

أثر استخدام فن الكاريكاتير في الملصق الإعلاني لمناهضة ظاهرة التنمر عند الأطفال

ناصر أحمد حامد محمد

أستاذ مساعد بقسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة ٦ أكتوبر، جمهورية مصر العربية

Submit Date:2021-02-06 08:00:24 | Revise Date:2021-09-22 04:44:36 | Accept Date: 2021-09-22 05:02:16

DOI: 10.21608/jdsaa.2021.61743.1097

ملخص البحث:-

الكلمات المفتاحية:-
التنمر، الكاريكاتير، الملصق الإرشادي، أنا ضد التنمر، الوسائل التعليمية.

الرسم الكاريكاتيري هو رسالة صحفية من الفنان (المرسل) إلى المتلقي (المستقبل) خلال سياق مشترك قائم على بنية الواقع الذي يعيشونه معاً، والتنمر آفة المجتمعات ودمار للذات الإنسانية، تنبذه الأديان وتنهى عنه الأعراف؛ يقع في شركة الكبار ويمارسه الصغار في جميع الأوقات فيما بينهم وبأشكال وأساليب كثيرة، فهو حصاد سلوكيات الطفل ونتاج تربيته وتشكيله في البيئة التي تضم الأهل والأصدقاء والميديا المتنوعة (شبكة الإنترنت وإلعاب إلكترونية، أفلام سينمائية وتلفزيونية، أفلام الرسوم المتحركة الوافدة، مجلات الأطفال)، وتزداد حدته أو تقل بين مجتمع وآخر، ويُعد فن الكاريكاتير من الفنون المناسبة لمعالجة ظاهرة التنمر بين الأطفال، فهو فن المجادلة وإصلاح الأوضاع الإجتماعية والسياسية، وظهور الكاريكاتير وماحويه من تنمر في الملصق الإعلاني يُعد من الوسائل الإعلانية الهامة في العمل على حلحلة ظاهرة التنمر ومحاربتها؛ بهدف الكف عن ممارسته، فالمصق الإعلاني هنا يُفند كنوع من أنواع الوسائل التعليمية التوعوية المقدمة للأطفال (من 12 إلى 15 عام) والمؤثرة فيه، والكاريكاتير هو الفن الذي يخاطب العقل والقلب ويجبر المتلقي على التمعن والتفكير في القضايا المطروحة من خلال ما يحويه بين طياته من سخريّة، تلك السخريّة ليست عشوائية أو وليدة الصدفة وإنما تُبنى على أسس أدبية وعلمية وفنية، ويعتمد في ذلك على رافدين غايبين في الأهمية وهما (الفن التشكيلي المتين لشكل الشخصيات وهينتها والتعبيرات الصادرة منها وماتضمه من ألوان وخطوط وملامس وأيضاً البيئة المتواجدة فيها الشخصيات)، (وفن كتابة الجمل والحوار وهو مايعرف بالأدب والذي يحمل بين ثناياها قواعد نحوية ولغوية فصحي كانت أو عامية تخاطب شريحة معينة من المتلقين)، والفكرة الكاريكاتيرية المعبرة عن ظاهرة التنمر ضد الأطفال في الإعلان تحمل السخريّة والعداء وتنقل السلبيات للطفل تأتي متضافرة مع الشعار.

المقدمة

سنت القوانين ووضعنا التشريعات التي تسعى جاهدة لصيانة كرامة الإنسان وحفظ كيانه من مولده حتى مماته، وأقيمت النظريات المفسرة لسلوكيات البشر المتفقة مع الثقافة والمعتقدات السوية، بغرض الحد من الصراعات القائمة بين الأطراف المتناحرة، ومن ثم تهذيب الأخلاق، فالسلوكيات الخاطئة وإيجاد العداء بل وشن الحروب سواء بين الأفراد أو على مستوى الجماعات أو الدول، كل هذا الزخم يصنف تحت وطأة التنمر، ومن هذا المنطلق أصبح لمفهوم التنمر أهمية كبيرة في التعاملات بين البشر، وذلك لأنه اقتحم حياتنا بأنواعه الجمة وتفصيله المزعجة، فهو يُمارس بين الزملاء والأصدقاء وبين الأخوة والآباء والعائلات، بل نجده على مستوى الدول، فهو تجسيد للتعصب السلبي، فيبدأ من الطفولة المبكرة وينمو مع الطفل، ويظهر بشكل جلي في مرحلة الطفولة السابقة للمراهقة ثم المراهقة، مما استدعى القاء الضوء عليه بطرق مكثفة بغرض محاصرته والحد من انتشاره والقضاء عليه، وذلك لأن التنمر يؤدي بالمتنمر عليه (الضحية) إلى الإنطواء وتجنب التعامل مع المجتمع المحيط به وربما يؤدي به الأمر إلى الانتحار، وعلى الجانب الآخر فالمتنمر (المعتدى) يزداد في أسلوبه ويتوسع في إعتدائه على الآخرين ويؤدي الأمر به إلى إنه يتحول إلى بلطجي يمارس العنف ضد المجتمع.

خلاف السب والقذف والضرب والهمز واللمز وإطلاق الشائعات هناك الكثير من وسائل ممارسة التنمر بين الأطفال، يعتبر أحدثها (التنمر الإلكتروني)، ولهذا وجدنا أن أقرب الوسائل الفنية المؤثرة في مجتمعنا هو فن الكاريكاتير؛ فهو فن يجتذب الصغير والكبير لما فيه من بسمة وما يحتوي عليه من نصيحة تهدف إلى إصلاح العوج، وما له شهرة واسعة بين الأوساط الشعبية كفن صحفى.

ويرى الباحث أن تضافر مفردات التنمر وما به من عوار مع أفكار كاريكاتيرية جذابة ومعبرة في ملصقات إعلانية مقدمة للأطفال (من ١٢ إلى ١٥ عام)؛ قد تؤدي إلى توعية كافية لهذا المجتمع الصغير "الأطفال"، وترشده إلى تهذيب عادة التنمر لديه، ومن خلال تلك المبادئ إنطلق المعرض المتخصص للباحث تحت شعار (أنا ضد التنمر)، ضم ١٥ ملصق إعلاني توعوي معتمد في تصميمه على أساليب فن الكاريكاتير المختلفة بصفته الفن الساخر والمناهض للعادات والأوضاع السيئة بين شريحة الأطفال على وجه التحديد.

أسباب اختيار موضوع البحث عديدة أهمها:

١. عدم استخدام فن الكاريكاتير في الملصق الإعلاني الخاص بمناهضة ظاهرة التنمر عند الأطفال (من ١٢ إلى ١٥ عام).
٢. انتشار التنمر بين الأطفال في الفئة العمرية ما بين (١٢ إلى ١٥ عام) بسبب محاولة البعض منهم إثبات قوتهم وسطوتهم على بعضهم البعض، وأيضاً لأنهم على مشارف مرحلة جديدة وهي مرحلة المراهقة، مما يجعل مجتمعنا غير صحي وملئ بالجرائم البشعة، وقد يؤدي التنمر أحياناً إلى حالات الاكتئاب وربما الانتحار بين تلك الفئة العمرية.

مشكلة البحث: تكمن مشكلة البحث في محاولة الإجابة على التساؤل الآتي:

ما الأثر الناتج من استخدام فن الكاريكاتير في الملصق الإعلاني الخاص بمناهضة ظاهرة التنمر لدى الأطفال؟

أهمية البحث: تتلخص أهمية البحث في قياس أثر استخدام فن الكاريكاتير في الملصق الإعلاني لمناهضة ظاهرة التنمر عند الأطفال عن طريق تصميم خمسة عشرة ملصق إعلاني توعوي داخلي (تم عرضهم في

معرض فني خاص).

منهج البحث: ينتهج البحث المنهج الوصفي والجانب التحليلي والتطبيقي وذلك من خلال إلقاء الضوء على ظاهرة التنمر عند الأطفال من خلال فن الكاريكاتير، ومن ثم تطبيقها في مجال الملصق الإعلاني التوعوي.

أهداف البحث: يهدف البحث إلى:

١. إلقاء الضوء على ظاهرة التنمر عند الأطفال من خلال تصميم وتوظيف الكاريكاتير في ملصقات إعلانية توعوية.
٢. الاستفادة من ما يحتوي عليه فن الكاريكاتير من صور سلبية ومحاولة إشفاق صور إيجابية مناهضة لتلك السخرية من خلال شخصية ساخرة محببة للطفل تردد عبارة (أنا ضد التنمر).
٣. الاستفادة من الأنواع المتعددة الخاصة بفن الكاريكاتير وما يحويه من شخصيات ساخرة في تحقيق مغزى تربوي للطفل.
- ٤.

فروض البحث: يفترض البحث أن:

١. من خلال الملصقات الإعلانية التوعوية التي تضم شخصيات كاريكاتير محببة للطفل ستحقق عملية الإثراء الفني والإمتاع الوجداني عند الطفل مما يؤدي إلى أخذ النصيحة اللازمة للإقلاع عن عادة التنمر.
٢. بفضل الشخصيات الكاريكاتيرية البادية في الملصقات الإعلانية سيتعلم الطفل مدى المعاناة التي تقع على الضحية مما تجعل استيعابه وإدراكه وفهمه أكثر دقة وعمقاً وشعوره بالمأساة أشد إماماً.
٣. يتم انجذب الطفل للرسائل الإيجابية الخاصة بالملصقات الإعلانية التوعوية فترسخ في مركز شعوره.

حدود البحث:

المجال الزماني: ضمن المدة ٢٠٢٠ / ٢٠٢١ وهي مدة انجاز البحث.
المجال المكاني: محافظات القاهرة الكبرى بجمهورية مصر العربية.
الفئة العمرية: الأطفال من ١٢ - ١٥ عام
أدوات البحث: كميّاس لأهمية استخدام فن الكاريكاتير في الملصق الإعلاني لمناهضة ظاهرة التنمر عند الأطفال تم الاستعانة بإستبانة لذلك للأطفال من ١٢ - ١٥ عام كعينة بحث.

أنواع التنمر

يُعرف التنمر بالقرين المزعج؛ وينحصر في كل أشكال الإساءة والإيذاء (جسدياً أو نفسياً أو إيمانياً)، يمارسه فرد أو مجموعة أفراد ضد فرد أو مجموعة أخرى "غالباً تكون الأضعف" ("دكتور"، ٢٠١٢)، وعن طريق تعليم الأطفال المهارات الاجتماعية الضرورية الخاصة بالتفاعل مع الآخرين يمكن الحد من التنمر (الحرّة، ٢٠٢١)، وعادةً تحمل السخرية وجهان متناقضان؛ الوجه الأول هو تدمير الذات الذي يعتبر الهدف الأول للتنمر بين الأطفال، فالمتنمر أفة المجتمع سواء في القرى أو الحضر، أما الوجه الآخر فهو إصلاح العيوب والأخطاء، والتنمر يأتي بعدة أشكال وأنماط ويهدف إلى تحطيم كيان الطفل نفسياً.. نذكر منها:

- ١- **التنمر اللفظي:** ويشمل التعليقات غير اللائقة والتهديد والسخرية والاستقزاز (حلوها، hellooha، ٢٠١٦)، وسلاح ذلك اللسان، فباللسان تتألف القلوب وتهنئ الأنفس وتنمي العقول، وأيضاً به تُغذف المحصنات وتُغلق البيوت وتُشرد الأطفال، فالقلب إناء واللسان مغرقتة وكل إناء بالذى فيه ينضح!.

والنغز ورمي الأشياء والخنق واللكم والركل وشد الشعر والخدش والعض وغيرها من طرق ووسائل الإيذاء البدني.

٤- التمر العاطفي: من خلال الإحراج الدائم للشخص ونشر الشائعات حوله (حلوها، hellooha، ٢٠١٦).

٥- التمر الإلكتروني: ويتم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وأنواعه (التنمر الكتابي ويستخدم سلوك التنمر اللفظي أو المكتوب مثل الرسائل الهاتفية والنصية والبريد الإلكتروني، والتنمر البصري مثل نشر صور سيئة أو مخجلة، والتنمر الإقصائي ويتم إبعاد أحد الأفراد من جماعات الجروبات أو الدردشة، والتنمر الخاص بانتحال الشخصية وهو يهدف إلى سرقة هوية الشخص والدخول إلى المعلومات الشخصية له أو استخدام الحسابات الشخصية (البراشدية، ٢٠٢٠).

التنمر في السينما والمسرح والتلفزيون

تقترن الكوميديا دائماً بتمثيل العيوب أو الرذائل بهدف إثارة الضحك دون مراعاة لمشاعر الناس وحالاتهم النفسية (إسماعيل، دكتور، ٢٠٢٠)، وفي أغلب الأحيان يقتزن التنمر بالكوميديا في الأفلام السينمائية، ففي هذا الصدد هناك نوع يسمى (الكوميديا الهجائية) والتي تهجم الأفكار والعادات والأخلاق والمؤسسات المختلفة بشكل يتسم بالظرف وخفة الدم، وفيه أيضاً الاستهزاء بالمواقف المختلفة في الحياة بشكل عبثي وبشكل مبالغ فيه (الحره، كوميديا، ٢٠٢٠)، فتركز على السخرية والاستهزاء والتهمك على الشخصيات أو الأفكار أو السلوكيات أو العادات (إسماعيل، دكتور، ٢٠٢٠)، البناء الدرامي وفنون العرض، ٢٠٢٠)، بهدف إضافة البهجة وإضحاك الجمهور، مما تعتبر وسيلة سلبية لتعليم التنمر للمتلقى وخصوصاً الأطفال، وهي ربما تكون لفظية أو جسدية أو عن طريق الإشارة، فكم من الإفيهات أو المواقف التي يتذكرها الطفل من تلك المشاهد الخاصة بتلك الأفلام، فيعيدها أو يعيد صياغتها مرات عدة عن طريق تنمره بزميل أو صديق له، ويرى الباحث أن هناك ممثلين إعتبرهم الجمهور متميزين في تمثيلهم كما أن هناك فئة أخرى من الممثلين من ينطبق عليهم لفظ المتمر عليهم، وهذه بعض الأمثلة من المسرحيات والأفلام المعروفة.

ويقول المثل لسانك حصانك إن صننته صانك وإن هنته هانك، وهناك الحكمة الدارجة إذا كان الكلام من فضة فالسكوت من ذهب (عبدالكافي، دكتور، يناير ٢٠١٢)، وكما يقول الشاعر يعقوب الحمدون:

وقد يرجى لجرح السيف براء ولا براء لما جرح اللسان
جراحات السنن لها التنام ولا يلتام ما جرح اللسان
وجرح السيف تدمله فيبرى ويبقى الدهر ما جرح اللسان (السعيد، ٢٠١٦).

ومن أنواع التنمر اللفظي:

أ. الشتم والسباب: وهو أن يلعن أو يتنازب بالألقاب أو يتفوه الإنسان بألفاظ بذيئة لأخيه الإنسان، ويحدث ذلك عند الغضب، مما يسبب المشاكل الجمة.

ب. الغيبة: مع الأصدقاء والزلاء وبين الأخوة والمعارف البعض يجعلها متعة الجلسة وملح الطعام، فالغيبة ذكر عيوب إنسان غائب.

ج. النميمة: هي نقل الكلام بهدف التوقيع بين الناس.

د. المراء والجدال: ومعناه التقليل من قيمة كلام المتحدث وإظهاره بين الغير بأنه لا يفهم شئ، مما يسبب النزاع، ويُعد نوع من الكبر والتعالى والخطورة.

٢- الإيماءات والإشارات: والغرض من الإيماءات والإشارات في المقام الأول هي السخرية والاستهزاء بالغير والتي تعنى الاستهانة والاحتقار بالآخرين؛ ويتم ذلك بطرق كثيرة منها:

أ- المحاكاة: بمعنى التقليد "التعيب على الغير سواء بالفعل أو بالقول أو بالإشارة أو الإيماءات، فيفهم من هو متواجد بأنه يستهزئ بفلان (دكتور، ع، يناير ٢٠١٢).

ب- التكبير: المتكبر يرى نفسه أفضل من الباقي وأوفر منهم حظاً، ويتعامل من خلال هذا المنطق بأن يتعالى عليهم؛ فهو يتوهم إنه الأسمى، فينظر لهم من أعلى وكأنه على صهوة حصان وهم أصغار القوم، وأنه بالمعنى الدارج (الذي لم تلده ولأده).

٣- التنمر الجسدي: ويشمل العنف والصفع والضرب والطعن والدفع



من فيلم (تحت الترابيزة) لمحمد سعد يخاطب بانع البقسماط قائلاً (بودان كدى اللي سابقة وشك) ويضربه بكف يده.



مشهد من مسرحية (الزعيم) للفنان عادل إمام يقول للممثلة "إنت رمز من رموز البتلو في العالم العربي".



لقطة من فيلم (اللى بالى بالك) محمد سعد يضرب حسن عبد الفتاح وهو ينهره قائلاً "فين يالا الخمستاشر جنيه اللي عليك".



مشهد لمحمد صبحى في مسرحية (أنا والنحلة والدبور) يسخر من الصم والبكم المتجسد في صورة الممثل الذى على يمينه.



لقطة من فيلم (اللى بالى بالك) للفنان محمد سعد يسخر من الطفلة قائلاً لزوجته عندما أخبرته أن الطفلة لسيت إبنتهم "أنا كمان قلت إنت بيضة وأنا أبيض .. إزاي نخلف صباح العجوة دا".



لقطة من فيلم (الرجل الأبيض المتوسط) للفنان أحمد آدم الذى يحضر منشة لقتل الذباب ويضرب بها الممثل محمد عيد وفي النهاية يضعه في حقيبة حاملاً إياه إلى مكان مملوء بالقمامة.

٢. الكاريكاتير الصحى: ويعتنى بالنواحي الطبية وينشط أثناء فترة التطعيمات وانتشار الأمراض (أنظر الشكل رقم ٢).
٣. الكاريكاتير الصناعى: ويركز على عيوب الصناعة بغرض تطوير المنتجات (أنظر الشكل رقم ٣).
٤. الكاريكاتير الزراعى: يهتم بالمحاصيل الزراعية وأزمة حرق القش وتوفير المبيدات الزراعية ومواعيد البذر والحصاد (أنظر الشكل رقم ٤).
٥. الكاريكاتير الرياضى: هو ذلك النوع الذى يركز على أحداث ونتائج المباريات والفوز والهزيمة، وتجده نشط فى أوقات كأس مصر والعالم والأمم الأفريقية والأوروبية والدورى المصرى الممتاز .. وغير ذلك (أنظر الشكل رقم ٥).
٦. الكاريكاتير التعليمى: وهو الذى يركز على المدرسة والجامعة ودور محو الأمية (أنظر الشكل رقم ٦).
٧. الكاريكاتير السياسى: ويهتم بالسياسة الخارجية والداخلية والأحداث الجارية بهدف الإصلاح (أنظر الشكل رقم ٧).
٨. الكاريكاتير العسكرى: يشير للدور الذى يؤديه الجيش من حماية وتوفير الأمان للمواطن (أنظر الشكل رقم ٨).

وعلى خشبة مسرح مصر فى مسرحية (غفير فى بيتى) الفنانة دينا محسن الشهيرة بويزو تقول للفنان على ربيع «يا دكرى» فيرد عليها قائلاً «يا تريلا يا شيفروليه يا دبابه»، وفى نفس المسرحية على ربيع يخاطب الفنان حمدى الميرغنى قائلاً «أول مرة أشوف دبابه مستحمية»، ويعتبر كل هذا من أنواع التندر اللفظى الذى يجتذب الأطفال ومن ثم يمارسونه فيما بينهم.

أنواع الكاريكاتير

الكاريكاتير هو ذلك الفن الذى يهتم بتكبير رأس الكائن الحى عن باقى جسده لأنه أهم جزء فى التعبير هو الرأس، أو يأخذ جزء من الوجه ويكبره عن باقى الأجزاء، فيصغ الشخصيات المرسومة بروح الفكاهة ويظهرها مرحة (Richmond, ٢٠١١)، ويضيف الباحث بأن هناك من يهتم بتكبير الأيدي لأنها تعتبر من العناصر الهامة فى التعبير، وأيضاً بعض الفنانين الذين يبالغون فى طول أو قصر الساقين أو فى ضخامة البطن أو الصدر للتعبير عن حالات معينة، والمادة الخام لفن الكاريكاتير هو الفن التشكلى المعتمد على رسم وتصميم الشخصيات الكاريكاتيرية والتي تظهر إما خطية أو ملونة، وفى الغالب يُطعم الرسم بتعليق؛ ويُعد النوع الأخير أسهل فى إبداعه، وهناك العديد من أنواع الكاريكاتير منها:

١. الكاريكاتير الاجتماعى: وهو يتناول القضايا المعنية بالمجتمع وسير الفنانين.. ألخ (أنظر الشكل رقم ١).



شكل رقم 3



شكل رقم 2



شكل رقم 1



شكل رقم 5



شكل رقم 4



شكل رقم 8، لا للإرهاب تم الإشتراك بها في معرض بانوراما حرب أكتوبر لعام 2019م (رسوم الباحث)



شكل رقم 7، يوضح سرقة بترول العرب تحت نظر منظمة الأوبك (رسوم الباحث)



شكل رقم 6

التي أبدعها مصطفى حسين، والتي تشبه زوجها إلى حد كبير «أنظر الشكل رقم 9»، فما كان من مصطفى حسين إلا إنه هدى من إنفعالها شارحاً لها إنه لم يرى زوجها زوجها قط وأنه إستوحى شخصية كمبورة من شكل الممثل محمد شوقي (اليوم»، 2021).

ويستعين فنان الكاريكاتير ببعض الأدوات والخامات لإنجاز أفكاره الكاريكاتيرية مثل: أقلام الرصاص المتبائنة الدرجات، وأقلام خشب ملونة، وأقلام تحبير متنوعة الأحجام، وبراية، وأستيكة، وورق، ومسطرة، هذا إن كان الفنان يعمل بالأسلوب اليدوي (Hamernik, 2006)، ، وحالياً تم إستبدال كل هذه الأدوات بالتطبيقات الجرافيقية الرقمية وما تحويه من أدوات وخامات كثيرة، وذلك لكونها وسيلة أسهل وأسرع وأنظف؛ مما يتيح للفنان التعديل بالإضافة والحذف، والتطبيقات الرقمية الجرافيقية كثيرة نذكر منها:

(Adobe Photoshop, Krita, Sketch book, Corel Painter,) (Adobe Illustrator, Corel Draw) وغيرها الكثير.



شكل رقم 9

وهي نائرة تشتكى له تنمر زملاء العمل عليها؛ بسبب شخصية كمبورة

العلاقة بين فن الكاريكاتير وظاهرة التنمر عند الأطفال

يجمع رسام الكاريكاتير الجيد بين موهبتين غاية في الأهمية وهما الإتقان التام للرسم والذي يتجسد في «الفن التشكيلي»، والكم هائل من الثقافة والمعلومات، والذي يُعرف «بالأدب والصحافة»، ومن المؤكد أن المادة الخام لفنان الكاريكاتير هو السخرية بهدف الإصلاح، ومن الجدير بالذكر أن السخرية هي أحد روافد التنمر، وفي هذا الصدد يقص فنان الكاريكاتير بجريدة أخبار اليوم «أحمد عبد النعيم»، قائلاً حضرت إحدى السيدات إلى مكتب فنان الكاريكاتير مصطفى حسين وهي نائرة تشتكى له تنمر زملاء العمل عليها؛ بسبب شخصية كمبورة

عرض وتحليل الملصق الإعلاني الرئيسي:

هو ملصق المعرض الخاص بالباحث تحت عنوان (أنا ضد التنمر)، يضم الملصق أربعة عشر شخصية ساخرة محببة للطفل «أنظر الشكل ١٠»، وهي تردد عبارة (أنا ضد التنمر- التنمر يُفقد الثقة بالنفس)، تم الأخذ في الاعتبار أسس تصميم الملصق الإعلاني من حيث توزيع العناصر والكتل وتوزيع الكتابات والجمل والعلاقات اللونية وحركة عين المتلقي وما إلى ذلك من الأمور الخاصة بالتصميم «تصميم ورسوم ال باحث».

شخصية كراكاز: تم إطلاق إسم (كراكاز) على هذه الشخصية لأنها تعبر عن السخرية وأيضاً لقربها من مصطلح (كاريكاتير) «أنظر الشكل رقم ١١»، والهدف منها إلقاء النصيحة والاعتراض على مواقف التنمر الموجودة في كل ملصق إعلاني عن طريق ترديدها لعبارة (أنا ضد التنمر- التنمر يُفقد الثقة بالنفس) وأيضاً لربط مجموعة الملصقات بعضها ببعض «تصميم ورسوم الباحث».

ومن خلال ماتقدم ولتأكيد الجانب التطبيقي أُقيم معرض خاص بالباحث بقاعة الفنون بمركز الإبداع طلعت حرب الثقافي التابع لصندوق التنمية الثقافية - وزارة الثقافة - وذلك يوم السبت الموافق ٢٠٢٠/١٢/٢٦ الساعة ٦ مساءً - إفتحه «أ.د/فتحي عبد الوهاب - رئيس صندوق التنمية بوزارة الثقافة»، «أ.د/ منى أبو طبل - عميد كلية الفنون التطبيقية - جامعة ٦ أكتوبر»، (ضم المعرض ستة عشر ملصق إعلاني - مقاس الملصق ٧٠×١٠٠سم، من تصميم ورسوم الباحث)، استعان الباحث بالتطبيق الرقمي Krita وهو من التطبيقات الرقمية المعتمدة على النقاط المترابطة في البوصة Raster، وتطبيق Adobe Illustrator وهو الهندسية المعتمد في بناؤه على المعادلات الرياضية والأشكال الهندسية Vector، وتم إخراج كافة الملصقات من خلال التطبيق الرقمي Adobe In-Design، وقد تم ذلك من خلال القلم الإلكتروني واللوحة الإلكترونية من نوع Huion لإنجاز التصميم.

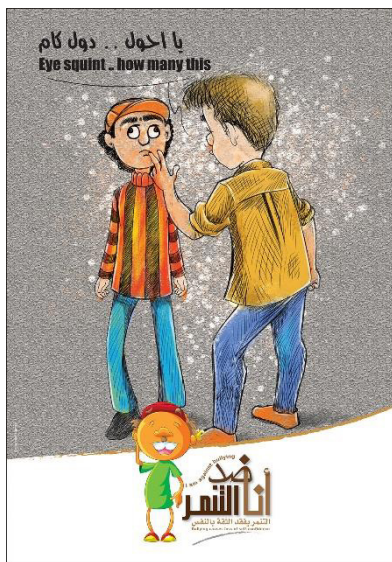


شكل رقم ١٠

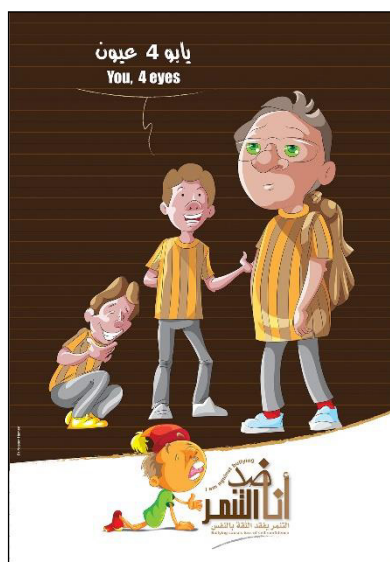


شكل رقم 11

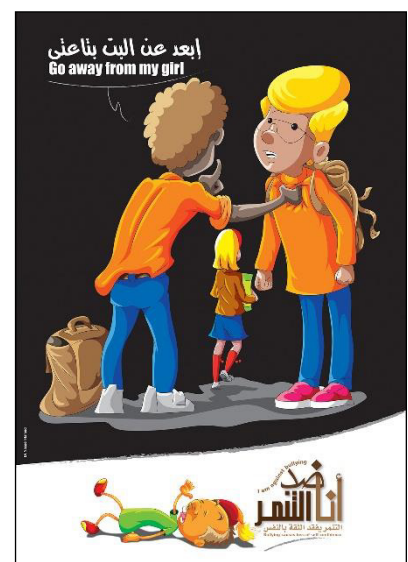
الملصقات الإعلانية الخاصة بمعرض (أنا ضد التنمر) "تصميم ورسوم الباحث"



الملصق الإعلاني الثالث (شكل رقم 14)



الملصق الإعلاني الثاني (شكل رقم 13)



الملصق الإعلاني الأول (شكل رقم 12)

عرض وتحليل الملصق الإعلاني الأول (شكل رقم 12):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التنمر	التعبير عن العنف (بالتهديد والوعيد) بقول المتممر (إبعد عن البت بتاعتى) والتطاول بالأيدى عن طريق

		مسك ملابس الضحية بإسلوب مسيء، فيتسبب فيجرح مشاعر المتتمر عليه ويخلق العداء والمشاكل.
2	الطفل المتتمر	ملابسه غير مرتبة دلالة على إنه طالب مستهتر، يهتم بالجنس الآخر فقط.
3	الطفل المتتمر عليه	يكسو مظهره الأناقة ويعلو وجهه وداعة وإستغراب لما يحدث.
4	الخلفية	جاءت الخلفية بلون محايد (الأسود) مما أدى إلى تحقيق التباين المنشود في العناصر والشخصيات التي تعلوها.
5	الخطوط	الخطوط ذات تخانات واحدة وبلون أسود.
6	الاتزان	تحقق الإتزان في كل أرجاء مساحة التصميم وذلك بتضافر ثقل جملة التهديد وشنطة المتتمر يسار التصميم مع ثقل المتتمر عليه في اليمين.
6	الألوان	توحيد لون الزي أدى إلى عدم تشتت نظر المتلقي للملصق، فجميع القمصان بلون واحد وأيضاً السواويل (البنطلون).
8	المنظور	تحقق المنظور الهندسى وذلك من خلال تكبير شخصية المتتمر والمتتمر عليه لأنهما في مقدمة الكادر، ومن ثم فى الخلفية وبحجم اقل بكثير أضيفت طالبة وهى سبب مشكلة التتمر.
9	شخصية كاراكاز	من شدة الضحك رقد على ظهره مردداً عبارة (أنا ضد التتمر - التتمر يُفقد الثقة بالنفس).

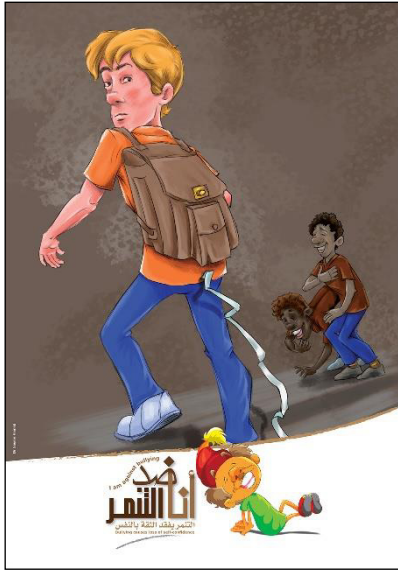
عرض وتحليل الملصق الإعلاني الثاني (شكل رقم 13):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التتمر	إصدار لفظ سيئ من خلال كلمة (يا أبو أربعة عيون)، مما يؤدي إلى جرح مشاعر المتتمر عليه ويخلق العداء والمشاكل.
2	الأطفال المتتمرة	أحدهما غلب عليه الضحك فجلس على الأرض من جراء ما قاله زميله من تعليق.
3	الطفل المتتمر عليه	يبدووا عليه السكون والرزينة، فهو غير آبه لما يفعلون أو يقولون.
4	الخلفية	لون الأرضية بنى غامق وتم تسطيحها بخطوط نحيفة بلون برتقالي فأعطت إحياء أنها ورقة كراسية، وبرغم تحقيق التباين بينها وبين العناصر الأخرى إلا إن الإنسجام توافر، ربما لأن الشخصيات بها ألوان برتقالية وبنية أيضاً.
5	الخطوط	الخطوط منظمة ومرتبطة ولها تخانات موحدة وبألوان سوداء.
6	الاتزان	لكون الطلاب الثلاث في وضع هرمي، فالثقل متحقق في الناحية اليمنى (للطالب المرتدى نظارة) ولكن جاءت كلمة (يا أبو أربعة عيون) وحدث الاتزان المنشود
7	الألوان	الألوان الساخنة طغت على ألوان التصميم..

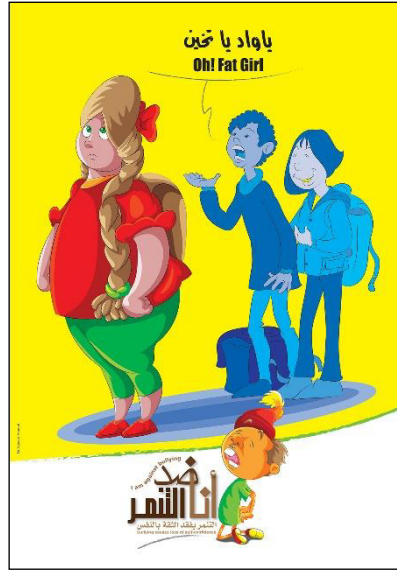
8	المنظور	تم المنظور من خلال وضع الشخصيات الثلاث في مستويات متعددة وكأنهم فوق درجات سلم، وفي نفس الوقت تم تكبير شخصية المتتمر عليه لأنه يعتبر في مقدمة الكادر.
9	شخصية كاراكاز	يصرخ بعبارة (أنا ضد التتمر - التتمر يُفقد الثقة بالنفس)، حتى إنه وقع على الأرض من شدة الصرخة

عرض وتحليل الملصق الإعلاني الثالث (شكل رقم 14):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التتمر	لغة الإشارة باليد مع التقوى بالألفاظ النابية من خلال كلمة يا أحول .. كم هؤلاء، والتي تؤدي إلى الاستفزاز وخلق العداة.
2	الطفل المتتمر	تم تصميم بلامح مستهترّة وإن بدت غير ظاهرة الوجه ولكن تشمير كم القميص وفتحه، ووقفته غير المعتدلة وإقدامه على خلق المشاكل أدى إلى كونه غير ملتزم.
3	الطفل المتتمر عليه	يبدو ضعيف ونحيل الجسم، وهؤلاء الأطفال للأسف يكونوا عرضة للتتمر عليهم بين أقرانهم.
4	الخلفية	تم استخدام لون محايد للخلفية وهو اللون الرمادي مطعمة بلمس خفيف يعطى إيحاء بالحائط الخشن (مطرطش) تعلوها قليل من الانفجارات باللون الأبيض للدلالة على هول الموقف وللمساعدة على تواجد تباين أكثر بين الخلفية وما فوقها من عناصر.
5	الخطوط	الخطوط غلبت عليها العفوية، فجاءت بأسلوب الاسكتش Sketch والتهشير السريع Hatching بهدف إيضاح تلك النوعيات من الرسم في فن الكاريكاتير من كونها متواجدة في أساليب بعض رسامي الكاريكاتير.
6	الاتزان	تحقق الإتزان لكون كل العناصر أخذت الثلث الأوسط في المساحة.
7	الألوان	التباين اللوني هو المسيطر في الرسم والتصميم ويتضح ذلك في الملابس وعلاقتها ببعضها ببعض والأرضية ذات اللون الرمادي المحايد مما أدى إلى وضوح العناصر.
8	شخصية كاراكاز	يقف مبتسماً إبتساماً التعجب مردداً عبارة (أنا ضد التتمر - التتمر يُفقد الثقة بالنفس)، ومن خلال شخصية كاراكاز تم الربط بين الأرضية البيضاء والرمادي.



الملصق الإعلاني الخامس (شكل رقم 17)



الملصق الإعلاني الخامس (شكل رقم 16)



الملصق الإعلاني الرابع (شكل رقم 15)

عرض وتحليل الملصق الإعلاني الرابع (شكل رقم 15):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التمر	إستخدام لغة الإشارة باليد دليل على الوعيد مع البصق واستعمال الألفاظ النابية من خلال كلمة يا سوداء...، فيؤدى كل هذا إلى خلق العداة وربما الاشتباك بالأيدي وتبادل السباب والشتماء.
2	الطفلة المتمترمة	تم تصميمها بلامح جميلة وبشرة بيضاء ولكنها تعتمد العنصرية في سلوكها ضد الطالبة السمراء.
3	الطفلة المتمتر عليها	تفاجئت الطفلة السمراء بالبصق عليها مما أدى إلى تراجعها للخلف واستنكارها لما يحدث من زميلاتها البيضاء، ويتضح هذا من خلال ملامح الوجه التي رُسمت علي ملامحه علامات التعجب.
4	الخلفية	تم الاستعانة بطالبتين باللون الرمادي الغامق مع الاخذ في الاعتبار عدم ظهور ملامحهم في وضع إستنكار ما يحدث، كما استخدم لون محايد للخلفية وهو اللون الرمادي يعلوها سحب باللون الأبيض غير مستقرة للدلالة عدم الرضى عما يحدث وللمساعدة على تواجد تباين أكثر بين الخلفية وما فوقها من عناصر.
5	الخطوط	الخطوط غلبت عليها العفوية، فجاءت بأسلوب الاسكتش Sketch والتشهير السريع Hatching بهدف إيضاح تلك النوعيات من الرسم في فن الكاريكاتير من كونها متواجدة في أساليب بعض رسامي الكاريكاتير.
6	الإنتران	تحقق الإنتران لكون الطالبتين التي تعلقو الخلفية الرمادي أخذت ثلثي المساحة.
7	الألوان	التباين اللوني هو المسيطر في الرسم والتصميم ويتضح ذلك في ألوان البشرة والشعر لكل شخصية.
8	المنظور	جاء المنظور الهندسى ناجح من خلال تصغير شخصيات الطالبتان اللتان فى الخلفية بحجم اقل بكثير من حجم الطالبتان المتمتر عليه، وأكد ذلك المنظور الهوائى الذى يتجلى فى أقول الطالبان المتمتران عن طريق

		اللون وعلاقتها بالخلفية، مما أدى إلى وقوع عين المتلقي على الحجم الأكبر وهي الضحية.
9	شخصية كاراكاز	يقف مبتسماً إبتسامة التعجب مردداً عبارة (أنا ضد التمر - التمر يُفقد الثقة بالنفس)، ومن خلال هذه الشخصية تم الربط بين الأرضية البيضاء والرمادي..

عرض وتحليل الملصق الإعلاني الخامس (شكل رقم 16):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التمر	إستخدام الألفاظ النابية من خلال كلمة يا واد ياتخين، مما يؤدي إلى ترك أثر سيء لدى المتمتم عليه من خلال العزلة والاكنتاب.
2	الأطفال المتمتمون	طالبة تلوهم ملامح العداة والشماتة وطالب منفذ ما طلبته صديقه الحقودة من تتمر على زميلتها الممتلئة.
3	الطفلة المتمتم عليها	وقفت الطفلة في مكانها ثابتة يعلو وجهها علامات التعجب من اللفظ الذي ألقى عليها.
4	الخلفية	تم استخدام اللون الأصفر لإظهار باقى العناصر عليه بشكل جلي.
5	الخطوط	الخطوط منمقة وذات تخانات موحدة وهي تُمارس في أساليب بعض رسامى الكاريكاتير.
6	الأتزان	تحقق الإتزان لكون الطالبتين اللتان بلون درجات الأزرق لهما ثقل متوازن مع الطالبة البتلة (المتمتم عليها) مما أدى إلى إيجاد التوازن في التصميم.
7	الألوان	ركز الباحث على الاستحواذ على نظر المتلقى من خلال الاهتمام بلون الطالبة المتمتم عليها وتراجع الطلاب المتمتمون وصبغهم بألوان درجات الأزرق المعروف بأنه من الألوان ذات الطول الموجى القصير.
8	المنظور	جاء المنظور الهندسى ناجح من خلال تصغير شخصيات الطالب والطالبة المتمتمان بحجم اقل بكثير من حجم الطالبة المتمتم عليها، مما أدى إلى وقوع عين المتلقى على الحجم الأكبر وهي الضحية.
9	شخصية كاراكاز	يجثو على ركبتيه صارخاً صرخة مدوية بعبارة (أنا ضد التمر - التمر يُفقد الثقة بالنفس)، ومن خلال هذه الشخصية تم الربط بين الأرضية البيضاء والرمادي..

عرض وتحليل الملصق الإعلاني السادس (شكل رقم 17):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التمر	إستعمال فعل مؤذى للمشاعر (وضع ذيل ورقى للضحية).
2	الأطفال المتمتمون	طالبان يسخران من زميل لهم فى المدرسة يتحلون بالسخرية المفرطة.
3	الطفل المتمتم عليه	يتضح من مظهره بأنه ملتزم وهو لم يعرف ما يحمله خلفه إلا الحقيقية
4	الخلفية	استخدام اللون البنى المائل للرمادي.

5	الخطوط	الخطوط منمقة وذات تخانات موحدة وهي تُمارس في أساليب بعض رسامي الكاريكاتير .
6	الانتران	تحقق الإتران لكون الطالبين اللذان في الخلفية جاءوا بلون قريب للون درجات الأرضية ولهما ثقل متوازن مع الطالب البطل (المتتمر عليها) مما أدى إلى إيجاد التوازن في التصميم.
7	الألوان	الاستحواذ على نظر المتلقى من خلال الاهتمام بلون الطالب المتتمر عليه وتراجع الطلاب المتتمردون وصبغهم بألوان درجات الأرضية.
8	المنظور	جاء المنظور الهندسي ناجح من خلال تصغير شخصيات الطالبان المتتمران بحجم اقل بكثير من حجم الطالب المتتمر عليه، وأكد ذلك المنظور الهوائي الذي يتجلى في أقول الطالبان المتتمران عن طريق اللون وعلاقتها بالخلفية، مما أدى إلى وقوع عين المتلقى على الحجم الأكبر وهي الضحية.
9	شخصية كاركاز	لايستطيع التماسك من كثرة الضحك، فيجلس على الأرض مردداً عبارة (أنا ضد التتمر - التتمر يُفقد الثقة بالنفس).

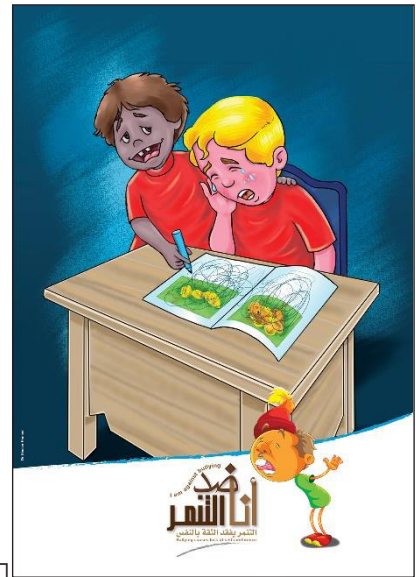
□



الملصق الإعلاني التاسع (شكل رقم 20)



الملصق الإعلاني الثامن (شكل رقم 19)



الملصق الإعلاني السابع (شكل رقم 18)

□

□

□

عرض وتحليل الملصق الإعلاني السابع (شكل رقم 18):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التتم	إستعمال فعل مؤذى (شخبطة على أوراق الضحية)، مما أدى إلى بكاء المتمر عليه.
2	الطفل المتمر	تلميذ يرتسم على وجهه علامات المكر وذلك لكونه يغيب الطفل الضحية ولا يرحمه رغم بكاء الضحية.
3	الطفل المتمر عليه	يبدوا على مظهره الأدب.
4	الخلفية	إستعمال اللون الأزرق بدرجاته مما حقق التباين فى التصميم.
5	الخطوط	بتخانة واحدة ولون واحد للشخصيات، أما المكتب فلون خطوطه بيضاء.
6	الإنتران	تحقق الإنتران لكون كتلة المكتب أكبر من كتلة التلميذين.
6	الألوان	من خلال اللون تم تمييز الشخصيات.
8	المنظور	المنظور الهندسى يكاد لا يُذكر وذلك لأن الشخصيات فى حجم واحد ومستوى واحد ولكن يتقدم الطفل المتمر عليه قليلاً عن الطفل المتمر ويلاحظ ذلك فى كبر حجمه قليلاً.
9	شخصية كاراكاز	يقف صارخاً مردداً عبارة (أنا ضد التتم - التتم يُفقد الثقة بالنفس)، ومن خلال هذه الشخصية تم الربط بين فكرة الكاريكاتير والمساحة البيضاء.

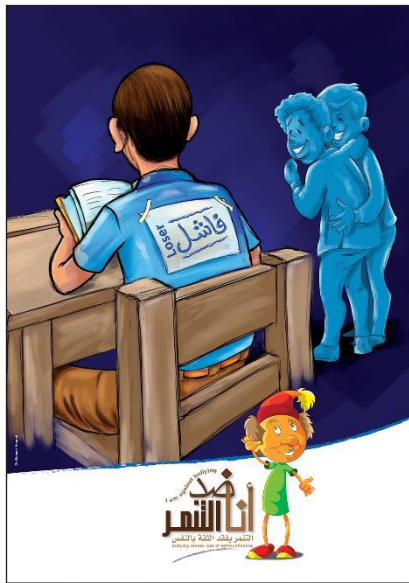
عرض وتحليل الملصق الإعلاني الثامن (شكل رقم 19):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التتم	إليكترونى من خلال إرسال المتمر رسالة يخبر فيها الضحية أنه تم السطو على صفحة الفيس بوك الخاصة به.
2	الطفل المتمر	هو فى مؤخرة الكادر ويكاد يكون من ألوان الخلفية.
3	الطفل المتمر عليه	هو البطل والمصدر لفكرة الإعلان، فىأخذ مساحة كبيرة من التصميم وتقع عليه عين المتلقى بسهولة.
4	الخلفية	جاءت باللون الرمادى المحايد به ملمس بارز وإضاءة باللون الأبيض ويهدف لإظهار باقى العناصر عليه بشكل جلي.
5	الخطوط	تعتمد الخطوط على التهشير وظهرت منفذة بشكل سريع.
6	الإنتران	تحقق الإنتران من خلال كتلة وجه الضحية التى تتناسب مع كتلة يده وجهاز التابلت.
7	الألوان	إستعمل الباحث اللون الساخن (البني) لبشرة الضحية فى مقدمة الكادر وهو ذو طول موجى عالى، أما فى العناصر الأخرى فاستخدم الألوان الباردة ذات الطول الموجى القصير

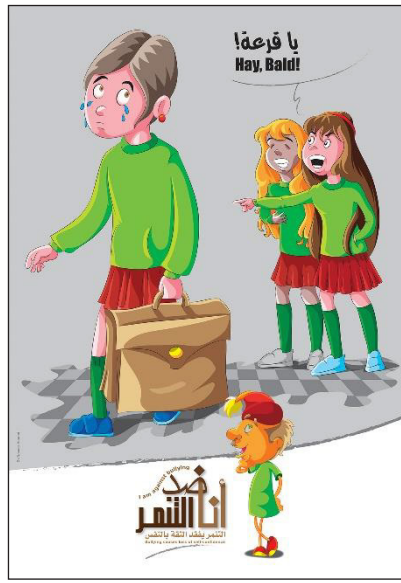
8	المنظور	تحقق المنظور الهندسى من خلال تصغير شخصية الطالب المتمتم بحجم اقل بكثير من حجم الطالب المتمتم عليه الذى ظهر بشكل جلى فى مقدمة الكادر، وأكد ذلك المنظور الهوائى الذى يتجلى فى أفول الطالب المتمتم عن طريق اللون وعلاقته المنسجمة بالخلفية، مما أدى إلى وقوع عين المتلقى على الحجم الأكبر وهو الضحية.
9	شخصية كاراكاز	منتصب القامة صارخاً بعبارة (أنا ضد التتمر - التتمر يُفقد الثقة بالنفس)، ومن خلال هذه الشخصية تم الربط بين فكرة الكاريكاتير والمساحة البيضاء.

عرض وتحليل الملصق الإعلاني التاسع (شكل رقم 20):

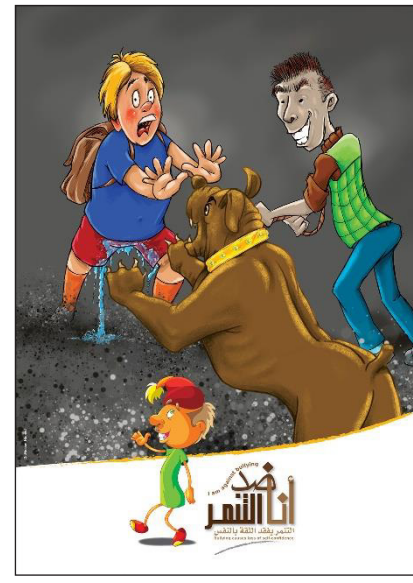
م	العنصر	التحليل
1	نوع التتمر	إستخدام الألفاظ النابية من خلال كلمة يا واد يا أوزعا، مما يؤدي إلى ترك أثر سئ لدى المتمتم عليه من خلال العزلة والاكنتاب.
2	الأطفال المتمتمون	طالبة تلوهم ملامح العداة والشماتة وطالب منفذ ماطلبته صديقه الحقودة من تتمر على زميلتها الممتلئة.
3	الطفلة المتمتم عليها	وقفت الطفلة في مكانها ثابتة يعلو وجهها علامات التعجب من اللفظ الذى ألقى عليها.
4	الخلفية	تم استخدام اللون الأصفر لإظهار باقى العناصر عليه بشكل جلي.
5	الخطوط	الخطوط منمقة وذات تخانات موحدة وهى تُمارس في أساليب بعض رسامى الكاريكاتير.
6	الأتزان	تحقق الإتزان لكون الطالبتين اللتان بلون درجات الأزرق لهما ثقل متوازن مع الطالبة البتلة (المتمتم عليها) مما أدى إلى إيجاد التوازن في التصميم.
7	الألوان	ركز الباحث على الاستحواذ على نظر المتلقى من خلال الاهتمام بلون الطالبة المتمتم عليها وتراجع الطلاب المتمتمون وصبغهم بألوان درجات الأزرق المعروف بأنه من الألوان ذات الطول الموجى القصير.
8	المنظور	يتضح المنظور فى تصغير أقدام الطفل الواقع على الأرض (المتمتم عليه) بالقياس لوجهه القريب منا كمتلقين للرسالة الاعلانية.
9	شخصية كاراكاز	يجلس على الأرض فلا يستطيع التماسك من كثرة الضحك، مردداً عبارة (أنا ضد التتمر - التتمر يُفقد الثقة بالنفس).



الملصق الإعلاني الثاني عشر (شكل رقم 23)



الملصق إعلاني الحادي عشر (شكل رقم 22)



الملصق الإعلاني العاشر (شكل رقم 21)

عرض وتحليل الملصق الإعلاني العاشر (شكل رقم 21):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التمر	تتم من نوع الإرهاب (الرعب)، ولا وجود لتعليق في الكاريكاتير لأن الفكرة تشرح نفسها.
2	الطفل المتمتم	له ملامح شريرة يعلو وجهه ابتسامة صفراء وكله سعادة بما يسببه من رعب، يصاحبه كلب من نوع Pedbull وهي سلالة شرسة.
3	الطفل المتمتم عليه	بوجه مرسوم عليه البراءة والرعب؛ لم يستطع الطفل أن يتحكم في نفسه، فتبول في ملابسه من شدة الخوف.
4	الخلفية	تم استخدام اللون الرمادي الداكن لإظهار باقي العناصر عليه بشكل جلي.
5	الخطوط	الخطوط منمقة وذات تخانات موحدة وبلون أسود.
6	الأتزان	تحقق الإتزان في جميع الأركان وذلك لأن المتمتم عليه له كتلة وثقل أكبر من المتمتم ولكن جسد الكلب جاء ليضبط الثقل في صالح المتمتم وفي نفس الوقت في التصميم ككل.
7	الألوان	ألوان الطفل المتمتم عليه جاءت الأوضح في التصميم لأن بها تعبيرات ومعاني كثيرة حاول الباحث التركيز عليها وهي الرعب الذي حدث له، ويعتبر هو أول نقاط تحرك عين المتلقى.
8	المنظور	جاء المنظور ناجح من خلال تقدم جسم الكلب في واجهة التصميم وتأخر باقي الشخصيات.
9	شخصية كاركاز	إنسحبت الشخصية تاركة ما يحدث وكله أسف مردداً عبارة (أنا ضد التمر - التمر يُفقد الثقة بالنفس)، ومن خلال هذه الشخصية تم الربط بين الأرضية البيضاء والكاريكاتير.

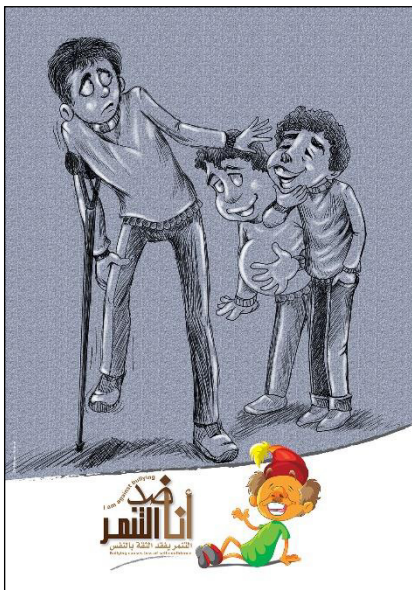
عرض وتحليل الملصق الإعلاني الحادي عشر (شكل رقم 22):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التتم	إستخدام الألفاظ النابية من خلال كلمة يا قرعة، مما يؤدي إلى ترك أثر سئ لدى المتتمر عليه من خلال العزلة والاكنتاب.
2	الأطفال المتتمرون	طالبان يضحكون، إحداهما تتقوه باللفظ السابق.
3	الطفلة المتتمر عليها	تتأخر في مشيتها وكأنها تجر سيقانها وهي متأثرة لدرجة بكائها للدرجة التي تجعلها غير قادرة على حمل حقيبتها.
4	الخلفية	تم استخدام اللون الرمادي كلون محايد بهدف عمل ربط وإظهار باقي العناصر عليه بشكل جلي.
5	الخطوط	الخطوط منمقة وذات تخانات موحدة وهي تُمارس في أساليب بعض رسامي الكاريكاتير.
6	الانتران	تحقق الإتران لكون الطالبتين المتتمرتان لهما كتلة مساوية لشخصية الطالبة المتتمرة مما أدى إلى إيجاد التوازن في التصميم.
7	الألوان	لم يركز الباحث على تركيز نظر المتلقى عن طريق اللون لأن كل الشخصيات لهم نفس الألوان ولكن كان التركيز من خلال الأحجام التي كانت تصدره المتتمر عليها.
8	المنظور	جاء المنظور ناجح من خلال تصغير شخصيات الطالبتان المتتمرتان بحجم اقل من الطالبة المتتمر عليها مما أدى إلى وقوع عين المتلقى على الحجم الأكبر وهي الضحية.
9	شخصية كاراكاز	يقف متعجباً في وقفة الزاهد المتأمل لما يحدث ووضعاً يده اليمنى على ذقنه دليلاً على التكفير مردداً عبارة (أنا ضد التتم - التتمر يُفقد الثقة بالنفس)، ومن خلال هذه الشخصية تم الربط بين الأرضية البيضاء والرمادي..

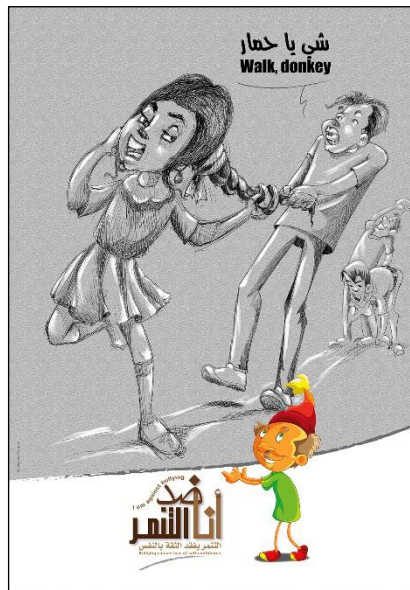
عرض وتحليل الملصق الإعلاني الثاني عشر (شكل رقم 23):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التتم	إستخدام الألفاظ النابية من خلال كلمة يا واد ياتخين، مما يؤدي إلى ترك أثر سئ لدى المتتمر عليه من خلال العزلة والاكنتاب.
2	الأطفال المتتمرون	طالبة تلوهم ملامح العدا والشماتة وطالب منفذ ماطلته صديقته الحقودة من تتمر على زميلتها الممتلئة.
3	الطفلة المتتمر عليها	وقفت الطفلة في مكانها ثابتة يعلو وجهها علامات التعجب من اللفظ الذي ألقى عليها.
4	الخلفية	تم استخدام اللون الأصفر لإظهار باقي العناصر عليه بشكل جلي.
5	الخطوط	الخطوط منمقة وذات تخانات موحدة وهي تُمارس في أساليب بعض رسامي الكاريكاتير.

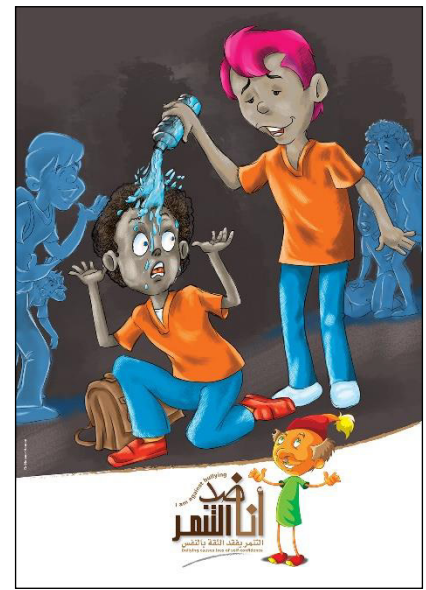
6	الاتزان	تحقق الإتزان لكون الطالبين اللذان لهما لون درجات الأزرق ولهما ثقل متوازن مع الطالب (المتتمر عليه) مما أدى إلى إيجاد التوازن في التصميم.
7	الألوان	ركز الباحث على الاستحواذ على نظر المتلقي من خلال الاهتمام بلون الطالبة المتتمر عليها وتراجع الطلاب المتتمرون وصبغهم بألوان درجات الأزرق المعروف بأنه من الألوان ذات الطول الموجي القصير.
8	المنظور	تحقق من خلال تصغير شخصيات الطالبان المتتمران بحجم اقل من حجم الطالب المتتمر عليه، وأكد ذلك المنظور الهوائي الذي يتجلى في أفول الطالبان المتتمران عن طريق اللون وعلاقتها بالخلفية، مما أدى إلى وقوع عين المتلقي على الحجم الأكبر وهي الضحية.
9	شخصية كاراكاز	يقف مبتسماً إبتساماً التعجب مردداً عبارة (أنا ضد التتمر - التتمر يُفقد الثقة بالنفس)، ومن خلال هذه الشخصية تم الربط بين الأرضية البيضاء والرمادي..



الملصق إعلاني الخامس عشر (شكل رقم 26)



الملصق الإعلاني الرابع عشر (شكل رقم 25)



الملصق إعلاني الثالث عشر (شكل رقم 24)

عرض وتحليل الملصق الإعلاني الثالث عشر (شكل رقم 24):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التتمر	استخدم الكاريكاتير في هذا الملصق الإعلاني الفعل المعادي، مما يؤدي إلى ترك أثر سئ لدى الضحية.
2	الأطفال المتتمرون	طالب يكسو ملامح وجهه السخرية العداء بسكبه الماء على زميله.
3	الطفل المتتمر عليه	يقع الطفل على الأرض مما يساعد المعتدى من النيل منه، ويعلو وجهه علامات التعجب.
4	الخلفية	تم استخدام اللون الأسود لإظهار باقي العناصر عليه بشكل جلي.

5	الخطوط	الخطوط ذات تخانات موحدة
6	الاتزان	تحقق الإتزان لكون الطالبين يسيطر عليهم لون ساخن.
7	الألوان	ركز الباحث على الاستحواذ على نظر المتلقي من خلال الاهتمام بسيطرة اللون البرتقالي المعروف بأنه من الألوان ذات الطول الموجي الطويل لأنه ينتمي إلى اللون الأحمر.
8	المنظور	يتجلى المنظور الهندسي في لون الشخصيات التي ظهرت بعيدة وأقل من شخصيات المقدمة.
9	شخصية كاراتا	يقف مبتسماً إبتسامة التعجب مردداً عبارة (أنا ضد التتمر- التتمر يُفقد الثقة بالنفس)، ومن خلال هذه الشخصية تم الربط بين الأرضية البيضاء والرمادي..

عرض وتحليل الملصق الإعلاني الرابع عشر (شكل رقم 25):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التتمر	إستخدام الألفاظ النابية من خلال كلمة شى يا حمار، مما يؤدي إلى ترك أثر سئ لدى المتتمر عليها.
2	الأطفال المتتمرون	طالب تعلوا ملامحه العدا وبعض أصدقاؤه يضحكون لما يحدث لزميلتهم.
3	الطفلة المتتمر عليها	تصرخ الطفلة مستغيثة ثابتة ولكن دون جدوى.
4	الخلفية	يظهر في الخلفية شخصيتان لطلاب سعادة لما يحدث وهناك إبحاء بأن الكل يقف على أرض غير مستوية.
5	الخطوط	الخطوط بأسلوب التهشير وهي تُمارس في أساليب بعض رسامي الكاريكاتير.
6	الاتزان	تحقق الإتزان لكون الطالبة في المقدمة والطالب المتتمر يأتي أقل منها في الحجم مما أدى إلى إيجاد التوازن في التصميم.
7	الألوان	الأعلان يأتي بلون موحد وهو اللون الرمادي وإضافة بعض المساحات البيضاء كإضاءة.
8	المنظور	جاء المنظور الهندسي ناجح من خلال تصغير شخصيات الطالبان المتتمران بحجم اقل بكثير من حجم الطالبة المتتمر عليه وصديقهم المتتمر.
9	شخصية كاراتا	يقف مبتسماً إبتسامة التعجب مردداً عبارة (أنا ضد التتمر- التتمر يُفقد الثقة بالنفس)، ومن خلال هذه الشخصية تم الربط بين الأرضية البيضاء والرمادي..

عرض وتحليل الملصق الإعلاني الخامس عشر (شكل رقم 26):

م	العنصر	التحليل
1	نوع التتمر	إستخدام الإعلان الإبحاءات الصادرة من المتتمرين من خلال الضحك، مما يؤدي إلى ترك أثر سئ لدى المتتمر عليه.

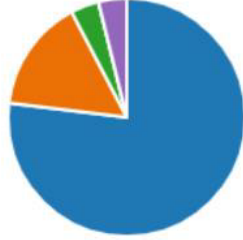
2	الأطفال المتمرون	طالبان تعلوا ملامحهم السخرية من زميلهم المصاب بمرض شلل الأطفال.
3	الطفل المتمر عليه	متأثر لما يراه من المتمرين.
4	الخلفية	يظهر في الخلفية شخصيتان لطلاب سعداء لما يحدث وهم في مستوى مختلف عن شخصية المتمر عليه وبحجم أقل منه أيضاً.
5	الخطوط	الخطوط بأسلوب التهشير وهي تُمارس في أساليب بعض رسامي الكاريكاتير .
6	الاتزان	تحقق الإتزان لكون الطالب المتمر عليه يظهر بحجم أكبر لكونه في مقدمة الكادر وفي نفس الوقت كتلته تساوى مجموع الطلاب المتمرين، مما أدى إلى إيجاد التوازن في التصميم.
7	الألوان	الأعلان يأتي بلون موحد وهو اللون الرمادي وإضافة بعض المساحات البيضاء كإضاءة.
8	المنظور	جاء المنظور الهندسي ناجح من خلال تصغير الطالبان المتمران بحجم أقل من حجم الطالب المتمر عليه.
9	شخصية كاراكاز	يقف مبتسماً إبتسامة التعجب مردداً عبارة (أنا ضد التمر- التمر يُفقد الثقة بالنفس)، ومن خلال هذه الشخصية تم الربط بين الأرضية البيضاء والرمادي..

ملحوظة: في تصميم جميع المصقات الإعلانية عملنا على إتباع طريقة الثلث والثلثين في تقسيم المساحة الكلية، وهذا واضح في المساحة المطروحة لفكرة الكاريكاتير والتي إستحوذت على موضوع (التمر)؛ وأخذت "ثلثي مساحة التصميم"، أما الأرضية البيضاء إحتوت على "الثلث الباقي من مساحة التصميم" والتي ترمز إلى الطهارة والنقاء ورفض الموقف المطروح ككل وضمت الشخصية المعترضة على الموقف بإسلوب ساخر.

* تم تصميم وعرض إستبانة مكونة من 22 سؤال على 26 تلميذ بأعمار 12 إلى 15 عام، وكانت الخمسة أسئلة الأولى تتأرجح بين ذكر الإسم والسنة والمدرسة والمحافظه والصف الدراسي، وكانت نتيجة الاستبانة كالتالي:

ID	Start time	Completion time	Email	Name	الاسم	الصف	المدرسة	المحافظة	الصف الدراسي	موقع إجدا
2	1/28/21 15:04:56	1/28/21 15:10:46	anonymous	12 أماني محمود	12	الجزيرة	2021 البيان الخاصة	البحر	موقع إجدا	
3	1/28/21 16:06:44	1/28/21 16:10:20	anonymous	10 عبدالله محمد	10	مهم	مهم	مهم	مهم	
4	1/29/21 0:14:03	1/29/21 0:16:37	anonymous	13 محمد شاهين	13	حلاون	الأورمان	الأورمان	موقع إجدا	
5	1/29/21 0:27:55	1/29/21 0:39:02	anonymous	12 عاصم وليد عاصم غلاي	12	القاهرة	العلماء الخاصة	القاهرة	موقع إجدا	
6	1/29/21 11:39:35	1/29/21 11:51:22	anonymous	12 زينة الشرف زعلوك	12	دمياط	اللغات الرسمية الجديدة	دمياط	موقع إجدا	
7	1/30/21 16:37:25	1/30/21 16:45:14	anonymous	15 سما وسام	15	القاهرة	المنارة	القاهرة	موقع إجدا	
8	1/30/21 19:43:23	1/30/21 19:55:28	anonymous	13 بهند شعيان	13	مصر	المستقبل الرسمية لغات القاهرة	القاهرة	موقع إجدا	
9	1/31/21 14:17:59	1/31/21 14:28:20	anonymous	15 مهدي ربيع احمد	15	البحر	2021 باسوس الاعداديه	البحر	إلى حد ما	
10	1/31/21 21:24:05	1/31/21 21:28:51	anonymous	13 ندي عبدالرحمن علي	13	البحر	مدرسة عبد القادر بوملاي الاعداديه	البحر	موقع إجدا	
11	2/4/21 11:03:27	2/4/21 11:17:13	anonymous	11 يوسف حسن محمد احمد	11	البحر	2021/2020 مصعب بن عمير	البحر	موقع إجدا	
12	2/4/21 11:24:45	2/4/21 11:26:46	anonymous	12 ياسين ياسر محمد	12	البحر	2020/2021 الأورمان	البحر	موقع إجدا	
13	2/4/21 11:52:44	2/4/21 11:55:03	anonymous	12 حسين محمد حسين	12	البحر	2020/2021 الحى الخامس التجريبية لرسا الجزيرة	البحر	موقع إجدا	
14	2/4/21 12:16:33	2/4/21 12:18:49	anonymous	12 لمار احمد مصطفى الجزائر	12	القاهرة	2020/2021 بورسعيد للغات	القاهرة	موقع إجدا	
15	2/4/21 12:19:22	2/4/21 12:21:40	anonymous	13 نور الدين علاء منصور الشاعر	13	القاهرة	2020/2021 بورسعيد للغات	القاهرة	موقع إجدا	
16	2/4/21 12:35:06	2/4/21 12:39:58	anonymous	15 حبيبة حسن محمد	15	البحر	2020/2021 مصعب بن عمير	البحر	موقع إجدا	
17	2/4/21 12:41:01	2/4/21 12:42:44	anonymous	13 الميرة احمد	13	القاهرة	20/21 الزملاك	القاهرة	موقع إجدا	
18	2/4/21 12:42:50	2/4/21 12:44:44	anonymous	12 محمد محسن محمد	12	البحر	2020/2021 العفاد	البحر	موقع إجدا	
19	2/4/21 12:44:58	2/4/21 12:47:03	anonymous	12 يوسف محمد فوزي	12	البحر	20/21 العفاد	البحر	موقع إجدا	
20	2/4/21 12:48:29	2/4/21 12:52:43	anonymous	13 عبد الرحمن محمد عوض	13	البحر	2020/2021 الجيل الاصغر	البحر	موقع إجدا	
21	2/4/21 12:58:48	2/4/21 13:01:29	anonymous	13 ريم احمد عبد الله علي	13	البحر	20/21 الشهيد ابراهيم عويضة	البحر	موقع إجدا	
22	2/4/21 13:02:02	2/4/21 13:04:41	anonymous	12 مهند خالد طلعت	12	البحر	Bloom	البحر	موقع إجدا	
23	2/4/21 13:02:25	2/4/21 13:06:14	anonymous	13 نسيم احمد عبدالله علي	13	البحر	الشهيد ابراهيم عويضة	البحر	موقع إجدا	
24	2/4/21 13:02:23	2/4/21 13:10:43	anonymous	12 عمرو محمد هارون	12	القاهرة	مدرسة ستار للغات	القاهرة	موقع إجدا	
25	2/4/21 13:11:02	2/4/21 13:12:38	anonymous	12 اميا محمد هارون	12	القاهرة	مدرسة ستار للغات	القاهرة	موقع إجدا	
26	2/4/21 13:12:42	2/4/21 13:14:37	anonymous	13 حسن عبد السلام هارون	13	القاهرة	مدرسة السلام الخاصة	القاهرة	موقع إجدا	
27	2/5/21 12:41:28	2/5/21 12:43:08	anonymous	15 عمر ناصر احمد	15	القاهرة	مصر الاكاديمية لغات القاهرة	القاهرة	موقع إجدا	

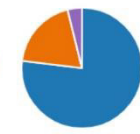
6. الملصق العام التوعوي الذي صمم ليعبر عن حملة (أنا ضد التنمر- التنمر يُفقد الثقة بالنفس)؛ وهو يعتبر في مقدمة اعلانات المعرض. هل ترى إنه مناسب من حيث تصميمه والمعلومات الذي يحتوي عليها؟



مزيد من التفاصيل

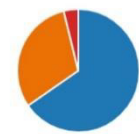
موقف	عدد
موافق جداً	20
موافق	4
إلى حد ما	1
غير موافق	0
غير موافق جداً	1

8. شعار الحملة: أخذ شعار الحملة جملة (أنا ضد التنمر- التنمر يُفقد الثقة بالنفس)، باللغة العربية والإنجليزية، وحاول المصمم جعلها غريبة تشد الإنتباه، من خلال النجمة اللونية (التدرج اللوني المنسجم)، وراعى في تصميمها قواعد التصميم المتعارف عليها. هل ترى مناسبة لحملة تحض على البعد عن التنمر؟



موقف	عدد
موافق جداً	20
موافق	5
إلى حد ما	0
غير موافق	0
غير موافق جداً	1

7. شخصية كراكاز؛ تعبر عن السخرية وأيضاً لقرنها من مصطلح (كاركاتير)، والهدف منها إلقاء النصيحة والاعتراض على مواقف التنمر الموجودة في كل ملصق إعلاني عن طريق ترديدها لعبارة (أنا ضد التنمر- التنمر يُفقد الثقة بالنفس). هل ترى إنها مناسبة لذلك؟



موقف	عدد
موافق جداً	17
موافق	8
إلى حد ما	0
غير موافق	1
غير موافق جداً	0

10. المتنمر أصدر لفظ سيئ (يا أبو أربعة عيون). هل ترى أن فكرة الملصق الإعلاني ناجحة وتؤدي إلى الحد من الألفاظ المسيئة للغير.



موقف	عدد
موافق جداً	16
موافق	7
إلى حد ما	3
غير موافق	0
غير موافق جداً	0

9. الملصق الإعلاني به تعبير عن التهديد والوعيد والتطاول بالأيدى فهل الملصق الإعلاني يحث الطفل المتنمر على عدم إتباع العنف ضد أصدقائه؟



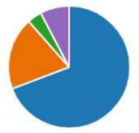
موقف	عدد
موافق جداً	12
موافق	10
إلى حد ما	3
غير موافق	0
غير موافق جداً	1

12. البصق واستعمال الألفاظ السيئة من خلال كلمة يا سوداء يؤدي إلى خلق العداء وربما الاشتباك بالأيدى وتبادل السباب والشتائم، هل ترى أن التعبيرات الصادرة من الشخصيات واضحة؟



موقف	عدد
موافق جداً	17
موافق	7
إلى حد ما	1
غير موافق	0
غير موافق جداً	1

11. السباب ولغة الإشارة التي تعنى التهديد من الوسائل المنهية عنها. هل نجح الملصق الإعلاني في إيصال التعبير المناسب بهدف الكف عن ممارسة التنمر بين الأطفال؟



موقف	عدد
موافق جداً	18
موافق	5
إلى حد ما	1
غير موافق	0
غير موافق جداً	2

14. إستعمل المتنمر فعل مؤذي للمشاعر (وضع ذيل ورقي للضحية). ظهرت فكرة الكاركتير في الملصق الإعلاني بدون تعليق، هل هو واضح؟



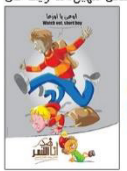
موقف	عدد
موافق جداً	20
موافق	5
إلى حد ما	0
غير موافق	1
غير موافق جداً	0

13. إستخدام الألفاظ النابية من خلال كلمة يا واد يا تخين، قد يؤدي إلى ترك أثر سي لدى الضحية. هل شخصيات الملصق الإعلاني مناسبة للفكرة المطروحة وهل الألوان واضحة بالدرجة الكافية؟



موقف	عدد
موافق جداً	17
موافق	7
إلى حد ما	0
غير موافق	2
غير موافق جداً	0

16. إستخدام الألفاظ النابية من خلال كلمة يا واد يا أوزعا، ووقوع الضحية على الأرض بشكل مهين، ما رأيك في فكرة الملصق الإعلاني؟






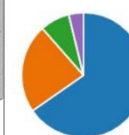


موقف	عدد
موافق جداً	19
موافق	4
إلى حد ما	0
غير موافق	3
غير موافق جداً	0

15. في الملصق الإعلاني تعبير عن التنمر الإلكتروني من خلال إرسال المتنمر رسالة للضحية فحواها أنه تم السطو على صفحة الفيس بوك الخاصة به. هل فكرة الملصق الإعلاني مباشرة وواضحة؟



موقف	عدد
موافق جداً	16
موافق	6
إلى حد ما	3
غير موافق	0
غير موافق جداً	1

<p>18. استخدام الألفاظ النابية من خلال كلمة يا قردة. هل نجح الكاريكاتير في إظهار الإنفعال المناسب على وجوه المتفرجين والضحية؟</p> <p>مدرسة التفصيل Insights</p>  <table border="1"> <tr><td>موافق جداً</td><td>20</td></tr> <tr><td>موافق</td><td>3</td></tr> <tr><td>إلى حد ما</td><td>2</td></tr> <tr><td>غير موافق</td><td>1</td></tr> <tr><td>غير موافق جداً</td><td>0</td></tr> </table>	موافق جداً	20	موافق	3	إلى حد ما	2	غير موافق	1	غير موافق جداً	0	<p>17. الإرهاب بعد من التتمر حيث اعتمد الملصق على إنفعالات صادرة من الضحية وهى الخوف والرعب، وشراسة الكلب واستهتار التتمر. هل فكرة الملصق الإعلاني تشرح نفسها وسهولة الإستيعاب؟</p> <p>مدرسة التفصيل Insights</p>  <table border="1"> <tr><td>موافق جداً</td><td>20</td></tr> <tr><td>موافق</td><td>4</td></tr> <tr><td>إلى حد ما</td><td>1</td></tr> <tr><td>غير موافق</td><td>0</td></tr> <tr><td>غير موافق جداً</td><td>1</td></tr> </table>	موافق جداً	20	موافق	4	إلى حد ما	1	غير موافق	0	غير موافق جداً	1
موافق جداً	20																				
موافق	3																				
إلى حد ما	2																				
غير موافق	1																				
غير موافق جداً	0																				
موافق جداً	20																				
موافق	4																				
إلى حد ما	1																				
غير موافق	0																				
غير موافق جداً	1																				
<p>20. استخدم الكاريكاتير في هذا الملصق الإعلاني الفعل المعادي، وذلك بسكب المياه على زميله مما يؤدي إلى ترك أثر سيء لدى الضحية. هل نجح المصمم في توصيل المعنى الحقيقي للتتمر؟</p> <p>مدرسة التفصيل Insights</p>  <table border="1"> <tr><td>موافق جداً</td><td>20</td></tr> <tr><td>موافق</td><td>5</td></tr> <tr><td>إلى حد ما</td><td>0</td></tr> <tr><td>غير موافق</td><td>0</td></tr> <tr><td>غير موافق جداً</td><td>1</td></tr> </table>	موافق جداً	20	موافق	5	إلى حد ما	0	غير موافق	0	غير موافق جداً	1	<p>19. استخدم الكاريكاتير في هذا الملصق الإعلاني أسلوب لصق ورقة على ظهر زميلهم المتجهتد ثم أتبعوا أسلوب الغمز واللمز، مما قد يؤدي إلى ترك أثر سيء لدى الضحية. هل نجح المصمم في إظهار التعبيرات على وجوه التتمرين؟</p> <p>مدرسة التفصيل Insights</p>  <table border="1"> <tr><td>موافق جداً</td><td>20</td></tr> <tr><td>موافق</td><td>5</td></tr> <tr><td>إلى حد ما</td><td>0</td></tr> <tr><td>غير موافق</td><td>0</td></tr> <tr><td>غير موافق جداً</td><td>1</td></tr> </table>	موافق جداً	20	موافق	5	إلى حد ما	0	غير موافق	0	غير موافق جداً	1
موافق جداً	20																				
موافق	5																				
إلى حد ما	0																				
غير موافق	0																				
غير موافق جداً	1																				
موافق جداً	20																				
موافق	5																				
إلى حد ما	0																				
غير موافق	0																				
غير موافق جداً	1																				
<p>22. اعتمدت فكرة الكاريكاتير (التريقة على زميلهم من ذوي الهمم) في الملصق الإعلاني هنا على اللون الواحد (الرمادي). هل الفكرة واضحة أم تحتاج إلى تلوين؟</p> <p>مدرسة التفصيل Insights</p>  <table border="1"> <tr><td>موافق جداً</td><td>16</td></tr> <tr><td>موافق</td><td>4</td></tr> <tr><td>إلى حد ما</td><td>3</td></tr> <tr><td>غير موافق</td><td>2</td></tr> <tr><td>غير موافق جداً</td><td>1</td></tr> </table>	موافق جداً	16	موافق	4	إلى حد ما	3	غير موافق	2	غير موافق جداً	1	<p>21. اعتمدت فكرة الكاريكاتير (شد شعر زميلته) في الملصق الإعلاني هنا على اللون الواحد (الرمادي). هل الفكرة واضحة أم تحتاج إلى تلوين؟</p> <p>مدرسة التفصيل Insights</p>  <table border="1"> <tr><td>موافق جداً</td><td>17</td></tr> <tr><td>موافق</td><td>6</td></tr> <tr><td>إلى حد ما</td><td>2</td></tr> <tr><td>غير موافق</td><td>0</td></tr> <tr><td>غير موافق جداً</td><td>1</td></tr> </table>	موافق جداً	17	موافق	6	إلى حد ما	2	غير موافق	0	غير موافق جداً	1
موافق جداً	16																				
موافق	4																				
إلى حد ما	3																				
غير موافق	2																				
غير موافق جداً	1																				
موافق جداً	17																				
موافق	6																				
إلى حد ما	2																				
غير موافق	0																				
غير موافق جداً	1																				

التوصيات والمقترحات:

1. نظرا لقلّة الدراسات التي تناولت موضوع التتمر، لذا وجب طرح التوصيات والمقترحات التالية:
2. فن الكاريكاتير من الفنون الشعبية التي تلاقى إقبالاً حسناً من الأطفال، ولذا فهو يعتبر عنصر جذب لهذه الفئة ومن ثم رسائل التوعية له تكون مؤثرة.
3. مراعاة إستعمال الألوان المناسبة لتلك الفئة من الأطفال (١٢ : ١٥ عام).
4. تقديم شخصيات كاريكاتيرية مناسبة في العمر للفئة المستهدفة، فلا تبدو أقل سناً بصورة مبالغ فيها ولا أكبر سناً.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

1. بلقاسم سلاطينية «دكتور» (علم الاجتماع الإعلامي)، (٢٠١٢)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، طبعة أولى.
2. حمد إسماعيل «دكتور» (البناء الدرامي وفنون العرض)، (٢٠٢٠) مكتبة بورصة للكتاب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، طبعة أولى.
3. عمر عبدالكافي «دكتور» (أمسك لسانك - آفات اللسان وكيف نعالجها)، (٢٠١٢)، شركة الإبداع الفكري للنشر والتوزيع، الكويت، طبعة ثانية يناير.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- 4- Harry Hamernik (Face off – How to draw amazing caricatures and comic portraits), (2006) Impact Books, Cincinnati, Ohio, first Edition.
- 5- Tom Richmond (The mad art of caricature, A

النتائج:

- من أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:
1. هناك أثر إيجابي من خلال استخدام فن الكاريكاتير في الملصق الإعلاني الخاص بمناهضة ظاهرة التتمر لدى الأطفال، لأن فن الكاريكاتير من الفنون الشعبية التي تلاقى إقبالاً حسناً بين الأطفال في عمر ١٢ : ١٥ عام، ومن ثم رسائل التوعية له تكون مؤثرة، وفي نفس الوقت تفتت ظاهرة التتمر بين هذه الفئة، ويتجلى هذا الأثر في نتائج الاستبانة المرفقة.
 2. كلما كان الملصق الإعلاني التوعوي المناهض لظاهرة التتمر والموجه للأطفال في عمر ١٢ : ١٥ عام والذي تكون فحوى رسالته وسيطها هو فن الكاريكاتير مشبع بالألوان المبهجة المناسبة للطفل يكون أكثر أثر من نظيره المحتوى على لون واحد فقط، وهذا يوضحه نسبة عدم الرضى إلى حد ما في السؤال ٢١، ٢٢ من الاستبانة.
 3. جاءت شخصية كاراكاز بألوانها التي تبعث الأمل كتميمة متحركة تربط كافة الملصقات بعضها ببعض، وتبث البهجة في نفوس المتلقين.
 4. إستحوذ تصميم كل ملصق على النسبة الذهبية أو مايسمى بالقطع الذهبي، مما أدى إلى راحة عين المتلقى في أرجاء مساحة الملصق.
 5. جاءت جميع الشخصيات الكاريكاتيرية مناسبة لعمر الفئة المستهدفة مما أتاح الحصول على نسبة رضى معقولة لكل ملصق من خلال الاستبانة المطروحة.
 6. ندرة استخدام فن الكاريكاتير في الملصق الإعلاني المناهض لظاهرة التتمر الذي يوجه للأطفال في عمر ١٢ : ١٥.

serious guide to drawing funny faces), (2011) Read line Demon publishing, United states, first Edition.

ثالثاً: المجالات العلمية

٦- حفيزة سليمان أحمد البراشدية (عوامل التنبؤ بالتنمر الالكتروني لدى الأطفال والمراهقين: مراجعة للدراسات السابقة)، (٢٠٢٠)، وزارة التربية والتعليم - سلطنة عمان، مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا، جمعية المكتبات المتخصصة، فرع الخليج العربي، دار حمد بن خليفة.

رابعاً: مواقع الإنترنت

٧- التنمر، ويكيبيديا، تاريخ التصفح: ١٢ يناير ٢٠٢١
https://ar.wikipedia.org/
B١%D٨%٨٥%D٩%٨٦%AA%D٩%wiki/%D٨%
٨- مصطفى محرم (الكوميديا فن أصيل)، تاريخ التصفح: ٩ يناير
٢٠٢١

https://www.almasryalyoum.com/news/
١٣٦٥٧١٩/details

٩- كوميديا، ويكيبيديا، ١٨ نوفمبر ٢٠٢٠
٨%D٩%٨٨%D٩%٨٣%https://ar.wikipedia.org/wiki/%D٩%
A٧%٨A%D٨%AF%D٩%٨A%D٨%D٩%٥

١٠- فريق حلوها (التنمر، أسبابه وأنواعه وطرق علاجه)، تاريخ
التصفح ٤ ديسمبر ٢٠٢٠

%A٧%D٨%-١٢/https://www.hellooha.com/articles
%D٨%B١%D٨%٨٥%D٩%٨٦%AA%D٩%D٨%٨٤%D٩%
A٨%D٨%A٧%D٨%A٨%D٨%B٣%D٨%A٣%٨C-%D٨%
A٧%D٨%٨٨%D٩%٨٦%D٩%A٣%D٨%٨٨%D٩%-٨٧%D٩%
-٨٢%D٩%B١%D٨%B٧%D٨%٨٨%D٩%-٨٧%D٩%B٩%D٨%
٨٧%AC%D٩%D٨%A٧%D٨%٨٤%D٩%B٩%D٨%

خامساً: المقابلات

١١- أحمد عبد النعيم، «فنان الكاريكاتير بجريدة أخبار اليوم، يوم
الجمعة ١/١/٢٠٢١م ساعة ٣ ظهراً، What'sApp