



Journal of Applied
Arts & Sciences



مجلة الفنون
والعلوم التطبيقية



الدور الجمالي للإتصال في الاعلان التوعوي الإلكتروني في صحافة الانفوجرافيك

The Structural Foundations of The Floral and Geometrical Motifs of The Ceramic Tiles in The Ottoman Period as an Introduction to The Design of Contemporary Ceramic Murals

رضا صلاح محب الدين محمد مدرس بقسم الطباعة والنشر والتغليف – كلية الفنون التطبيقية – جامعه دمياط	فاتن ابراهيم عوض خميس مدرس بقسم الاعلان – كلية الفنون التطبيقية – جامعه دمياط	محمد محمود أحمد شحاته أستاذ تصميم الاغلفة المتفرغ ورئيس قسم الاعلان سابقا – كلية الفنون التطبيقية – جامعه حلوان
<p>أسماء محمد زكي الدحود باحثة ماجستير بقسم الاعلان – كلية الفنون التطبيقية – جامعه دمياط am0390494@gmail.com</p>		

ملخص البحث:

تلخصت هذه الدراسة في إلقاء الضوء علي الدور الجمالي للإتصال في الإعلان التوعوي الإلكتروني في صحافة الانفوجرافيك، حيث أن مهمة الاعلان التوعوي هو التأثير علي تفكير وجذب الأشخاص وترك انطباع ايجابي وتغيير سلوك المتلقي، لذا يلعب الانفوجرافيك دوراً مهماً في دعم الايجابيات والقضاء علي السلبيات والشائعات. حيث تكمن مشكلة البحث في التساؤل الآتي هل الدور الجمالي يلعب دوراً ذو أهمية في تصميم الاعلان التوعوي الإلكتروني في صحافة الانفوجرافيك؟ ويفترض البحث أن الاستخدام الجيد لعناصر تصميم الاعلان الإلكتروني في صحافة الانفوجرافيك وتوظيفه أو الاهتمام بالدور الجمالي للإتصال في التصميم يؤدي إلي نجاح الاعلان وأدائه للوظيفة التي صمم من أجلها، فضلاً علي زيادة جاذبية إعلانات التوعية الإلكترونية في صحافة الانفوجرافيك للمتلقي تحقق الإستجابة المطلوبة، ويهدف البحث إلي ايضاح أهمية الدور الجمالي للإتصال في تصميم الاعلان التوعوي في صحافة الانفوجرافيك، الاعلان التوعوي الإلكتروني يسهم في حل مشكلة الحرب علي الإرهاب وتفعيل مشروع التنمية في مناخ يسوده تحديات منها التفكير النقدي، تنفيذ الشائعات وتفعيل برامج التنمية، وتقوم منهجية البحث علي منهج وصفي في دراسة عينة البحث التي يتم اختيارها من بعض دول العالم المتقدم في هذا المجال وفقاً لما تتمتع به من معايير جمالية في تأدية دورها التوعوي أو الإرشاد أو التزود بالمعرفة، وكانت أهم النتائج المستخلصة من البحث أهمية استخدام تقنية الانفوجرافيك في تصميم الحملات التوعوية لما لها من تأثير جيد علي إدراك المتلقي وسهولة استيعابه وبساطته وقدرته علي توصيل فكرة الاعلان، و الدور الجمالي للإتصال يتمثل في الوضوح، البساطة، وحدة الموضوع، سهولة الفهم، سرعة التواصل وفاعليته، دعم الجانب المعرفي والتوعوي لدي المتلقي، وكانت أهم توصيات البحث التسليم بقيمة وأهمية الانفوجرافيك في تغيير وعي المتلقي وتوجيه سلوكه وتبنيه لقضية معينة وتكوين رأي عام في قضية ما.

كلمات مفتاحية: الدور الجمالي للإتصال، الاعلان التوعوي الإلكتروني، صحافة الانفوجرافيك

مقدمة البحث:

يعتبر الإعلان التوعوي الإلكتروني في صحافة الانفوجرافيك (صحافة البيانات- صحافة المستقبل) من أهم الأسلحة في مواجهة الأزمات والتوعية بالسلوكيات الإيجابية وحث المتلقي علي انتهاج سلوك معين وتغيير سلوكه للأفضل. ولكي يقوم اعلان الانفوجرافيك بدوره الاتصالي الجمالي الذي صمم من أجله لابد من توافر بعض عناصر جذب

الدور الجمالي للاتصال:

هي العملية التي يتم من خلالها تبادل ونقل الأفكار والمعاني والمفاهيم والتصورات الشكلية من خلال الصور بأنواعها، وعملية الاتصال تعتمد علي مكونات اللغة البصرية التي تتعامل مع العلامات والرسوم والأيقونات والرموز والإشارات، فهي تحيط بالإنسان منذ طفولته في حياته اليومية، ويتعرف عليها ويتربصها إلي معاني بصورة تلقائية ذاتية.

ولكي يتحقق الدور الجمالي للاتصال لابد من توافر عناصر جذب الانتباه حيث توصل العلماء إلي نتيجة هامة أنه بدون وجود ما يلفت النظر فلا يوجد اتصال فعال.

وهناك عدة شروط لكي يكون الاتصال جميلاً وناجحاً وهي:

الوضوح ، البساطة، وحدة الموضوع، التناسب، التوافق، الإيقاع، اللون، الملمس، الإيحاءات الحركية، سهولة الفهم، الجاذبية، التباين، إثارة الاهتمام و الخروج عن المألوف بالإضافة إلي سرعة الإتصال والتفاعل .

الدور الجمالي للاتصال جزء لا يتجزأ من نجاح أي تصميم إعلاني فلو افتقد التصميم لأي عنصر من عناصره فإنه سيفقد جزء من نجاحه كالأعلان فعلي سبيل المثال اذا اتسم التصميم بالتعقيد وعدم البساطة فإنه المتلقي سيعزف عنه ولن يبذل مجهود في قراءته وفهمه، وإذا افتقد الاتزان فإن المتلقي سيشعر بعدم الارتياح عند النظر إليه وسيهمله ..إلي غير ذلك من العناصر، فكل عنصر يؤثر علي العنصر الآخر حتي ينتج تصميم متكامل سهل الفهم والاستيعاب من جانب المتلقي.

مفهوم الاعلان التوعوي الالكتروني:

هو مصطلح يستخدم للدلالة على عملية نشر إعلانات بهدف التوعية وحث المتلقي علي نهج سلوك معين وتغيير اتجاهاته للأفضل.

صحافة الإنفوجرافيك: مفهوم

هو فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة الي صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق ، وهو أسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة و الصعبة بطريقة سلسلة وسهلة وواضحة للقارئ.

مسميات أخرى شائعة لهذا العلم على المواقع:

انفوجرافيك أو انفوجرافيكس Infographics

التصاميم المعلوماتية Information Design

البيانات التصورية التفاعلية. Data Visualization

هذا وبحثنا يسير في محورين أساسيين هما:

الانتباه حيث توصل العلماء إلي نتيجة هامة أنه بدون وجود ما يلفت النظر فلا يوجد اتصال فعال.

وهناك عدة شروط لكي يكون الاتصال جميلاً وناجحاً وهي الوضوح، البساطة، وحدة الموضوع، التناسب، التوافق:

الإيقاع، اللون، الملمس، الإيحاءات الحركية، سهولة الفهم، الجاذبية، التباين، إثارة الاهتمام و الخروج عن المألوف بالإضافة إلي سرعة الإتصال والتفاعل .

مشكلة البحث:

هل الدور الجمالي للاتصال يلعب دوراً ذو أهمية في تصميم الاعلان التوعوي الإلكتروني في صحافة الانفوجرافيك؟

هدف البحث:

ايضاح أهمية الدور الجمالي للاتصال في تصميم الاعلان التوعوي في صحافة الانفوجرافيك.

التعرف علي أهمية الاعلان التوعوي الإلكتروني و من يقوم بصناعة الإعلان التوعوي وإنتاجه (هل هي الدولة- الهيئة العامة للاستعلامات - منظمات لاربحية- المؤسسات الخيرية) علي سبيل المثال.

الإعلان التوعوي الإلكتروني يسهم في حل مشكلة الحرب علي الإرهاب وتفعيل مشروع التنمية في مناخ يسوده تحديات منها التفكير النقدي.

فروض البحث:

نفترض أن الاستخدام الجيد لعناصر تصميم الإعلان التوعوي الإلكتروني في صحافة الإنفوجرافيك وتوظيف أو الإهتمام بالدور الجمالي للاتصال في التصميم يؤدي إلي نجاح الإعلان و أدائه للوظيفة التي صمم من أجلها.

زيادة جاذبية إعلانات التوعية الإلكترونية في صحافة الإنفوجرافيك للمتلقي تحقق الاستجابة المطلوبة.

منهج البحث:

منهج وصفي (في دراسة عينة البحث التي يتم اختيارها من بعض دول العالم المتقدم في هذا المجال وفقاً بما تتمتع به من معايير جمالية في تأدية دورها التوعوي أو الإرشاد أو التزود بالمعرفة).

حدود البحث:

الحدود الزمانية (في عصرنا الحالي عصر ثورة المعلومات).

الحدود المكانية (بعض بلدان العالم المتقدم في هذا المجال مثل الولايات المتحدة، المملكة المتحدة و كندا).

الحدود الموضوعية (الدور الجمالي للاتصال في تصميم الاعلان التوعوي الإلكتروني في صحافة الانفوجرافيك).

خلال التعرف علي العناصر المستخدمة في تصميم الإعلان الإلكتروني وما تحمله من سمات أو أفكار أو دلالات.

لذا قامت الباحثة باختيار عينة عشوائية من عدة نماذج للإعلان التوعوي الإلكتروني في دول العالم المختلفة لدراستها واستخلاص التعميمات والتعرف علي أهم النتائج التي تحقق أهداف البحث علي النحو التالي:
النموذج الأول: اعلان للتوعية بخطورة القيادة المشتتة وتأثيرها علي عدد الوفيات لدي المراهقين الأمريكيين..



شكل(٢) التحليل البصري الهندسي لمكونات انفوجرافيك

المحور الأول: يتناول المقدمة والتعريف بالدور الجمالي للإتصال، ثانياً التعريف بالإعلان التوعوي الإلكتروني، ثالثاً التعريف بصحافة الانفوجرافيك.

المحور الثاني: يتناول دراسة تحليلية وصفية لعينة من نماذج الإعلان التوعوي الإلكتروني في صحافة الانفوجرافيك يليها النتائج والتوصيات ثم قائمة المراجع من كتب وأبحاث ومواقع.

الدراسة التحليلية:

تتأكد علاقة القيم الجمالية في الإعلان التوعوي الإلكتروني من واقع ارتباطها بالمكونات البصرية للتصميم وإدراكها عن طريق الرؤية البصرية ومن



شكل(١) اعلان للتوعية بخطورة القيادة المشتتة وتأثيرها علي عدد الوفيات لدي المراهقين الأمريكيين

انفوجرافيك توعوي إلكتروني	نوع الاعلان
أضرار القيادة ببال مشتت وتأثيرها علي عدد الوفيات لدي المراهقين الأمريكيين.	موضوع الاعلان
563*754	المقاس بالبكسل
https://visual.ly/community/Infographics/transportation/what-distracted-driving	وسيلة العرض (الوسيط)
6-11-2020	تاريخ الدخول
The Bottaro Law Firm	المصمم أو الوكالة
الولايات المتحدة	الدولة

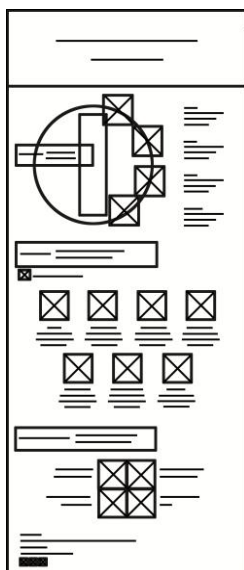
عناصر تصميم الاعلان:

<p>تناولت التعبير عن نسب حوادث الطرق الناتجة عن القيادة بذهن شارذ وعدد الوفيات الناتجة عنها. هذا الاعلان فكرته مضمونه يتناسبان مع شباب الخارج والداخل فالنتيجة واحدة وهي الحوادث القاتلة بسبب القيادة بذهن شارذ علي الرغم من اختلاف ثقافتهم وطبيعتهم الاجتماعية.</p>	فكرة الاعلان
<p>استخدم المصمم العديد من الأشكال المبسطة للغاية حيث استخدم عداد السرعة بشكل كبير ثم قام باستخدام باقي العناصر التي تؤدي الي تشتت الانتباه بشكل أصغر مثل رمز الطعام والشراب، المرأة، مشاهدة الفيديوهات، القراءة، استخدام نظام تحديد المواقع، تغيير الموسيقى، استخدام الهاتف والكتابة، ثم قام باستخدام النسبة المئوية لعدد الوفيات وبالوان جذابة حتي تثير الانتباه.</p>	استخدام الأشكال
<p>قام باستخدام العديد من الألوان حيث جعل الخلفية باللون الأسود مما يعطي ثقل للاعلان واستخدم علامة المؤشر باللون الأبيض علي الخلفية السوداء مما أحدث تضاد وبرز العنصر و استخدم اللون الأحمر في المؤشر وهو يدل علي الخطر ونوع بين اللونين الأصفر والبرتقالي في العناصر التي تؤدي الي تشتت الانتباه أثناء القيادة وقام بجعل الأرقام باللونين الأحمر والأزرق بحجم كبير حتي تجذب انتباه المتلقي ويقرأ المعلومات المقدمة اليه.</p>	استخدام الألوان
<p>استخدم فونت كبير الحجم في العنوان الرئيسي وجعله علي صيغة سؤال وهو ماذا تكون القيادة المشتتة؟ ثم استخدم عنوان فرعي بحجم أصغر وذكر أن القيادة المشتتة تعتبر القاتل الرئيسي للمراهقين الأمريكيين. ثم بدأ بحصر الأسباب المشتتة للانتباه أثناء القيادة وهي القراءة، الكتابة، النظر في المرأة، مشاهدة الفيديوهات، استخدام الهاتف، الأكل والشرب و تغيير الموسيقى. وقام بعمل احصائية عن أعداد الحوادث التي تحدث بسبب القيادة المشتتة. ٣٦% من المواهقين تحدث لهم الحوادث لأنهم هم أو أشخاص آخرين كانوا مشتتين البال أثناء القيادة. ١١% من المراهقين تحت سن ال ٢٠ تحدث لهم حوادث مميتة لانهم يقودون قيادة مشتتة. هذه المجموعة هي الاعلي نسبة من قاندي المركبات الذين يقودون قيادة مشتتة.</p>	استخدام الكتابات

المعايير الجمالية التي حققها المصمم أثناء تصميم الاعلان:

التوازن	حقق المصم التوازن في تصميم هذا الاعلان ولكنه توازن متماثل حيث تساوت الكتل والكتابات والأشكال علي جانبي التصميم حيث قام المصمم بتوزيع العناصر بالتساوي علي جانبي المركز البصري.
التركيز	قام المصمم بالتركيز علي عنصر مؤشر السرعة وجعله في منتصف التصميم واستخدمه بحجم كبير واستخدم المؤشر باللون الأحمر حتي يدل علي الخطر حتي يجذب انتباه المتلقي وأول عنصر تقع عليه عينيه.
التناسب	حقق المصمم التناسب عن طريق وضع العنصر الأكثر أهمية والأكبر حجماً في منتصف التصميم ثم قام بتوزيع باقي العناصر الأصغر حجماً علي جانبي التصميم.
التوافق	حقق المصمم التوافق عن طريق الاستخدام الجيد للأشكال وملائمتها للفكرة واستخدام الكتابات بشكل يتوافق مع الأشكال ليسهل علي المتلقي فهم الاعلان.
جذب الانتباه	حقق المصمم جذب الانتباه عن طريق استخدام عناصر جذابة بالإضافة إلي استخدام اللون الأسود في الخلفية وجعل باقي العناصر والكتابات لألوان مضيئة تجذب انتباه المتلقي.
الوحدة	حقق المصمم عنصر الوحدة عن طريق جعل كل عناصر التصميم كتلة واحدة عن طريق الترتيب المنظم والجيد للعناصر ووحدة الموضوع.
الايقاع	حقق المصمم عنصر الايقاع عن طريق التنوع أو التكرار في استخدام الأشكال و أحجامها واستخدام الألوان وتنوعها والتضاد بينها.
البساطة	نجح المصمم في تحقيق عنصر البساطة: البساطة في استخدام الأشكال حيث استخدم عناصر سهلة وبسيطة للغاية تساعد في توصيل المعلومة للمتلقي بشكل أسرع والبساطة في استخدام الألوان.
التباين	حقق المصمم التباين عن طريق والتنوع في أحجام الأشكال والتباين في أحجام الخطوط المستخدمة.
اثارة الاهتمام	استخدم المصمم اللون الأسود كلون للخلفية ثم قام بالكتابة عليه باللون الأبيض في العنوان الرئيسي ثم نوع في استخدام الألوان بين الأحمر والأصفر والبرتقالي والأزرق لتحقيق أعلي جذب انتباه لدي المتلقي يدفعه لقراءة الاعلان.
الوضوح	حقق المصمم الوضوح عن طريق استخدام رسوم وأشكال واضحة تعبر عن الفكرة المطروحة، واستخدام كتابات سهلة الفهم، بالإضافة إلي وضوح التصميم والبعد عن الغموض والتعقيد.

نتيجة الإهمال في شرب الماء.



النموذج الثاني: اعلان توعوي بالانفوجرافيك عن أهمية الماء في حياة الانسان والأضرار التي تصيب الجسم



شكل(٤) التحليل البصري الهندسي لمكونات الانفوجرافيك

شكل(٣) اعلان توعوي بالانفوجرافيك عن أهمية الماء في حياة الانسان والأضرار التي تصيب الجسم نتيجة الإهمال في شرب الماء

نوع الاعلان	انفوجرافيك توعوي إلكتروني
موضوع الاعلان	التوعية بأهمية الماء والأضرار التي تحدث للجسم نتيجة الإهمال في شرب الماء.
المساحة بالبيكسل	564*1328
وسيلة العرض (الوسيط)	www.visme.com
تاريخ الدخول	17-10-2020
المصمم أو الوكالة	tengku namira saved to IJN
الدولة	فاوجان في كندا

عناصر تصميم الاعلان:

فكرة الاعلان	أهمية شرب الماء للجسم والأعراض الناتجة عن قلة شرب الماء. فكرة هذا الاعلان تتناسب مع كل فئات المجتمع حيث أن الماء مهم للجسم في مختلف مراحل الحياة فالأجسام في كندا هي ذاتها الأجسام في كل أنحاء العالم.
استخدام الأشكال	استخدم أشكال بسيطة للغاية وقام بالتركيز علي شكل واحد وهو جسم الانسان باستخدامه بشكل كبير وواضح واستخدم باقي الأشكال بأحجام صغيرة جدا مثل نقطة الدم والمخ والعضلات والرنيتين وأعراض العطش والضعف والام المفاصل والصداع وغيرها.
استخدام الألوان	استخدم الأزرق بدرجاته وهو لون يناسب الموضوع والخلفية باللون الرمادي وقام بوضع العناصر الصغيرة ذات اللون الأزرق الغامق في دوائر بيضاء صغيرة مما أعطي للتصميم انسجام وأصبح مريح وغير مجهد للعين.

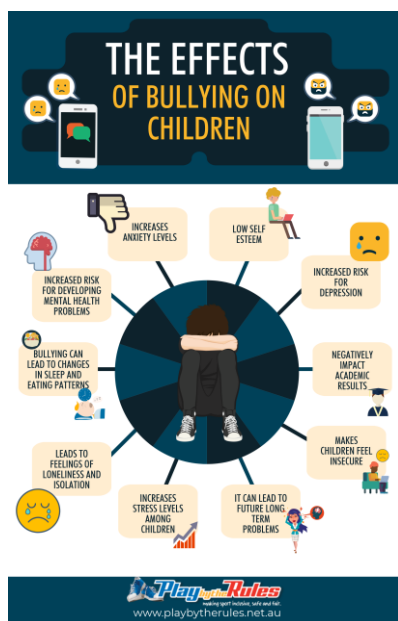
<p>استخدم المصمم العديد من الكتابات لتوضيح الرسالة حيث تختلف أحجام العنوان الرئيسي عن الفرعي عن النصوص فقام بكتابة العنوان الرئيسي أعلى التصميم علي خلفية تشبه موج البحر باللون الأبيض علي صيغة سؤال وهو لماذا تحتاج الي الماء في حياتك؟.</p> <p>وقام بتحديد النسبة التي يدخل الماء في تكوين جسم الانسان وهي ٦٠% حيث يدخل في تكوين الدم والمخ والرتنين والعضلات.</p> <p>وخلال ٣ أيام من عدم شرب الماء ستصاب بالأعراض التالية:</p> <p>العطش، الأم المفاصل، الصداع، الإمساك، الضعف والاعياء، الأم أسفل الظهر و الخمول</p> <p>وأوضح الأسباب التي من أجلها يحتاج الجسم للماء: تساعد الماء في عمل الكليتين.</p> <p>تساعد في خسارة أو نقص الوزن</p> <p>تساعد في حركة وليونة العضلات</p> <p>تساعد في تجنب الإمساك.</p>	استخدام الكتابات
---	-------------------------

المعايير الجمالية التي حققها المصمم أثناء تصميم الاعلان:

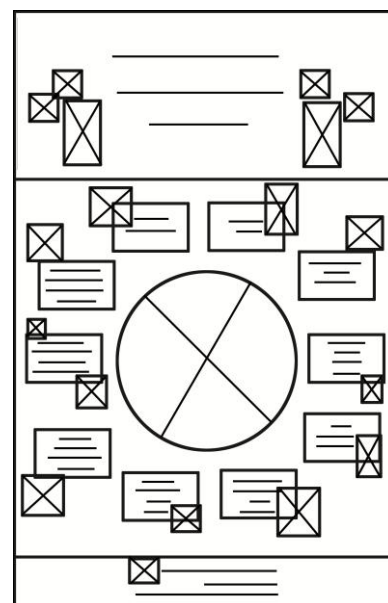
<p>حقق المصمم التوازن ولكنه توازن غير متمائل التوازن في توزيع الأشكال مع الكتابات والتوازن في مساحة الأشكال وعلاقتها ببعضها البعض حيث أن هذا النوع من التوازن يتم الاحساس به عند رؤية التصميم.</p>	التوازن
<p>قام المصمم بالتركيز علي عنصر الجسد حيث أنه أول عنصر تقع عليه العين لكبر حجمه وتمييزه باللون ثم انتقل بعد ذلك للتركيز الي الأجزاء المهمة وقام بالشرح التفصيلي.</p>	التركيز
<p>حقق المصمم التناسب عن طريق توزيع العناصر بشكل جيد وتكبير العنصر الأكثر أهمية ثم التنوع بين الأشكال والعلامات والرموز بالإضافة إلي الأسهم مما يدفع القارئ لقراءة الاعلان ككل.</p>	التناسب
<p>حقق المصمم التوافق عن طريق الترتيب الجيد بين الأشكال والكتابات وملائمة الأشكال لفكرة الاعلان، وتوافق الكتابات مع الأشكال بحيث يكون الاعلان سهل الفهم جاذب للانتباه.</p>	التوافق
<p>حقق المصمم جذب الانتباه عن طريق استخدام العناصر الجذابة السهلة للفهم بالإضافة لشرح أهمية الماء بأسلوب سلس وبسيط يفهمه المتلقي دون تعقيد.</p>	جذب الانتباه
<p>حقق المصمم عنصر الوحدة عن طريق الربط بين عناصر التصميم عن طريق وحدة الموضوع واستخدام اللون الواحد فحين يشاهد المتلقي الاعلان يشعر وكأنه كتلة واحدة غير مفكك وكل عنصر يخدم العنصر الآخر.</p>	الوحدة
<p>حقق المصمم عنصر الإيقاع عن طريق التنوع في استخدام الأشكال و ترديدها واستخدام اللون الأزرق ودرجاته و توزيع العناصر بشكل متسلسل مريح للعين وجاذب للانتباه.</p>	الإيقاع

<p>نجح المصمم في تحقيق عنصر البساطة البساطة في استخدام الأشكال حيث استخدم عناصر سهلة وبسيطة للغاية تساعد في توصيل المعلومة للمتلقي بشكل أسرع والتنوع في أحجامها، البساطة في استخدام الألوان حيث استخدم اللون الأزرق بدرجاته وجعل الخلفية باللون الرمادي المحايد.</p> <p>البساطة في الفكرة وتصميمها بطريقة جذابة للانتباه تسهل علي المتلقي فهم الاعلان وتقبل الفكرة.</p>	<p>البساطة</p>
<p>حقق المصمم عنصر التباين عن طريق: التباين في الحجم:تنوع في استخدام أحجام العناصر بين الكبير والصغير. حجم الخطوط: نوع في استخدام الخطوط. التباين في الشكل: استخدم العديد من الأشكال المختلفة والعديد من الأحجام بشكل مبسط وجاذب للانتباه.</p>	<p>التباين</p>
<p>جعل العنوان الرئيسي باللون الأبيض علي خلفية بشكل موج البحر بشكل لم تعتاد العين علي رؤيته ثم جعل الكتابات باللون الأزرق الغامق في الشرح.</p>	<p>اثارة الاهتمام</p>
<p>حقق المصمم الوضوح في استخدام الأشكال السهلة المعبرة، الوضوح في استخدام الكتابات، بالإضافة إلي وضوح الفكرة وعرض المعلومات.</p>	<p>الوضوح</p>

النموذج الثالث: إعلان توعوي عن تأثير التنمر علي الأطفال



شكل (٦) التحليل البصري الهندسي لمكونات الانفوجرافيك



شكل (٥) إعلان توعوي عن تأثير التنمر علي الأطفال

نوع الاعلان	انفوجرافيك توعوي إلكتروني
موضوع الاعلان	إعلان توعوي عن التأثير السلبي الذي يسببه التنمر عند الأطفال.
المساحة بالبكسل	450*550
وسيلة العرض (الوسيط)	playbytherules.net.au
تاريخ الدخول	12-12-2020
الوكالة أو المصمم	Annette Deming saved to Infographics
الدولة	استراليا

عناصر تصميم الإعلان:

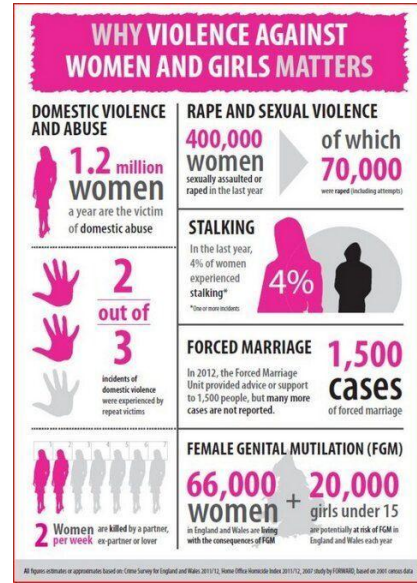
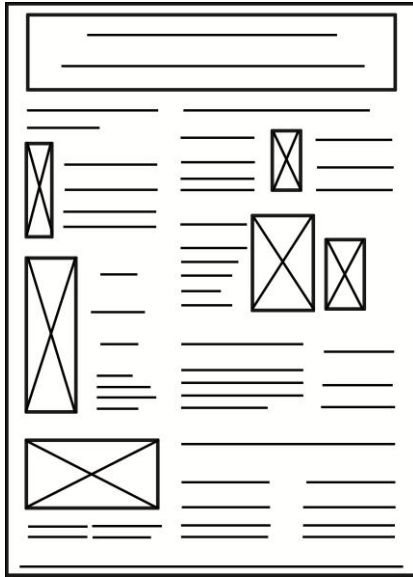
فكرة الاعلان	التنمر وتأثيره السلبي علي الأطفال. فكرة هذا الاعلان تناقش قضية من أهم القضايا التي يعاني منها العالم بأسره وهي مشكلة التنمر علي الأطفال وتأثيرها السئ علي شخصياتهم وذلك في كل دول العالم وخصوصاً مجتمعات الدول النامية.
استخدام الأشكال	استخدم المصمم العديد من الأشكال ذات الطابع الأيقوني لتوضيح فكرة الاعلان وقام بالتركيز علي عنصر الطفل المحبط ثم بدأ بعرض نماذج لما يشعر به الطفل الذي يتم التنمر به مثل أشكال توضح زيادة معدلات القلق، الاكتئاب، اضطرابات الأكل والنوم، الوحدة والعزلة، عدم شعور الطفل بالأمان، مشاكل مستقبلية طويلة الأمد، زيادة خطر الإصابة بالأمراض النفسية والتأثير السلبي علي النتائج الأكاديمية في نظم إشعاعي.
استخدام الألوان	استخدم المصمم ألوان تدل علي انعدام الثقة بالنفس والتردد والاحباط والكآبة والحزن كالأصفر والأزرق الغامق وقام بالكتابة داخل مستطيلات برتقالي فاتح
استخدام الكتابات	استخدم المصمم الكتابات لتوضيح الآثار السلبية للتنمر علي الطفل وما تسببه من اهتزاز ثقته بنفسه. زيادة معدلات القلق، اضطرابات الأكل والنوم الشعور بالاكتئاب، الوحدة والعزلة، عدم شعور الطفل بالأمان، زيادة خطر الإصابة بالأمراض النفسية، زيادة التوتر بين الأطفال و التأثير السلبي علي النتائج الأكاديمية.

المعايير الجمالية التي حققها المصمم أثناء تصميم الاعلان:

التوازن	قام المصمم بتحقيق عنصر التوازن المتمثل حيث أن العناصر موزعة علي جانبي التصميم بنفس الكتل والأعداد حيث قام بوضع الطفل في منتصف التصميم ووزع باقي العناصر حوله بالتساوي.
التركيز	قام المصمم بالتركيز علي عنصر الطفل الحزين فقام بوضعه داخل دائرة ملونة بالأزرق الغامق ثم قام بوضع باقي العناصر حوله لتوضيح الفكرة .
	حقق المصمم التناسب عن طريق توزيع العناصر في الاعلان

التناسب	توزيعاً متماثلاً حيث يتساوي جانبي التصميم بالإضافة إلى التناسب بين الصور والكتابات.
التوافق	حقق المصمم عنصر التوافق عن طريق الاستخدام الجيد للعناصر وملائمة الشكل مع الكتابة وعرض الفكرة بأسلوب سهل وبيان الآثار السلبية على الأطفال الناتجة عن التمر بهم.
جذب الانتباه	حقق المصمم جذب الانتباه عن طريق جعل العنصر الأساسي في منتصف التصميم وبدأ بتوزيع العناصر حوله بشكل إشعاعي واستخدم الأشكال والكتابات التي تساعد في تدعيم فكرته.
الوحدة	حقق المصمم عنصر الوحدة حيث أن التصميم كله كتلة واحدة وكل عنصر في التصميم يخدم العنصر الآخر بحيث يصبح الاعلان كله جزء واحد يكمل كل عنصر العنصر الآخر .
الايقاع	حقق المصمم عنصر الايقاع عن طريق التنوع في اختلاف الأشكال والأحجام والكتابات وترديدها حتي تجذب انتباه المتلقي وتدفعه لقراءة الاعلان والعمل وحته علي مكافحة التمر.
البساطة	نجح المصمم في تحقيق عنصر البساطة عن طريق استخدام عناصر مبسطة ذات طابع أيقوني تخدم الفكرة وتجذب انتباه المتلقي ولم يكثر في استخدام الألوان بل استخدم ألوان توحى بالكآبة والحزن الذي يحدث لطفل نتيجة التمر عليه.
التباين	حقق المصمم عنصر التباين عن طريق: حجم الخطوط: التباين في حجم الخطوط حيث يختلف حجم العنوان الرئيسي عن الفرعي عن النصوص. التباين في الشكل: استخدم المصمم العديد من العناصر المختلفة لتوضيح الفكرة وجذب انتباه المتلقي للاعلان.
اثارة الاهتمام	قسم المصمم الاعلان إلي ثلاثة شرائح عرضية لعرض المعلومات فجعل العنوان بالأبيض والأصفر علي خلفية زرقاء ثم قام بشرح الاعلان وباقي المحتويات علي خلفية بيضاء ثم قام بعرض محتويات الصفحة المصممة علي خلفية زرقاء أيضاً بالألوان الأحمر الأصفر والأزرق والأبيض.
الوضوح	حقق المصمم الوضوح في استخدام الأشكال السهلة المعيرة، الوضوح في استخدام الكتابات، الوضوح في الفكرة وعرض المعلومة.

النموذج الرابع: التوعية بتأثير وأشكال العنف علي الفتيات والسيدات.



شكل (٨) التحليل البصري الهندسي لمكونات الانفوجرافيك

شكل (٧) انفوجرافيك للتوعية بتأثير وأشكال العنف علي الفتيات والسيدات

انفوجرافيك توعوي إلكتروني	نوع الاعلان
التوعية بتأثير وأشكال العنف علي الفتيات والسيدات	موضوع الاعلان
480*677	المساحة بالبكسل
https://www.pinterest.co.uk/pin/370350769328654080/	وسيلة النشر
6-12-2020	تاريخ الدخول
Bit Giving saved to Amnesty.Bitgiving.com	الوكالة
انجلترا	الدولة

عناصر تصميم الإعلان:

العنف ضد المرأة وأشكاله المختلفة. علي الرغم من أن هذا الاعلان يتناول العنف ضد المرأة في المجتمع الانجليزي إلا أنه يأخذ عدة أشكال في المجتمعات النامية.	فكرة الاعلان
لم يلجأ المصمم إلي استخدام الكثير من الأشكال حيث استخدم ثلاثة أشكال فقط وهم بصمة اليد والسيدة والرجل وهي أشكال ذات طابع أيقوني.	استخدام الأشكال
استخدم المصمم الأبيض كلون خلفية واستخدم الأحمر الفاتح كلون للسيدة والأسود للرجل نوع في الكتابات بين الألوان الأحمر والأسود والرمادي.	استخدم الألوان
استخدم المصمم الكتابات لتوضيح المعلومات عن أنواع العنف ضد المرأة. ١.٢ مليون سيدة ضحايا العنف الأسري وسوء المعاملة. ٢ من كل ٣ من ضحايا العنف الأسري يتعرضن للعنف	

<p>المتكرر. سيدتان أسبوعياً يتعرضن للقتل من شريك الحياة الزوجية أو من الحبيب. الاغتصاب والعنف الجسدي: ٤٠٠,٠٠٠ من السيدات يتم اغتصابهم أو الإعتداء عليهم جسدياً في العام الماضي، ٧٠,٠٠٠ منهم تم اغتصابهم حسب الاحصائيات. في العام الماضي ٤% من السيدات تمت مطاردتهم من قبل الرجال. الزواج القسري في عام ٢٠١٢ تم تسجيل ١٥٠٠ حالة زواج قسري بالإضافة الي الحالات التي لم يتم تسجيلها. ٦٦,٠٠٠ الف سيدة تم تشويه أعضائهم التناسلية بالإضافة إلي ٢٠,٠٠٠ فتاة تحت سن الخامسة عشر.</p>	استخدام الكتابات
--	------------------

المعايير الجمالية التي حققها المصمم أثناء تصميم الاعلان:

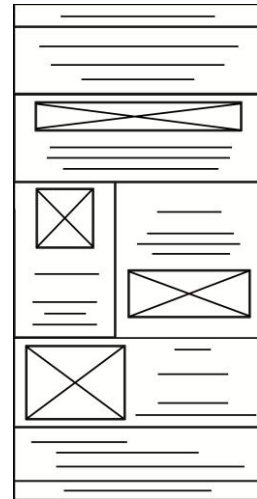
<p>حقق المصمم التوازن عن طريق توزيع العناصر مع الكتابات بشكل جيد يتم الاحساس به عند النظر إلي التصميم ويعطي للمتلقي احساس بالراحة وتجعله يستجيب للفكرة ويتفاعل معها.</p>	الاتزان
<p>قام المصمم بالتركيز علي عنصر السيدة فقد استخدمه أكثر من مرة في وضعيات مختلفة فمرة استخدم الجسم كامل ومرة استخدم الجزء العلوي فقط لتوضيح أنواع العنف الذي يمارس ضدها واستخدم باقي العناصر بحجم أصغر.</p>	التركيز
<p>حقق المصمم عنصر التناسب عن طريق التوزيع الجيد للعناصر وعلاقة الكتابات مع العناصر وعلاقة العناصر بعضها ببعض بحيث يكون الاعلان ملفت لانتباه المتلقي عند قراءته ويجعل المتلقي يتفاعل معه.</p>	التناسب
<p>حقق المصمم عنصر التوافق عن طريق الاستخدام الجيد للعناصر وملائمة الشكل مع الكتابة وعرض الفكرة بأسلوب سهل وعرض أشكال العنف المختلفة التي تتعرض لها المرأة.</p>	التوافق
<p>حقق المصمم جذب الانتباه عن طريق عرض البيانات بشكل أفقي واستخدم عناصر بسيطة جدا وقام بتدعيم وشرح فكرته بالكتابات المبسطة بدون تعقيد.</p>	جذب الانتباه
<p>حقق المصمم عنصر الوحدة حيث أن التصميم كله كتلة واحدة وكل عنصر في التصميم يخدم العنصر الآخر بحيث يصبح الاعلان كله جزء واحد يكمل كل عنصر العنصر الآخر ولكنه لم يوفق كثيراً في تقسيم المساحات اعطي احساس ببعض التفكك . ولكن إجمالاً تحققت الوحدة بين الصور والنص والنسبة والتناسب والاتزان اللاشكلي وهو أحد عناصر الأعمال المعاصرة.</p>	الوحدة
<p>حقق المصمم عنصر الايقاع عن طريق التنوع في اختلاف الأشكال والأحجام والكتابات وترديدها حتي تجذب انتباه</p>	الايقاع

المتلقي وتدفعه لقراءة الاعلان.	
نجاح المصمم في تحقيق عنصر البساطة عن طريق استخدام عناصر مبسطة تخدم الفكرة وتجذب انتباه المتلقي ولم يكثر في استخدام الألوان بل استخدم ألوان محايدة واستخدم اللون الأحمر الفاتح لأن الاعلان موجه للمرأة.	البساطة
حقق المصمم عنصر التباين عن طريق: التباين في الحجم: حيث قام بالتنوع في بين شكل المرأة وباقي العناصر حيث قام بالتركيز علي المرأة للتعريف بأنواع العنف الذي يحدث ضدها. حجم الخطوط: التباين في حجم الخطوط حيث يختلف حجم العنوان الرئيسي عن الفرعي عن النصوص. التباين في الشكل: استخدم المصمم ثلاثة عناصر ونجح في إيصال الفكرة وجذب انتباه المتلقي لقراءة محتوى الاعلان.	التباين
جعل العنوان الرئيسي باللون الأحمر الفاتح والأبيض علي خلفية حمراء واعتمد علي الألوان النسائية الأحمر بدرجاته واستخدم الرمادي والأبيض كألوان محايدة ولم يكثر من الألوان واعتمد في هذا الاعلان علي الكتابات بشكل أساسي أكثر من الصور.	اثارة الاهتمام
حقق المصمم الوضوح في استخدام الأشكال السهلة المعبرة، الوضوح في استخدام الكتابات، الوضوح في الفكرة وعرض المعلومة وتوضيح أنواع العنف الذي تتعرض له السيدة.	الوضوح

النموذج الخامس: الاعتداء الجنسي علي الأطفال



شكل(١٠) التحليل البصري الهندسي لمكونات الانفوجرافيك



شكل(٩) انفوجرافيك توعوي للتعريف بالاعتداء الجنسي علي الأطفال

نوع الاعلان	انفوجرافيك توعوي إلكتروني
موضوع الاعلان	الاعتداء الجنسي علي الأطفال
المساحة بالبكسل	564*1127
وسيلة العرض (الوسيط)	www.wisdomofthewounded.com
تاريخ الدخول	21-1-2021
الوكالة أو المصمم	Sofia Johnson saved to abuse
الدولة	الولايات المتحدة

العناصر المستخدمة في الاعلان:

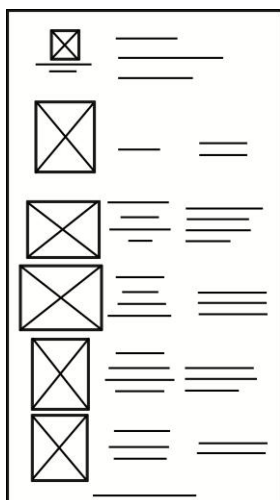
فكرة الاعلان	الاعتداء الجنسي علي الأطفال. هذا الموضوع منتشر بشكل كبير في جميع المجتمعات المتقدمة والغير متقدمة وبأشكال مختلفة.
استخدام الأشكال	استخدم المصمم أشكال مبسطة للغاية فقد استخدم عنصر وهو عنصر الشخص سلويت كشكل أيقوني يسهل التعرف عليه واستخدم الأشكال الاحصائية لعرض النسب والأرقام وشرح محتوي الاعلان.
استخدام الألوان	استخدم المصمم العديد من الألوان حيث قام بجعل كل جزء من الاعلان بلون مختلف فقد استخدم اللون البنفسجي والبرتقالي والأبيض والأحمر الفاتح والأزرق مع اختلاف درجاتهم ونوع في الكتابات بين هذه الألوان حتي يجعل التصميم مترابط.
استخدام الكتابات	استخدم المصمم العديد من الكتابات فقد جعل العنوان الرئيسي أعلى التصميم بحجم متوسط وهو الاعتداء الجنسي علي الأطفال ثم استخدم خطأ بحجم أكبر لاثارة انتباه المتلقي وجعل العنوان مثير للانتباه وهو الحقائق مذهلة ثم قام بعد ذلك بشرح هذه الجملة بخط أصغر كثيراً فقال إنه من المحتمل أنك أنت تعرف طفلاً تم أو يتم الاعتداء عليه. قام بشرح مضمون الاعلان بوضع النسب فقال أن: واحد من كل عشرة أطفال يتعرضون للاعتداء الجنسي قبل سن الثمانية عشر عاماً ٣٠% من المعتدين يكونون من أفراد الأسرة ٩٠% من المعتدين يعرفهم الأطفال بل وقد يتقنون بهم. حوالي ٣٥% من الضحايا يكونون في سن الحادية عشرة أو أصغر. ٤٠% من الأطفال يتم الاعتداء عليهم من أطفال أكبر أو أصغر منهم.

المعايير الجمالية التي حققها المصمم أثناء تصميم الاعلان:

التوازن	حقق المصمم التوازن عن طريق التوزيع الجيد للعناصر مع الكتابات حيث جعل الاعلان سهل الفهم حتي يسهل علي المتلقي فهمه والتوازن هنا يتم عن طريق ترتيب العناصر مع الكتابات بعضها ببعض.
التركيز	حيث قام المصمم بالتركيز علي شكل الطفل المراهق وقام بتلوينه بألوان ملفتة حيث يصبح العنصر الأكثر جذباً واول ما تقع عليه عين المتلقي وجعله في بؤرة الاهتمام ثم قام بتدعيم فكرته بالأرقام وشرح الاعلان فأصبحت كل العناصر تدعم الفكرة وتقويها.

التناسب	حقق المصمم التناسب عن طريق تقسيم المساحات بشكل عرضي وضع التركيز المطلوب لكل من حجم وشكل ولون كل عنصر من عناصر الفكرة الاعلانية حسب الأهمية وتدعيم الفكرة بالبيانات.
التوافق	حقق المصمم عنصر التوافق عن طريق الاستخدام الجيد للعناصر وملائمة الشكل مع الكتابة وعرض الفكرة بأسلوب سهل وعرض بعض الحقائق الصادمة عن التحرش بالأطفال.
جذب الانتباه	حقق المصمم جذب الانتباه عن طريق عرض البيانات بشكل أفقي واستخدم عناصر بسيطة جدا وقام بتدعيم وشرح فكرته بالكتابات المبسطة بدون تعقيد وقام بتدعيمها بالنسب المئوية والإحصاءات.
الوحدة	الجمع بين العناصر الإعلانية بالوحدة ووجود علاقة ترابط بين عناصر الاعلان المختلفة بحيث تصبح شيئاً واحداً حيث تتكامل الصور مع النصوص مما يجعلها كتلة واحدة.
الايقاع	حقق المصمم الايقاع عن طريق التغيير في حجم الأشكال المستخدمة في التصميم والتغيير في الكتل اللونية واستخدام الأشكال الإحصائية المختلفة مع التردد.
البساطة	حقق المصمم عنصر البساطة حيث استخدم أشكالاً مبسطة للغاية واعتمد في هذا الاعلان علي الأرقام والبيانات واستخدم ألوان جذابة حتي تجذب المتلقي لقراءة محتوى الاعلان.
التباين	التباين: قام المصمم بتحقيق التباين عن طريق: التباين في الحجم: حيث قام بالتغيير في الأحجام والتركيز علي العنصر الأكثر أهمية وهو الطفل المراهق حيث قام المصمم بتدعيم فكرته بالأشكال الإحصائية المبسطة. الخطوط جعلها مختلفة عن بعضها حيث لون وحجم العنوان الرئيسي يختلف عن حجم ولون العنوان الفرعي يختلف عن لون وحجم النصوص الداخلية. التباين في الشكل: عن طريق استخدام أشكال مختلفة الشكل فقد قام باستخدام العديد من الأشكال. التباين في درجة الثقل: عن طريق استخدام الألوان المختلفة البرتقالي والبنفسجي والأزرق بدرجاتهم والأبيض.
اثارة الاهتمام	قام بتقسيم الاعلان إلي عدة أجزاء أفقية وقام بعرض الاعلان بشكل مبسط وواضح بالإضافة إلي استخدامه للألوان ومكلماتها حيث استخدم البرتقالي والبنفسجي والأخضر وقام بشرح المحتوى باللون البرتقالي والبنفسجي والأخضر والأبيض حيث اعاد استخدامهم بشكل جمالي.
الوضوح	حقق المصمم الوضوح في استخدام الأشكال السهلة المعبرة، الوضوح في استخدام الكتابات، الوضوح في الفكرة وعرض الحقائق الصادمة عن التحرش.

النموذج السادس: اعلان توعوي للتعريف بالمعدل الزمني الذي يستغرقه انسحاب الافيون من الجسم.



شكل (١٢) التحليل البصري الهندسي لمكونات الانفوجرافيك

شكل (١١) انفوجرافيك توعوي للتعريف بالمعدل الزمني الذي يستغرقه انسحاب الافيون من الجسم.

انفوجرافيك توعوي إلكتروني	نوع الاعلان
اعلان توعوي للتعريف بالمعدل الزمني للأعراض الانسحابية للأفيون من الجسم.	موضوع الاعلان
564*1017	المساحة بالبكسل
www.riverwalkranch.com	وسيلة العرض (الوسيط)
13-12-2020	تاريخ الدخول
Kathy Lambert saved to Car Service	الوكالة أو المصمم
تكساس في الولايات المتحدة	الدولة

عناصر تصميم الإعلان:

الأعراض الناتجة عن انسحاب الافيون من الجسم والفترة الزمنية التي يستغرقها الجسم للتخلص من الافيون والعودة لحالته الطبيعية.	فكرة الاعلان
الادمان شائع بين مختلف فئات الشعب في المجتمعات الغنية والفقيرة ويمكن الافادة منها بشكل كبير خاصة تناول الجرافيك للموضوع وطرحه علي المتلقي.	استخدام الأشكال
قام المصمم باستخدام شكلين فقط وهما شكل جرعة الافيون وشكل القلب ولها مراحل وأشكال متعددة حتي تم التعافي والتخلص من أثر الافيون عليه وعودته لحالته الطبيعية.	استخدام الألوان
استخدم المصمم العديد من الألوان حيث استخدم الأزرق بدرجاته وهو من الألوان الباردة والأبيض في الخلفية وهو لون محايد والأحمر في علامة الخطر والبرتقالي وهما من الألوان الساخنة والأزرق الغامق في الكتابة مستخدماً قيمة التباين ليسهل عملية الإدراك لدي المتلقي.	
استخدم المصمم الكتابات لتوضيح الجدول الزمني لانسحاب الافيون من الجسم وعودة القلب لحالته الطبيعية.	

استخدام الكتابات	<p>البداية بتناول آخر جرعة من المخدر.</p> <p>بعد ٧٢ ساعة تكون الأعراض الجسدية في ذروتها وتشمل القشعريرة، الحرارة، آلام الجسم، الاسهال، الأرق، آلام العضلات، غثيان و اتساع حدقة العين.</p> <p>بعد أسبوع تقل الأعراض الجسدية تدريجياً وتشمل التعب، التعرق، آلام الجسم، القلق، التهيج والغثيان.</p> <p>بعد أسبوعين تبدأ الأعراض النفسية والعاطفية في الظهور وتشمل الاكتئاب، القلق، التهيج، الأرق ومشاكل في النوم.</p> <p>بعد شهر تظهر الرغبة في الرجوع والاكتئاب وتستمر هذه الأعراض لأسابيع أو أشهر.</p>
------------------	---

المعايير الجمالية التي حققها المصمم أثناء تصميم الاعلان:

التوازن	<p>حقق المصمم التوازن عن طريق توزيع العناصر مع الكتابات بشكل جيد والتوازن هنا تواز غير متماثل توازن يتم الاحساس به عند النظر إلي التصميم.</p>
التركيز	<p>قام المصمم بالتركيز علي عنصر الجرعة الأخيرة وقام بوضع علامة الخطر بلون أحمر حتي تجذب الانتباه ثم بعد ذلك استخدم عنصر القلب في مراحل مختلفة من بداية أعراض الانسحاب حتي التعافي.</p>
التناسب	<p>حقق المصمم عنصر التناسب عن طريق التوزيع الجيد للعناصر وعلاقة الكتابات مع العناصر وعلاقة العناصر بعضها ببعض.</p>
التوافق	<p>حقق المصمم عنصر التوافق عن طريق الاستخدام الجيد للعناصر وملائمة الشكل مع الكتابة وعرض الفكرة بأسلوب سهل وعرض الفترة الزمنية التي يحتاجها الجسم للتخلص من الأفيون وعودته إلي حالته الطبيعية.</p>
جذب الانتباه	<p>حقق المصمم جذب الانتباه عن طريق عرض البيانات بشكل أفقي واستخدم عناصر بسيطة جدا حيث استخدم شكل القلب في كل مراحل التعافي وخروج الأفيون من الجسم والعودة لحالته الطبيعية وقام بتدعيم وشرح فكرته بالكتابات المبسطة بدون تعقيد</p>
الوحدة	<p>حقق المصمم عنصر الوحدة حيث أن التصميم كله كتلة واحدة وكل عنصر في التصميم يخدم العنصر الآخر بحيث يصبح الاعلان كله جزء واحد يكمل كل عنصر العنصر الآخر.</p>
الايقاع	<p>حقق المصمم عنصر الايقاع عن طريق التنوع في اختلاف الأشكال والأحجام والكتابات والألوان وترديدها حتي تجذب انتباه المتلقي وتدفعه لقراءة الاعلان.</p>
البساطة	<p>نجح المصمم في تحقيق عنصر البساطة عن طريق استخدام عناصر مبسطة تخدم الفكرة وتجذب انتباه المتلقي ولم يكثر في استخدام الألوان بل استخدم ألوان توحى بالهدوء والراحة التي ستحدث للجسم بعد تخلصه من تأثير الأفيون عليه وعودته لحالته الطبيعية.</p>

<p>حقق المصمم عنصر التباین عن طريق: التباين في الحجم: حيث قام بالتنوع في الأحجام بين شكل الجرعة الأخيرة بعلامة الخطر وبين أشكال القلب. حجم الخطوط: التباين في حجم الخطوط حيث يختلف حجم العنوان الرئيسي عن الفرعي عن النصوص. التباين في الشكل: استخدم المصمم عنصرين وهما القلب وجرعة الأفيون ونجح في إيصال الفكرة وجذب انتباه المتلقي لقراءة محتوى الاعلان.</p>	التباين
<p>علي الرغم من كون الاعلان اعلان عن الأضرار والمراحل الطويلة التي يستغرقها الجسم في التخلص من الأفيون إلي أن المصمم قام بعرض الاعلان بشكل جمالي يدفع المتلقي إلي قراءته والعمل بما جاء فيه وحث المتعاطي عن التوقف فوراً عن التعاطي حتي يعود حالته الطبيعية.</p>	اثارة الاهتمام
<p>حقق المصمم الوضوح في استخدام الأشكال السهلة المعيرة، الوضوح في استخدام الكتابات، الوضوح في الفكرة وعرض أعراض انسحاب الأفيون من الجسم</p>	الوضوح

المتخصصين من الرجال والشباب والسيدات
والفتيات متباينة الأعمار وتم عرضه علي شبكة
الانترنت ومعرفة آراء الناس.

الاستبيان:
تم عمل استبيان مغلق علي عينة عشوائية من الناس
من متلقي الاعلان المتخصصين وغير

نموذج الاستبيان:

النسبة المئوية التي تم تحقيقها	غير موافق	موافق	
١٠٠ ٨٠ ٦٠ ٤٠ ٢٠			
			التوازن احد اهم وظائف الدور الجمالي للإتصال فهل تم تحقيقه في التصميم؟
			هل تحقق التركيز في التصميم باعتباره من أهم وظائف الدور الجمالي للإتصال؟
			هل تم تحقيق التناسب بين عناصر التصميم بعضها البعض؟
			هل تحقق عنصر الوحدة والترابط بين عناصر التصميم المختلفة؟
			هل تحققت لديك اثارة الاهتمام كمتلقي ودفعتك لقراءة الاعلان وفهم محتواه؟
			هل تم إيصال الرسالة لك كمتلقي بشكل مبسط واضح بعيد عن الغموض والتعقيد؟
			هل تم تحقيق التباين بين عناصر التصميم وأحجامها المختلفة وبين الكتابات باختلاف أحجامها؟
			هل التصميم متوافق بشكل جيد بحيث تتوافق الأشكال مع الكتابات؟
			الإيحاء من أهم وظائف الدور الجمالي للإتصال فهل تحقق في الاعلان؟

نتيجة الاستبيان:

النسبة المئوية التي تم تحقيقها	غير موافق				موافق	
	١٠٠	٨٠	٦٠	٤٠		
		٦٠			موافق	التوازن أحد أهم وظائف الدور الجمالي للإتصال فهل تم تحقيقه في التصميم؟
	٨٠				موافق	هل تحقق التركيز في التصميم باعتباره من أهم وظائف الدور الجمالي للإتصال؟
		٦٠			موافق	هل تم تحقيق التناسب بين عناصر التصميم بعضها البعض؟
			٤٠		غير موافق	هل تحقق عنصر الوحدة والترابط بين عناصر التصميم المختلفة؟
		٦٠			موافق	هل تحققت لديك اثاره الاهتمام كمتلقي ودفعتك لقراءة الاعلان وفهم محتواه؟
		٦٠			موافق	هل تم ابصال الرسالة لك كمتلقي بشكل مبسط واضح بعيد عن الغموض والتعقيد؟
	٨٠				موافق	هل تم تحقيق التباين بين عناصر التصميم وأحجامها المختلفة وبين الكتابات باختلاف أحجامها؟
		٦٠			موافق	هل التصميم متوافق بشكل جيد بحيث تتوافق الأشكال مع الكتابات؟
	٨٠				موافق	الايفاع من أهم وظائف الدور الجمالي للإتصال فهل تحقق في الاعلان؟

المتلقي أو توجيه سلوكه أو تكوين رأي عام في قضية ما.
٣- الدور الجمالي للإتصال يتمثل في الوضوح، البساطة، وحدة الموضوع، سهولة الفهم، سرعة التواصل وفاعليته، دعم الجانب المعرفي والتوعوي لدي المتلقي.

نتائج البحث:

١- أهمية استخدام تقنية الانفوجرافيك في تصميم الحملات التوعوية لما لها من تأثير جيد علي إدراك المتلقي وسهولة استيعابه وبساطته وقدرته علي توصيل فكرة الاعلان.

٢- تعمل بعض أنماط الإعلان التوعوي الإلكتروني بالانفوجرافيك علي تفعيل و زيادة الجانب المعرفي لدي

توصيات البحث:

- ١- التسليم بقيمة وأهمية الانفوجرافيك في تغيير وعي المتلقي وتوجيه سلوكه وتبنيه لقضية معينة وتكوين رأي عام في قضية ما.
- ٢- تفعيل دور الاعلانات التوعوية بالانفوجرافيك من خلال نشر وتصميم رسائل اعلانية تتناسب مع مجريات المجتمع وتواكب الأخطار والأوبئة التي تواجهه.

المراجع:**المراجع العربية:**

١. معتز عيسى: ما هو الانفوجرافيك : تعريف ونصائح وأدوات مجانية، ٢٠١٤
٢. محمد شلتوت الانفوجرافيك من التخطيط الي الانتاج، شركة مطابع هلا، ط١، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٦.

رسائل الماجستير:

٣. مروة محمد سمير محمد "الانفوجرافيك كوسيلة اتصال مرئي في تصميم الاعلان"، رسالة ماجستير، قسم الاعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ٢٠١٨.
٤. ازمو رشيد، قرار شراء المنتج الجديد بين تأثير الاعلان والعلامة التجارية، ماجستير في علوم التسويق، جامعة أبو بكر بلقايد، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تخصص تسويق، الجزائر، ٢٠١١.

رسائل الدكتوراة:

٥. ابتهاج حافظ مصطفى، تخطيط منظومة الثقافة البصرية عبر التمثيل المعرفي للمعلومات في تصميم الحملات الاعلانية، دكتوراة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ٢٠١٤.

الأبحاث المنشورة:

- ٦ اسماعيل عمر حسونة: فعالية تصميم بيئة تعلم شخصية قائمة علي الانفوجرافيك في التحصل المعرفي والاتجاه نحوها لدي طلبة كلية التربية في جامعة الأقصى، مجلة العلوم التربوية والنفسية، المجلد ال١٨، العدد ٤ ديسمبر، ٢٠١٧.

المراجع الأجنبية:

- Rand Paul, Thoughts on
1.design,1970,P13.
Prof.Guttrop-TA Aaron Zimmerman-
2.QQPlots-Stat342,2014

مواقع الانترنت:

- 3.https://www.almrsal.com/post/415008.2
019

The Aesthetic Role of Communication of Electronic Awareness Advertising in the Infographic Press

Abstract:

This study was summarized in shedding light on the aesthetic role of communication in electronic awareness advertising in infographic press, as the task of awareness advertising is to influence the thinking, attract people, leave a positive impression and change the behavior of the recipient, so infographic plays an important role in supporting the positives and eliminating negatives and rumors.

Where the research problem lies in the following question: Does the aesthetic role play a significant role in the design of electronic awareness advertising in infographic press? the research assumes that the good use of electronic advertising design elements in infographic press and the employment or interest in the aesthetic role of communication in design leads to the success of the advertising and its performance for the function for which it was designed, in addition to increasing the attractiveness of electronic awareness advertising in the infographic press to the recipient that achieves the required response, the research aims to clarify the importance of the aesthetic role of communication in designing the awareness advertising in the infographic press, the electronic awareness advertising contributes to solving the problem of the war on terrorism and activating the development project in an environment dominated by challenges, including critical thinking, Dispute rumors and activate development programs, the research methodology is based on a descriptive approach in studying the research sample that is selected from some countries in the developed world in this field according to its aesthetic standards in performing its educational role, guidance or providing knowledge, The most important findings drawn from the research The importance of using infographic technology in designing awareness campaigns because of its good effect on the recipient's perception, ease of understanding, simplicity and ability to communicate the idea of advertising, and the aesthetic role of communication is represented in clarity, simplicity, unity of the subject, ease of understanding, speed and effectiveness of communication, support of the cognitive and awareness aspect of the recipient. the most important recommendations of the research are to recognize the value and importance of infographic in changing the awareness of the recipient, directing his behavior and his adoption of a specific issue, forming a public opinion on a case.

Keywords:

The aesthetic role of communication - infographic- Electronic awareness advertisement

