

الأداء الحركي كمثير إبداعي في الإعلان ودوره في تحقيق الإدراك البصري للمتلقي

Kinetic Performance as a Creative Stimulus in Advertising and its Role in Achieving the Visual Perception of the Recipient

م.د / منار محمد يحيى القاضي

مدرس بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة 6 أكتوبر

كلمات دالة: Keywords

الأداء الحركي
Kinetic Performance
الإبداع
Creativity
الإدراك البصري
Visual Perception

ملخص البحث: Abstract

إن عملية تصميم الإعلان كمنشط إتصالي إنساني معيبراً عن الحالة النفسية الداخلية للمتلقي، تمثل نشاطاً إبداعياً يهدف لخدمة الأهداف الإتصالية التي يكون لها دوراً كبيراً في صياغة المفردات والرموز البصرية لتوصيل رسالة محددة للمتلقي، وذلك يتطلب القدرة على التخيل على جميع المستويات أثناء مراحل التصميم في إيجاد العلاقات بين المفردات التصميمية المختلفة في تصميم الفكرة الإعلانية والتي تؤثر بشكل كبير على مدى نجاح وفاعلية الإعلان، وذلك من خلال ابتكار أساليب وتراكيب جديدة غير مألوفة تعتمد على عوامل الإدراك البصري في تحقيق الوظيفة النفسية والجمالية للإعلان بهدف جذب إنتباه المتلقي، ويتمثل ذلك في توظيف أسلوب الأداء الحركي في الإعلان كأحد مصادر الإلهام الإبداعي متمثلاً في الأداء التعبيري الحر للجسد الذي يعد كمثيرات تنمي الإبداع والخيال من خلال صورة بصرية أقرب إلى الدلالة التي يريد المصمم التعبير عنها للآخرين، وذلك عن طريق البعد الرمزي للجسد الذي يمثل التواصل الحركي في التأثير عاطفياً وبصرياً على المتلقي وتحقيق الرضا الجمالي، فالتواصل في حد ذاته يحدث تغييراً في الحالة المزاجية للمتلقي، ومنها تتفاعل أنظمة الإدراك البصري والحس والحركة مع العاطفة لدى المتلقي خاصة ان هذا التفاعل يساعد على إدراك المؤثرات التي تنتج من الرسالة الإعلانية بشكل مثيراً للغرابة والإنتباه، والمرتبطة بالإدراك الجمالي في الأداء الحركي للجسد من حيث ارتباط الشكل والمضمون الذي يعتمد على مخزون من الخبرات التي يتلقاها المتلقي عن طريق حواسه واستجابته لكل المثيرات التي تتحدد عن طريق الإدراك البصري للمتلقي.

Paper received September 18, 2022, Accepted December 29, 2022, Published March 1, 2023

أهمية البحث: Research Significance

ترجع أهمية البحث إلى: توظيف الأداء الحركي كأحد مصادر الإلهام الإبداعي في ابتكار أساليب جديدة غير مألوفة في تصميم الإعلان متمثلاً في الأداء التعبيري للجسد كمثيرات إبداعية تساهم في تحقيق الإدراك البصري للمتلقي.

أهداف البحث: Research Objectives

يهدف البحث إلى: دراسة أساليب الأداء الحركي التعبيري للجسد كمثيرات إبداعية تهدف إلى تحقيق الإدراك البصري للمتلقي التي تساهم في ابتكار أساليب جديدة غير مألوفة في تصميم الفكرة الإعلانية.

فروض البحث

يفترض البحث أن دراسة أساليب الأداء الحركي التعبيري للجسد كمثيرات إبداعية سوف يكون لها دور فعال في ابتكار أساليب جديدة غير مألوفة في تصميم الفكرة الإعلانية وتحقيق الإدراك البصري للمتلقي.

حدود البحث: Research Delimitations

حدود موضوعية: دراسة أساليب الأداء الحركي التعبيري للجسد كمثيرات إبداعية تساهم في تحقيق الإدراك البصري للمتلقي.

منهج البحث: Research Methodology

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي في الإطار النظري والدراسة التحليلية للبحث، والمدمع بدراسة تطبيقية في تصميم ملصقات إعلانية توضح ابتكار أساليب جديدة غير مألوفة في تصميم الفكرة الإعلانية من خلال توظيف أساليب الأداء الحركي التعبيري للجسد كمثيرات إبداعية تتفاعل مع اتجاهات الوعي الإدراكي للمتلقي التي تؤثر بشكل كبير على مدى نجاح وفاعلية الإعلان من خلال عوامل الإدراك البصري التي تهدف إلى جذب إنتباه المتلقي.

المقدمة: Introduction

إن عملية تصميم الإعلان تمثل نشاطاً إبداعياً يهدف لخدمة الأهداف الإتصالية التي يكون لها دوراً كبيراً في صياغة المفردات والرموز البصرية لتوصيل رسالة محددة للمتلقي، وذلك يتطلب القدرة على التخيل على جميع المستويات أثناء مراحل التصميم في إيجاد العلاقات بين المفردات التصميمية المختلفة في تصميم الفكرة الإعلانية والتي تؤثر بشكل كبير على مدى نجاح وفاعلية الإعلان، وذلك من خلال إستنباط رسائل إعلانية جديدة تؤدي دوراً جمالياً مؤثراً على المتلقي، ويتمثل ذلك في أسلوب الأداء الحركي في الإعلان كأحد مصادر الإلهام الإبداعي متمثلاً في الأداء التعبيري الحر للجسد الذي يعد كمثيرات تنمي الإبداع والخيال من خلال صورة بصرية أقرب إلى الدلالة التي يريد المصمم التعبير عنها للآخرين، وذلك عن طريق البعد الرمزي للجسد الذي يمثل التواصل الحركي في التأثير عاطفياً وبصرياً على المتلقي وتحقيق الرضا الجمالي، فالتواصل في حد ذاته يحدث تغييراً في الحالة المزاجية للمتلقي، ومنها تتفاعل أنظمة الإدراك البصري والحس والحركة مع العاطفة لدى المتلقي خاصة ان هذا التفاعل يساعد على إدراك المؤثرات التي تنتج من الرسالة الإعلانية بشكل مثيراً للغرابة والإنتباه، وذلك بتحليل طبيعة ونوعية دلالات الأداء الحركي للجسد التي تمثل النموذج الواقعي الذي يشير إليه والذي يتسم بالغموض حيث يقصد من كل أداء حركي إيصال معنى ما للمتلقي، فإن الجسد في الحياة يتم التعامل معه باعتباره متحرك وأن هذه الحركة تهدف إلى التعبير عن الدلالات من خلال أفعال وسلوكيات وتصرفات لكل المثيرات الذي تعتمد على خبرات المتلقي واستجابته لكل المثيرات التي تتحدد عن طريق الإدراك البصري للمتلقي.

مشكلة البحث: Statement of the Problem

يمكن تلخيص مشكلة البحث في: كيف يساهم الأداء الحركي التعبيري للجسد في الإعلان كمثيرات إبداعية في تنمية العلاقات بين المفردات التصميمية المختلفة لإبتكار أساليب جديدة غير مألوفة في تصميم الفكرة الإعلانية التي تهدف إلى تحقيق الإدراك البصري للمتلقي.

حيث أن إستقبال المتلقي للأداء الحركي للجسد هو عملية حسية وغير لفظية تحدث على كلا مستويي الوعي واللاوعي وكذلك على مستوى الجسد.



مخطط (1) مستويات الإدراك الحركي لدى المتلقي

نظرية الحركة:

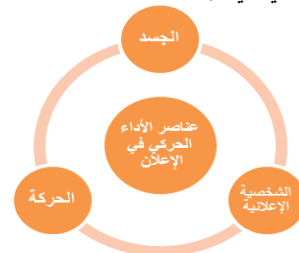
هو عمل بشري ذات نمط يمكن تحديده من خلال سياق الحركة وهدفها، فهو جهاز إتصالي جمالي يُحدث إستجابة عاطفية توفر في نفس الوقت الإدراك المعرفي، وهو فن إبداعي وهمي وتعبيري في شكل رمزي حر يستخدم الرموز في نقل الأفكار والمشاعر التي تُدمج في حركات دلالية تؤثر على مشاعر المتلقي من خلال الإبداع في الخيال حيث أنه يحمل ظاهرة أنثروبولوجية ونص دلالي يجب قراءته، فالأداء الحركي مصدر لمعاني متعددة تكمن قوتها في حركته الإدراكية الحسية وقدرته الجمالية على خلق الحالة المزاجية للمتلقي إلى جانب أنه وسيلة للتعبير والتواصل.

فالأداء الحركي يتيح صورة بصرية أقرب إلى الدلالة عن طريق البعد الرمزي للجسد حيث أن البناء الشكلي هو الذي يحدد المعنى الداخلي للمضمون وهذا المضمون هو الذي يحدد ماهية الشكل الذي يخدم الأفكار الكامنة فيه.



شكل (2) إعلان كريم voltaren يؤكد على مضمون الرسالة الإعلانية Take control Again من خلال الإبداع في الحركة الإدراكية الحسية والقدرة الجمالية للتأثير على مشاعر المتلقي من خلال توظيف الأداء الحركي للجسد في الإعلان بشكل تعبيري رمزي حر يدل على القدرة على التحكم في أوضاع حركة الجسد بإستخدام المنتج المعلن عنه

عناصر الأداء الحركي في الإعلان:



مخطط (3) عناصر الأداء الحركي في الإعلان

1- الجسد:

أن مادة الجسد هي الوحيدة التي تلتصق بالإنسان من حيث ماهيته فهي تستبعد معنى الهيئة الخارجية والجسد يشير إلى جسم الإنسان ، ويشير إلى تفاعل الجسد مع العقل .

يتميز الجسد بإعتباره الرمز المادي الرئيسي الذي يقدم دلالاته من خلال مظهره الخارجي وأفعاله وسلوكياته في الإعلان، وكذلك



شكل (4) إعلان فرشاة أسنان "Aquafresh" تتمثل في تشكيل الأداء الحركي للجسد للدلالة على المرونة في حركة الجسد التي تؤكد على الفكرة الإبداعية التي تمثل شكل الفرشاة وأنها فائقة الانحناء

الأحداث فهي كيان رمزي والعلامة الأيقونية التي تدل على الشيء المشار إليه.

2- الشخصية الإعلانية:
تمثل الشخصية عنصراً هاماً من عناصر تصميم الإعلان كمدخل إلى الفكرة التي يحملها الإعلان، فالشخصية هي التي تتفاعل مع



شكل (5) إعلان عن حذاء توظيف الشخصية الإعلانية كعلامة أيقونية في وضع حركي مرن بثني الجسد للوراء ليدل على حركة الحذاء التي يمكن طيها لأقصى درجة 360 وهذا يؤكد على الرسالة الإعلانية التي تشير إلى مرونة وخفة الحذاء المعلن عنه

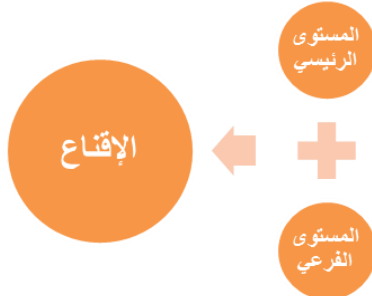
3- الحركة:

الحركة هو شكل الجسد، الفن الحركي تعني "kinema" مشتقة من الكلمة اليونانية "kinetic" وهي علم دراسة الحركة، وهو يعني بالفن الذي يشتمل على الحركة الفعلية أو الضمنية.

العمليات الحركية:

تعتمد على تقييم للموقف الذي يحدث تغيير في مسار الإقناع سواء على المستوى الرئيسي أو الفرعي للإعلان:

- المستوى الرئيسي يعتمد على الإدراك في تكوين الموقف.
- المستوى الفرعي يعتمد على موقف أو اتجاه المتلقي تجاه الإشارات السلبية أو الإيجابية للجسد التي تتمثل في المضمون الشكلي وتأثيرها على المتلقي.



مخطط (6) يوضح تحقيق الإقناع من خلال دمج العمليات الحركية التي تؤثر على المتلقي



شكل (7) إعلان لنوع تليفون محمول يوضح دمج العمليات الحركية المتمثلة في حركة الهاتف وحركة جسد الشخصية الإعلانية للتعبير عن المضمون الشكلي الذي يحقق الإقناع

- المؤشرات الدلالية في الإعلان التي تكون وثيقة الصلة بالأداء الحركي.
- يساهم الأداء الحركي في عبور الثقافات بشكل مؤثر.
- إضفاء عنصر جذب الإنتباه للأداء الحركي.

خصائص الأداء الحركي في الإعلان:

- التأثير الجمالي للأداء الحركي في الإعلان.
- الرموز البصرية الممزوجة بالنص التفسيري للرسالة الإعلانية.

مثيرات الأداء الحركي:



مخطط (8) مثيرات الأداء الحركي

إدراك الأداء الحركي في الإعلان تتداخل مع إنطباع الحركة والتأثير والإثارة لدى المتلقي حيث تصبح مرتبطة بتراكم الخبرة الداخلية للفرد المتمثلة في حركته الإدراكية الحسية وقدرته الجمالية التي تأخذ شكلاً عاطفياً ومعرفياً في صورة أبعاد متشابهة.



شكل (9) إعلان اعتمد على توظيف نكهات لمنتج "أيس كريم" من خلال عملية إدراك الأداء الحركي لحركة الشفاة للشخصية الإعلانية التي تمثل الحركة الإدراكية الحسية التي تؤثر في الإدراك البصري للمتلقى

- الخبرات السابقة والمختزنة التي تشكل جزء من البنية الإدراكية للمتلقى على هيئة عادات ومعارف واتجاهات وسلوكيات تؤثر في أنماط الاستجابة للمثيرات.
- المثيرات الحسية داخل المجال الإدراكي للمتلقى الذي يشتمل على عمليات ذهنية ووجدانية تساعد في تنظيم تلك المثيرات ومعالجتها.

أنواع الإدراك:



مخطط (10) أنواع إدراك المتلقي للعناصر البصرية في الإعلان

الوعي الإدراكي للمتلقى ودوره في تفسير المعنى البصري للأداء الحركي: يعرف الإدراك بأنه: "قدرة المرء على تنظيم العمليات الحسية الواردة إليه عبر الحواس المختلفة، ومعالجتها ذهنياً في إطار الخبرات السابقة والتعرف عليها، والوعي الإدراكي هو نوع من أنواع الاستجابة للمثيرات الخارجية لامن حيث أنها حسية فحسب بل كرموز ومعاني بحيث تستهدف إلى القيام بسلوك معين.

أهمية الإدراك:

- ترجع أهمية الإدراك في العمليات العقلية التي تؤثر على مشاعر المتلقي من خلال التفكير الإبداعي في الخيال.
- يهتم الإدراك بالاستجابة للمثيرات الخارجية التي تستهدف السلوك البشري.

الوعي الإدراكي:

يتمثل في العمليات العقلية والمعرفية التي تتم على مستوى الوعي بدءاً من الإنتباه للمثيرات التي تشتمل على الفهم والإستدلال والتخيل للتمثيل الإدراكي التي تلعب دور في توجيه ذهن المتلقي.

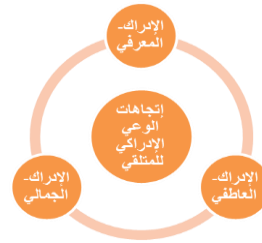
- الإدراك العاطفي:

يتعلق بإثارة العوامل النفسية والوجدانية التي تؤثر في إدراك المتلقي.

- الإدراك الجمالي:

يتضمن الإتجاه التشكيلي للتصميم والتي تظهر فيه الخصائص التعبيرية والقيم الجمالية التي يتبناها المصمم في فكره.

اتجاهات الوعي الإدراكي للمتلقي :



مخطط (11) اتجاهات الوعي الإدراكي للمتلقي

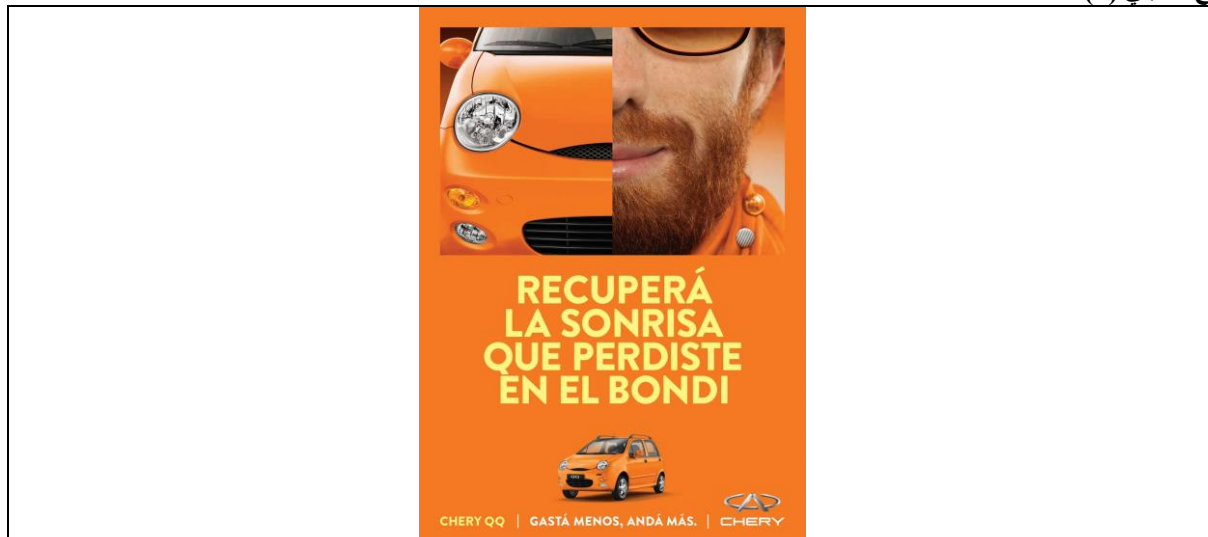
- الإدراك المعرفي:

الإطار العملي للبحث:

نموذج تحليلي (1):

	<p>Formula Won.</p> <p>Wir sind Mitstreiter! Darin ist das gesamte MERCEDES-AMG PETRONAS Formula One Team. Es sind auch Fahrer aus dem Motorsport, die uns das Rennen der 2014 Saison gewinnen. Und wir werden noch mehr Formulare!</p> <p>Mercedes-Benz AMG PETRONAS</p>		
<p>Mercedes-Benz: "Formula Won" – GERMANY – 2014</p> <p>فازت مرسيدس-بنز بلقب صانعي الفورمولا وان موسم 2014، تم نشر هذه الحملة التي تحمل عنوان "فوز الفورمولا" في ألمانيا في أكتوبر 2014 وقد تم إنشاؤها للعلامة التجارية: مرسيدس.</p>	<p>بيانات الإعلان</p>	<p>توظيف الأداء الحركي لجسد الشخصية الإعلانية كمثير إبداعي مرتبط بالإدراك المعرفي للمتلقي التي تشتمل على الفهم للتمثيل الإدراكي لتوجيه ذهن المتلقي لفهم الرسالة الإعلانية المتمثلة في الأداء التعبيري للجسد في شكل العلامة التجارية لشركة مرسيدس-بنز كعلامة أيقونية للتمثيل الرمزي للفكرة الإعلانية التي تؤكد على فوز مرسيدس-بنز بلقب صانعي الفورمولا وان.</p>	<p>الأساليب الإبداعية في توظيف الأداء الحركي في تصميم الإعلان كمثيرات تساهم في تحقيق الإدراك البصري للمتلقي</p>

نموذج تحليلي (2):



بيانات الإعلان	Chery QQ – Argentina - 2014
<p>الأساليب الإبداعية في توظيف الأداء الحركي في تصميم الإعلان كمثيرات تساهم في تحقيق الإدراك البصري للمتلقى</p>	<p>إدراك الشكل من خلال إنطباع الحركة والتأثير والإثارة لدى المتلقي لتحقيق الإدراك الجمالي من خلال المثيرات الحسية البصرية التي تؤكد على الرسالة الإعلانية " استعد الإبتسامة التي فقدتها في سيارة Bondi "، وذلك من خلال إدراك الأداء الحركي لإبتسامة الوجه وإختيار شخصية إعلانية تمثل السيارة المعلن عنها من خلال اللون البرتقالي لون السيارة كرمز يدل على إرتباط المتلقي عاطفياً مع هدف الحملة هو دعوة الجمهور للتوقف عن استخدام وسائل النقل العام واستعادة الإبتسامة التي فقدوها في الحافلة عند شراء سيارة شيري.</p>

الإطار التطبيقي: Applied Framework

نموذج تطبيقي (1):

	
بيانات الإعلان	تصميم الباحثة - إعلان Starbucks
<p>الأساليب الإبداعية في توظيف الأداء الحركي في تصميم الإعلان كمثيرات تساهم في تحقيق الإدراك البصري للمتلقى</p>	<p>البناء الشكلي للأداء الحركي في الإعلان كمثير إبداعي مرتبط بالإدراك المعرفي للمتلقى الذي يمثل إدراك الشكل على هيئة الكوب بشكل مثيراً للغرابة والانتباه ليدل على طبيعة المنتج المعلن عنه الذي يعطي الشعور بالإسترخاء وتوليد المعنى الداخلي لمضمون الرسالة الإعلانية " طبيعتك من قهوتك " لإثارة إنتباه المتلقي والتأثير عاطفياً وبصرياً وتحقيق الرضا الجمالي الذي يساهم في تحقيق الإدراك البصري للمتلقى.</p>

نموذج تطبيقي (2):

	
--	--

بيانات الإعلان	تصميم الباحثة – إعلان مسحوق غسيل Oxi
الأساليب الإبداعية في توظيف الأداء الحركي في تصميم الإعلان كمثيرات تساهم في تحقيق الإدراك البصري للمتلقي	اعتمد على توظيف الشخصية الإعلانية كعلامة أيقونية مرتبطة بحركة فيها حيوية ونعومة كمثيرات حسية بصرية لإثارة إنتباه المتلقي بالأداء الحركي التي تدعو إلى الإقناع بالرسالة الإعلانية "مع أوكسي.. الهدوم أنعم في الحركة"، وتحقيق الإدراك العاطفي والجمالي الذي يساهم في تحقيق الوعي الإدراكي للمتلقي.

النتائج: Results

- 4- حسن عبده، عبير: " الوعي الإدراكي للمتلقي وسيميوطيقا الإعلان"، مجلة الفنون والعلوم التطبيقية- جامعة حلوان، المجلد السابع عشر- العدد3، 2005
- 5- ثابت ، مذكور،"اللغة الجسدية للمثل"، الطبعة الأولى، أكاديمية الفنون، القاهرة، 2006
- 6- حامد علي، محمد – المعروف، مولاي ادريس - عبد الرحمن، يابوب، "المسرح"، 2010
<http://www.almichael.org/spip.php?article151>
- 7- محمد عزت محمد شكري، ولاء : "تصميم الشخصية الإعلانية للإعلان بين جذب السوق ودفع التكنولوجيا وتطبيقها على شبكة الإنترنت"، رسالة ماجستير، كلية الفنون التطبيقية – قسم الإعلان – جامعة حلوان، 2006
- 8- Carla Stalling Walter, Loay Altamimi ، "Exploring Dance in Advertising and its Influence on Consumption and Culture Using an Online Survey Method" ، International Journal of Business and Technology – vol.1، No.3، November ،2011
- 9- Mark L. Knapp, Judith A. Hall، "Nonverbal Communication in Human Interaction"، 7th edition ،Wadsworth Cengage Learning،Canada, Boston، 2010
- 10- <https://www.oneclub.org/awards/theoneshow/-award/12127/voltaren-take-control-again>
- 11- <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/formula-won>
- 12- <https://adsarchive.com/aquafresh-toothbrush/>

- 1- إرتباط عملية إدراك الأداء الحركي في الإعلان المتمثلة في حركته الإدراكية الحسية بالخبرة الداخلية للمتلقي وقدرته الجمالية على خلق الحالة المزاجية والإثارة لدى المتلقي.
- 2- إن البناء الشكلي للأداء الحركي هو الذي يحدد المعنى الدلالي لمضمون الفكرة الإعلانية المبتكرة التي تساعد في تحقيق الإقناع.
- 3- يساهم الإدراك البصري للتواصل الحركي في توصيل الرسالة الإعلانية من خلال الاستجابة لمثيرات الأداء الحركي كرموز ومعاني تستهدف المتلقي للقيام بسلوك معين.
- 4- يساهم الإتجاه الإبداعي في تصميم الأداء الحركي في بناء أفكار إعلانية مبتكرة تساعد على إدراك المثيرات التي تنتج من الرسالة الإعلانية عن طريق البعد الرمزي للجسد الذي يمثل التواصل الحركي في التأثير عاطفياً وبصرياً على المتلقي.

المراجع: References

- 1- أستون – إلين سافونا جورج، ترجمة السيد ، سباعي، "المسرح والعلامات"، 2006
- 2- خزعل عباس، إيمان ، محسن حميد، سلوى ، "الأدائية في فنون مابعد الحدائة" الفن المفاهيمي نموذجاً، مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلد3، العدد4، 2019
- 3- فاروق عبد القوي، سمر ، "الفن الحركي من منظور التصميم الصناعي"، مجلة التصميم الدولية، المجلد العاشر، العدد4، أكتوبر 2020