرضية أو قاعدة لكل الأشكال، أو إستخدامه فى ربط أجزاء المعلومات المختلفة بعضها ببعض، وتوجيه عين المتلقى لتسلك مساراً محدداً وفق الهدف الوظيفى للتصميم. ويستخدم أيضا فى تحديد الأشكال .

الشكل

ناتج عن قواعد وقوانين بل ينتج عن إحساس مرهف، فأى ترتيب زخرفى يجب أن ينقل للإنسان الإحساس بالتوازن والإستقرار.

"ويقول (أرنهايم) Arnheim "إن الإتران فى أبسط أشكاله يتحقق بواسطة قانونين متعادلين شدتهما ويتجاذبان فى إتجاهين متضادين وأغلبية النظم البصرية مراكز ومحاور جذب ويضيف أرنهايم بأن الإتران فى التصميم يغير توزيع العناصر بحيث تودى كل الحركات إلى السكون والتوازن".⁽⁸⁾

يُمكن الإستفادة من الإتران فى تصميم الحملة التوعوية من خلال خلال توظيفه بما يتناسب مع الإدراك البصرى لدى المتلقى، من خلال تحقيق الإتران بين عناصر التصميم للمثيرات البصرية، أى الرموز وهى عبارة عن الحروف والجمل والفقرات والصفحات عن طريق دمج المعلومات المُقدمة عن المرض بشكل متسلسل ومتناغم يحقق الإتران عند رؤيته من خلال توازن الأشياء التى نحسها، وأيضاً توازن العناصر والألوان والقيم، فالإتران هو أحد الخصائص الأساسية التى تلعب دوراً هاماً فى التصميم الفنى والإحساس به.

السيادة

"يقصد بالسيادة الشكل الغالب أو الفكرة السائدة التى يخضع لها باقى العمل وكل عناصر العمل الفنى تخدم السيادة، وربما يكون محور العمل الفنى وليس بالضرورة أن يتوسط المحور العمل الفنى".⁽⁹⁾

وتحقيق السيادة فى التصميم لا يشترط فيه كبر مساحة العنصر مركز السيادة، بل تتحقق عن طريق التباين أو تغيير الإتجاه أو غير ذلك.

يُمكن الإستفادة من السيادة فى تصميم الحملة التوعوية من خلال توظيفها بما يتناسب مع الإدراك البصرى لدى المتلقى، وذلك من خلال سيادة التلميحات البصرية الخطية كالخطوط والأسهم والدوائر لربط عناصر التصميم المتعلقة ببعضها، وتوضيح التفاصيل المهمة فى المثيرات البصرية وتعزيز معناها.

ثانياً : أهمية ودور عناصر التصميم وتوظيفها داخل الحملات التوعوية

(11) مصطفى الرزاز (1984): التحليل المورفولوجى لأسس التصميم وموقف المشاهد منها، مجلة دراسات وبحوث، المجلد السابع، العدد الثالث، أغسطس، تصدرها جامعة حلوان، ص65

(12) إسماعيل شوقى (1997): الفن والتصميم، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، ص145

(8) محمود بسيونى (1980): أسرار الفن التشكيلى، عالم الكتب، ص60

(9) محمد عبدالله الدرايسة، نور الدين أحمد النادى (2010): التصميم الجرافيكى بين النظرية والتاريخ، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربى للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، ص188

(10) إسماعيل شوقى (1997): الفن والتصميم، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، ص15

خلال ما يُسهم به اللون في تشكيل الإدراك الذي يؤدي إلى جذب إنتباه المتلقى، ويبرز دور اللون كعنصر حسي نفسي، لما له من قيمة حسية فعّالة كعنصر مثير للإدراك البصري لديه، لذلك يجب الأخذ في الإعتبار التأثيرات النفسية للألوان، وإن كان هذا الإحساس نفسياً وليس فسيولوجياً فإنه يجب توظيفه داخل تصميم الحملات التوعوية بما يتناسب مع قدرات وخصائص الإدراك البصري لدى المتلقى، ويُمكن إستخدام اللون في تنسيق وترتيب شاشة العرض فهو الكود البصري للعناصر، لذلك يجب إختيار اللون المُستخدم بعناية ومعرفة المعاني المُترتبة على إستخدامه ومميزاتها وعيوبها حتى لا تبعث برسالة خاطئة للمتلقى، ويراعى عند إختيار الألوان أن تتناسب مع الغرض الأساسي من التصميم، والحرص في إختيار اللون حسب ثقافة المتلقى، حيث يتغير مدلول اللون بتغير ثقافات المتلقى، ويساعد اللون في سرعة البحث البصري على الأشكال وإدراكها، ويساعد أيضاً على إثارة وجذب إنتباه المتلقى، كما يساعد على إبراز العناصر المطلوب إبرازها والتركيز على بعض القيم المراد توصيلها إلى ذهن المتلقى، كما أنه يساعد على تحقيق القيم الجمالية للشكل من علاقات الظل والنور والتباين والوضوح وجذب الإنتباه في التصميم، فهو يُستخدم في التعبير عن الأبعاد الثلاثية والقيم الضوئية من خلال تنوع العلاقات البصرية للقيم اللونية، بالإضافة إلى قدرته على التعبير الرمزي بما يتواءم مع خلفية المتلقى الثقافية.

ثالثاً: أهمية ودور النظرية التفاعلية في تصميم الحملات التوعوية

للنظرية التفاعلية دور وتأثير مهم في تصميم الحملات التوعوية، فالتفاعل أضاف على الحملات التوعوية أبعاد جديدة، فقد تحول فيها دور المتلقي السلبي إلى دور فاعل Actor نشط، مما يؤدي إلى إشراك المصمم للمتلقى في العملية التوعوية، وبذلك تعتبر من أساليب التواصل التي غيرت من دور المرسل والمتلقى في العملية التفاعلية كما غيرت من شكل التفاعل التقليدي إلى بيئات جديدة ومُصممة لتلائم إحتياجات وميول وإستعدادات المتلقى، فهي مرتبطة بمفهوم التعلم الفردي الذاتي، إذ يجد كل متلقى ما يناسبه حسب قدراته وإمكاناته مما يزيد من فاعلية التفاعل وبقاء أثره، وتكون هذه الوسائط

"يُعد الشكل أحد عناصر بناء العمل الفني ويتميز الشكل بإمكاناته المتعددة من التطور والتغير، فالشكل ينشأ عن تتابع مجموعة متجاورة ومتلاحقة من الخطوط حيث تؤدي إلى تكوين مساحة متجانسة تختلف في مظهر الحدود الخارجية لها باختلاف تكوين الخط الذي ينشأ عن تكراره وبإختلاف إتجاه ونظام الحركة، فإن كل شكل من تلك المساحات له كيان متكامل يتكون من مجموعة من الأجزاء تكسب صفة الشكل".⁽¹³⁾

يُمكن الإستفادة من عنصر الشكل وتوظيفه داخل الحملة التوعوية بما يتناسب مع الإدراك البصري لدى المتلقى، فهو يمثل الوسيلة أو الأداة الأساسية التي تقوم بتوصيل الفكرة إلى المتلقى، كذلك فإن صياغة الشكل لها قوة كبيرة في تأكيد الدلالة التعبيرية المرئية للحملة التوعوية بما يتفق وعمل الإدراك وتكوين الصورة الذهنية، ويتضح أن العلاقة بين الشكل والمضمون ليست علاقة بسيطة بل هي علاقة جدلية يؤثر كل منهما في الآخر، والشكل في الحملة التوعوية هو محاولة لتجسيد صيغة مرئية للفكرة التي يريد تقديمها المصمم، ويتحقق ذلك من خلال ترتيب العناصر داخل الملصقات التوعوية ومعالجتها من حيث توزيع العناصر والألوان للشكل، ولا بد أن يتم مراعاة الإرتباط بين العناصر والفراغ المحيط بالشكل، وأن يُراعى التنوع والسيادة لجزء عن الأجزاء الأخرى، ويراعى التوازن بين المساحات.

اللون

اللون يُعتبر من أهم المظاهر المثيرة في البيئة المحيطة بالإنسان، ويمثل جزء هام في حياة الفرد والجماعة، ومن ثم فإن اللون ماهو إلا عامل وظيفي وجمالي وفني يتشكل من قواعد ومبادئ البيئة الطبيعية والحضارية، ويحقق اللون ما يسمى بوضوح الرؤية بمعنى أنه عنصر مثير قوى يُسهم في تشكيل الإدراك .

"فاللون هو المظهر السطحي للشكل ومع ذلك فإن للون دوراً هاماً يقوم به في الفن من خلال أثره المباشر جداً على حواسنا ولا يمكن لنا أن نتذوق اللون إلا من خلال الشكل الذي يحمل خصائصه".⁽¹⁴⁾

يُمكن الإستفادة من عنصر اللون وتوظيفه داخل تصميم الحملة التوعوية بما يتناسب مع الإدراك البصري لدى المتلقى، وذلك من

(13) المرجع السابق ص164

(14) جيهان فوزي أحمد (2001): الدلالات الرمزية للون وأهميتها الوظيفية في التصميمات الزخرفية المعاصرة، رسالة دكتوراه، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان،

الإجراءات الوقائية من الأمراض المعدية للأطفال بشكل مبسط، ونجد هنا توظيف وتطبيق لأهمية النظرية التفاعلية كمدخل لتصميم الحملة التوعوية، عن طريق التصميم التفاعلي والمنصات والأنشطة التفاعلية والفيديوهات وتفاعل الفئة المُستهدفة مع محتوى الحملة.

وسوف تتناول الباحثة تحليل الجانب التصميمي لملصقات حملة (كن بطلا وحارب الأمراض) وإظهار العلاقات التصميمية من خلال (الوحدة، الإتزان، السيادة) كأساس لتصميم ملصقات الحملات التوعوية، ومن عناصر التصميم (الخط، الشكل، اللون) كالاتى :



شكل رقم (1) ملصق من حملة كن بطلا وحارب الأمراض يوضح مجموعة الشخصيات الكارتونية للحملة

الوحدة: تظهر فى الملصق من خلال وحدة الأسلوب الفنى فى عرض العناصر عن طريق وضع الشخصيات الكارتونية فى منتصف التصميم مما أدى إلى عدم التششت والقدرة على التركيز. **الإتزان:** يظهر الإتزان هنا فى وضع عناصر التصميم فى منتصف الملصق.

السيادة: السيادة هنا عناصر الشخصيات الكارتونية وهو الشكل الغالب للتصميم ومحور الملصق .

الخط: يظهر الخط فى خلفية التصميم بشكل عضوى للتأكيد على عنصر الخلفية وهو السماء والسحب.

الشكل: صياغة الشكل هنا تخدم الدلالة التعبيرية لمحتوى الملصق من خلال ترابط شخصيات الملصق .

اللون: تم إستخدام خلفية لونية مناسبة مما يساعد على إبراز العناصر المطلوب إبرازها وكذلك إختيار ألوان جذابة لملابس الشخصيات.

تفاعلية عندما يعطى المُستخدم التحكم والحرية فى أسلوب العرض وإنتقاء المعلومات التي يرغب فيها وتصبح هذه الوسائط فائقة عندما تزود داخل محتوى العرض الخاص بالحملة التفاعلية بوصلات لربط العناصر خلالها بما يُمكن المُستخدم من الإبحار فى العرض، ومخاطبة أكثر من حاسة من حواس الفرد المختلفة، فتتيح له أن يتحكم فى معدل معرفة المعلومات الخاصة بالمرض، كما يستطيع المرسل تقديم المعلومات الطبية الخاصة بالمرض للمتلقى بطريقة شيقة وأكثر وضوحاً وجاذبية، وتزود المتلقى بمصادر وخبرات، أو تجارب لا يمكن الحصول عليها بوسائل أخرى، بالإضافة إلى أنها توفر التغذية الراجعة لكل من المرسل والمتلقى، والتصميم التفاعلي يُسهّم فى تحقيق وخلق بيئات تحاكي الواقع، وتساعد المتلقى على فهم ومعرفة المعلومات اللازمة عن المرض، وذلك بالتفاعل مع ما يقدمه التصميم التفاعلي من معلومات.

ترتبط فكرة التفاعلية بمفهوم السهولة (سهولة الإستخدام - سهولة التعلم- سهولة الحصول على نتائج)، كما تقوم أيضا على مفهوم التشويق والإستمتاع، كما تقوم على الإختيارات المتعددة، والحلول المتنوعة، وكل هذه المفاهيم ضرورية لجودة تصميم الحملة التوعوية ومن هنا نرى تداخل كبير بين النظرية التفاعلية وتصميم الحملة التوعوية حيث تأتي أهمية النظرية التفاعلية كمدخل لتصميم الحملة التوعوية، ومن هنا كان الإهتمام بهذه النظرية كعنصر أساسي من عناصر تصميم الحملة التوعوية، عن طريق التصميم التفاعلى والذي يُمكن تعريفه بأنه تصميم للتفاعل بين المُستخدم والمنتج.

رابعا: حملة كن بطلا وحارب الأمراض - نموذج للحملات التوعوية الصحية-

من أمثلة الحملات التوعوية الصحية نجد حملة (كن بطلا وحارب الأمراض)⁽¹⁵⁾ أشكال رقم (1، 2، 3، 4، 5، 6، 7) والتي أطلقتها الهيئة العامة للرعاية الصحية بمحافظة بورسعيد فى إطار التعاون بين وزارة الصحة والسكان وهيئة الرعاية الصحية، ومؤسسة إينى الإيطالية، وتهدف الحملة إلى رفع الوعى بين طلبة المدارس الإبتدائية عن سبل الوقاية من الأمراض المعدية، وإعتمدت على أساليب توعوية للأطفال بالطرق الحديثة والمبتكرة، وذلك من خلال منصات تفاعلية عن طريق الإستعانة بعدد من الشخصيات الكارتونية المحببة لدى الأطفال، على أن يتم إستغلال هذه الشخصيات فى أنشطة تفاعلية وفيديوهات تشرح

(15) <https://www.facebook.com/GAHEGYPT>

الإتزان: يظهر الإتزان هنا فى توزيع عناصر التصميم على جانبي الملصق.

السيادة: السيادة هنا للعنصر الخاص بالشخصية الكارتونية "عليا" وهى الشكل الغالب للتصميم ومحور الملصق.

الخط: يظهر الخط فى خلفية التصميم بشكل عضوى للتأكيد على عنصر الخلفية وهو السماء والسحب.

الشكل: يظهر هنا توزيع العناصر بشكل يتناسب مع التصميم ليخدم صياغة الشكل للتصميم.

اللون: تم إستخدام خلفية لونية مناسبة مما يساعد على إبراز العناصر المطلوب إبرازها وكذلك إختيار ألوان ملابس الشخصية الكارتونية بالإضافة إلى الألوان المستخدمة فى الكتابات للعنوان الرئيسى إختيار موفق، ولكن الكتابات الفرعية اللون البنفسجى غير واضح .



شكل رقم (4) لمصق من حملة كن بطلا

وحارب الأمراض يوضح الشخصية الكارتونية "صافى"

الوحدة: تظهر فى الملصق من خلال وحدة الأسلوب الفنى فى عرض العناصر.

الإتزان: يظهر الإتزان هنا فى توزيع عناصر التصميم على جانبي الملصق.

السيادة: السيادة هنا للعنصر الخاص بالشخصية الكارتونية "صافى" وهى الشكل الغالب للتصميم ومحور الملصق.

الخط: يظهر الخط فى خلفية التصميم بشكل عضوى للتأكيد على عنصر الخلفية وهو السماء والسحب.

الشكل: صياغة الشكل بوضع المعلومات المقدمة داخل إطار محدد جعله مثير بصري لمحتوى الملصق .

اللون: تم إستخدام خلفية لونية مناسبة مما يساعد على إبراز العناصر المطلوب إبرازها وكذلك إختيار ألوان ملابس الشخصية الكارتونية بالإضافة إلى الألوان المستخدمة فى الكتابات للعنوان الرئيسى إختيار موفق، ولكن الكتابات الفرعية اللون الأزرق غير واضح .



شكل رقم (2) لمصق من حملة كن بطلا

وحارب الأمراض يوضح الشخصية الكارتونية "حازم"

الوحدة: الملصق ينقصه العلاقة الترابطية بين الإشكال المرسومة.

الإتزان: يظهر الإتزان هنا فى توزيع عناصر التصميم للمثيرات البصرية للرموز المستخدمة للتعبير عن الجمل المذكورة فى الملصق.

السيادة: السيادة هنا للعنصر الخاص بالشخصية الكارتونية "حازم" وهو الشكل الغالب للتصميم ومحور الملصق.

الخط: يظهر الخط فى خلفية التصميم بشكل عضوى للتأكيد على عنصر الخلفية وهو السماء والسحب.

الشكل: نجد صياغة الشكل التوضيحي لعنصر الشخصية الكارتونية له قوة كبيرة فى تأكيد الدلالة التعبيرية عن المحتوى.

اللون: تم إستخدام خلفية لونية مناسبة مما يساعد على إبراز العناصر المطلوب إبرازها وكذلك إختيار ألوان ملابس الشخصية الكارتونية بالإضافة إلى الألوان المستخدمة فى الكتابات للعنوان الرئيسى إختيار موفق، ولكن الكتابات الفرعية اللون الازرق الفاتح غير واضح .



شكل رقم (3) لمصق من حملة كن بطلا

وحارب الأمراض يوضح الشخصية الكارتونية "عليا"

الوحدة: الملصق يراعى وحدة تصميمات الخلفية .

الوحدة: الملصق يراعى وحدة تصميمات الخلفية.
الإتزان: يظهر الإتزان هنا فى توزيع عناصر التصميم على جانبي الملصق.

السيادة : السيادة هنا للعنصر الخاص بالشخصية الكارتونية "نور" وهى الشكل الغالب للتصميم ومحور الملصق.

الخط: يظهر الخط فى خلفية التصميم بشكل عضوى للتأكيد على عنصر الخلفية وهو السماء والسحب.

الشكل: صياغة الشكل بوضع المعلومات المقدمة داخل إطار محدد جعله مثير بصرى لمحتوى الملصق .

اللون: تم إستخدام خلفية لونية مناسبة مما يساعد على إبراز العناصر المطلوب إبرازها وكذلك إختيار ألوان ملابس الشخصية الكارتونية بالإضافة إلى الألوان المستخدمة فى الكتابات للعنوان الرئيسى إختيار موفق، ولكن الكتابات الفرعية اللون الأزرق غير واضح .



شكل رقم (7) لمصق من حملة كن بطلا

وحارب الأمراض يوضح الشخصية الكارتونية "ندى"

الوحدة: تظهر فى الملصق من خلال وحدة الأسلوب الفنى فى عرض العناصر.

الإتزان: يظهر الإتزان هنا فى توزيع عناصر التصميم على جانبي الملصق.

السيادة : السيادة هنا للعنصر الخاص بالشخصية الكارتونية "ندى" وهى الشكل الغالب للتصميم ومحور الملصق.

الخط: يظهر الخط فى خلفية التصميم بشكل عضوى للتأكيد على عنصر الخلفية وهو السماء والسحب.

الشكل: نجد صياغة الشكل التوضيحي لعنصر الشخصية الكارتونية له قوة كبيرة فى تأكيد الدلالة التعبيرية عن المحتوى.

اللون: تم إستخدام خلفية لونية مناسبة مما يساعد على إبراز العناصر المطلوب إبرازها وكذلك إختيار ألوان ملابس الشخصية الكارتونية بالإضافة إلى الألوان المستخدمة فى الكتابات للعنوان



شكل رقم (5) لمصق من حملة كن بطلا

وحارب الأمراض يوضح الشخصية الكارتونية "زكى"

الوحدة: الملصق ينقصه العلاقة الترابطية بين الإشكال المرسومة.

الإتزان: يظهر الإتزان هنا فى توزيع عناصر التصميم على جانبي الملصق.

السيادة : السيادة هنا للعنصر الخاص بالشخصية الكارتونية "زكى" وهى الشكل الغالب للتصميم ومحور الملصق.

الخط: يظهر الخط فى خلفية التصميم بشكل عضوى للتأكيد على عنصر الخلفية وهو السماء والسحب.

الشكل: نجد صياغة الشكل التوضيحي لعنصر الشخصية الكارتونية له قوة كبيرة فى تأكيد الدلالة التعبيرية عن المحتوى.

اللون: تم إستخدام خلفية لونية مناسبة مما يساعد على إبراز العناصر المطلوب إبرازها وكذلك إختيار ألوان ملابس الشخصية الكارتونية بالإضافة إلى الألوان المستخدمة فى الكتابات للعنوان الرئيسى إختيار موفق، ولكن الكتابات الفرعية اللون الأخضر غير واضح .



شكل رقم (6) لمصق من حملة كن بطلا

وحارب الأمراض يوضح الشخصية الكارتونية "نور"

10. يسرا حسنى أبو النصر (2016): التوظيف النوعى للون فى تصميم الإعلانات التوعوية لتحقيق أهداف الأوتار الإقناعية لدى المتلقى، رسالة ماجستير، قسم التصميمات الخزفية، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.

ثالثاً : بحوث ومقالات

11. جريس عواد بصير (2015): دور الحملات الإعلامية التوعوية الصحية فى توعية النساء بمرض سرطان الثدي، ورقة بحث مقدمة للمؤتمر الأول للإعلام الصحى وصناعة الوعى، الأردن ، عمان .
12. مصطفى الرزاز (1984): التحليل المورفولوجى لأسس التصميم وموقف المشاهد منها، مجلة دراسات وبحوث، المجلد السابع، العدد الثالث، أغسطس، تصدرها جامعة حلوان.

رابعاً: الكتب الأجنبية

13. Harbert. M, psychology for social workers, The "Macmillan N" press IED, London, 1982

خامساً: المواقع الإلكترونية

14. <https://www.facebook.com/GAHEGYPT14>.
15. <https://bu.umc.edu.dz/theses/sc-information/AZAT2429.pdf>

الرئيسى إختيار موفق، ولكن الكتابات الفرعية اللون الأرجواني غير واضح .

النتائج :

- من خلال البحث الحالى ظهرت أهمية أسس وعناصر التصميم فى دعم النظرية التفاعلية كمدخل لتصميم الحملة التوعوية.
- النظرية التفاعلية عنصر أساسي من عناصر تصميم الحملة التوعوية عن طريق التصميم التفاعلى .
- إن توظيف أسس وعناصر التصميم يسهم فى فاعلية ونجاح تصميم الحملات التوعوية .

التوصيات :

- الإستفادة من النظريات العلمية التى تسهم فى تصميم الحملات التوعوية الصحية لما له من رد فعل إيجابى فى زيادة العملية الإتصالية.

المراجع

أولاً: الكتب العربية

1. إسماعيل شوقى (1997): الفن والتصميم، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة.
2. السيد الشربيني (2011): التصميم ومدارسه العالمية ، مكتبة ومطبعة نانسى، دمياط.
3. محمد عبدالله الدرايسة، نور الدين أحمد النادى (2010): التصميم الجرافيكى بين النظرية والتاريخ، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربى للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن.
4. محمود بسيونى (1980): أسرار الفن التشكيلى، عالم الكتب.

ثانياً: الأبحاث العلمية

5. إبراهيم على عزمى عبدالرحيم (2011): تصميم المواقع الإعلانية التفاعلية ثلاثية الأبعاد، رسالة ماجستير، قسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
6. باهر أبو بكر حسن عبد اللطيف (2015): دور النحت التفاعلى فى تنمية التفكير الإبتكارى لطلاب كلية التربية الفنية، رسالة دكتوراه، قسم التعبير المجسم، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
7. جيهان فوزى أحمد (2001): الدلالات الرمزية للون وأهميتها الوظيفية فى التصميمات الخزفية المعاصرة، رسالة دكتوراه، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان.
8. رانيا عزت أمين محمود (2014): القيم الجمالية والوظيفية للعلامة التجارية فى تصميم الإعلان التفاعلى، رسالة ماجستير، قسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان.
9. مريم زعتر (2008): الإعلان فى التلفزيون الجزائرى، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتورى، قسنطينة، بتاريخ 2017/3/1، الساعة3م، PDF