



مقالة بحثية

تصميم الإنفوجرافيك في الحملات الإعلانية التوعوية للمؤسسات العامة في ضوء النظرية التفاعلية.

* نورا مصطفى صالح

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

البريد الإلكتروني: norasayid1993@gmail.com

تاريخ المقال:

- تاريخ تسليم البحث الكامل للمجلة: 14 يوليو 2022
- تاريخ القرار الأول لهيئة التحرير: 18 يوليو 2022
- تاريخ تسليم النسخة المنقحة: 30 يوليو 2022
- تاريخ موافقة هيئة التحرير على النشر: 02 أغسطس 2022

الملخص:

يمثل الإعلان أحد الأنشطة الرئيسية في العصر الحديث وذلك كونه وسيلة لنقل الأفكار والمعلومات إلى الناس بهدف تغيير أرائهم أو تعزيزها أو الحفاظ عليها، وهذا النشاط قديم قدم التعاملات الإنسانية، إلا أنه شهد تطورات وقفزات نوعيه أوصلته إلى أن أصبح له دراسات للقيام به، حيث نجد أنه قد تضاعفت استعمالاته وأهميته. كما أنها تمثل تجاوباً مع ما يصبو إليه ولاة الأمر في الرفع من مستوى الوعي العام مما يدعم حركة التنمية والتقدم وبناء على ما سبق، تناولت الدراسة مناقشة مفهوم الإعلان وأهميته وأهدافه، ثم تناولت أهم التقنيات المستخدمة في الحملات الإعلانية التوعوية والبرامج المستخدمة، وتعريف الإنفوجرافيك وأنواعه إلي جانب تصميم الملف التفاعلي، وما هو الفن التفاعلي، وأهمية التصميم التفاعلي، وخصائصه، ووظائفه، بالإضافة إلي الجوانب التصميمية المرتبطة بالبحث أملاً أن يكون لهذا البحث فائدة للقارئ والباحث وللعاملين في مجال النشاط التوعوي بشكل عام وفي مجال الإعلان بشكل خاص.

الكلمات المفتاحية: تصميم الإنفوجرافيك، الحملات الإعلانية التوعوية، النظرية التفاعلية.

مدة محددة مع ضرورة الأخذ بالخطوات الأساسية اللازمة لنجاح حملات التوعية العامة.⁽¹⁾



شكل رقم (2) اعلان أجنبي للتوعية بخطورة المشكلات الأسرية والطلاق على الأبناء

فنجد أن الدول المتقدمة تتعامل مع الرسالة الإعلامية الموجهة من الحملة، بأسلوب الترغيب، والحث على التفاعل مع الحملة، من خلال استخاد طرق تكنولوجياية حديث، و أفكار ابداعية، لتكون الرسالة مقتضبة فى صورة جذابة، تترك انطباع فى الوجدان، ويظل أثرها فى العقل، أما فى مصر فنعتمد حملات التوعية على أسلوب التخويف أو التهريب من خلال عرض صور مخيفة عن القضية أو المشكلة، تجعل المتلقى ينفر من استكمال الأعلان. أما ثقافة الشعوب، فبالطبع تمتلك الدول المتقدمة ثقافتها الخاصة، التى تتمثل فى وعى الشعوب، وتقبلهم أفكار جديدة حرصاً على مستقبلهم، واستعدادهم بالأقتناع بالقضية المثارة فى الحملة، وعلى العكس تماماً يرى المصريون فى هذه الحملات تحدى لهم، ويتعاملوا معها بمبدأ "الندية" و تحت شعار "انا حر"، بسبب ثقافتنا التى رسخت فكرة عدم تقبل الرأى الآخر. وبالنسبة للضوابط الحاكمة، فنجد أن البلاد المتقدمة، لها قواعدها وضوابطها الحاكمة، التى يلتزم بها الشعوب، فمثلاً عند القيام بحملة للتوعية بخطورة التدخين، ستلقى الحملة نجاحاً بسبب وجود ضوابط صارمة تمنع التدخين فى المواصلات العامة، و أماكن العمل، وتخصص اماكن معينة لذلك، أما فى مصر فالشعب المصرى "تخصص" خرق الضوابط، وكأنه يجد متعة ولذة فى مخالفة القوانين، فبعد أن قدمت الدولة حملة للتوعية بمخاطر التدخين، لم تؤت بثمارها، بسبب عدم وجود ضوابط مقننة لأماكن التدخين، وبالطبع الثقافة العامة التى تربينا عليها.

مقدمة:

إن حملات التوعية العامة التى تقوم بتنفيذها بعض الوزارات والدوائر الحكومية مثل حملة التوعية لمكافحة المخدرات، وحملات التوعية لتعداد السكان، وحملات التوعية المرورية، وحملات التوعية فى الجوازات، وحملات التوعية لترشيد استهلاك المياه والكهرباء، وحملات التوعية ضد أضرار التدخين وغيرها من حملات التوعية المماثلة تعتبر ظاهرة إجتماعية سليمة ومطلوبة تتفق مع ما تتمتع به الدولة من تقدم وتطور، كما أنها تمثل تجاوباً مع ما يصبو إليه ولاة الأمر فى الرفع من مستوى الوعي العام مما يدعم حركة التنمية والتقدم.

تعتبر حملات التوعية العامة التى تتبناها الدول ضرورة ملحة فى دول العالم النامية وتهدف هذه الحملات إلى الرفع من مستوى الوعي العام وتعزيز مشاركة الجماهير فى العملية التنموية التى تديرها وتنفذها الوزارات والإدارات الحكومية، للتعريف بالإنجازات وتقوية الثقة بين الدولة (الحكومة) والجمهور، بالإضافة إلى الرفع من المستوى الثقافى مما يساهم فى تحديث المجتمع، ويساعد فى قبول الأفكار والأنماط السلوكية الحديثة، ويعجل فى عملية تنمية المجتمع، ويزداد دور حملات التوعية العامة عندما يحدث فجوة حضارية بين الحضارتين المادية والمعنوية فى المجتمعات التى حدث بها تغيير غير مكافئ.



شكل رقم (1) إعلان فى مصر لمحاربة العنف ضد المرأة

ويقصد بحملات التوعية العامة الجهود الاتصالية والفعاليات المشاركة المخطط لها التى تهدف إلى إحداث تغييرات إدراكية او اتجاهية او سلوكية لدى جمهور محدد فى مكان محدد وخلال

(1) صالح محمد المالك: "حملات التوعية العامة والخطوات الأساسية اللازمة لنجاحها" - صحيفة يومية تصدرها مؤسسة الجزيرة للصحافة والطباعة والنشر- الطبعة الاولى، 2000.

2. دراسة علاقة النظرية التفاعلية بكيفيات تصميم الحملات الإعلانية .
3. التوصل إلى مداخل وأشكال توظيف جديدة للإنفوجرافيك تثير تصميم الحملات الإعلانية.

أهمية البحث:

1. الرفع من المستوى الثقافي والوعي العام مما يساهم في تحديث المجتمع، ويساعد في قبول الأفكار والأنماط السلوكية الحديثة وتعزيز مشاركة الجماهير في العملية التنموية التي تديرها وتنفذها الوزارات والإدارات الحكومية.
2. التغيير المعرفي ثم الاتجاهي ثم السلوكي وهذا ما تهدف له حملات التوعية.

حدود البحث :

حدود موضوعية:

تقتصر الدراسة علي تحليل بعض تصميمات إنفوجرافيك لحملة إعلانية توعوية للوزارت الصحة ضد فيروس كورونا في ضوء النظرية التفاعلية.

حدود زمنية: يتم تناول بعض من المختارات لحملات وزارة الصحة التوعوية ضد فيروس كورونا من بداية انتشار الفيروس 2020 و حتي سنة 2022.

حدود مكانية: جمهورية مصر العربية .

منهجية البحث :

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف البحث والإجابة عن فرضه من خلال اتباع الخطوات التالية:

الإطار النظري :

- دراسة النظريات التفاعلية وإرتباطها بتصميم الحملة الإعلانية.
- دراسة المفاهيم المتعلقة بالحملة الإعلانية ومجالات التصميم المرتبطة بالإدراك والانتباه.
- رصد لمختارات من نماذج حملات إعلانية موجهة لتنمية الوعي للمجتمع المصري.

مصطلحات البحث :

حملة إعلانية Advertising campaign

الحملة الإعلانية هي مجموعة من الجهود الإعلانية المتكاملة الخاصة بسلعة أو خدمة معينة والتي تحتوي علي عدة وسائل إعلانية ترتبط بموضوع أو فكرة مشتركة توجه عبر وسائل إعلانية متعددة.

الحملة الإعلانية عبارة عن برنامج إعلاني موجه إلي فئات معينة من الجمهور ويسعي إلي تحقيق أهداف إتصالية معينة من خلال مجموعة من الجهود المخططة والمدروسة وعادة ما تغطي فترة



شكل رقم (3) إعلان مصري وآخر أجنبي للتوعية بخطورة التدخين

وتوجد مجموعة من الدول التي نجحت فى مجال الحملات التنموية مثل ألمانيا والسويد والصين، ويقول الدكتور محمود علم الدين استاذ الإعلام بكلية الإعلام بجامعة القاهرة، أن حملات التوعية التي تركز على التصدى للمشكلات والقضايا الشائكة، تجد دعم من مؤسسات الدولة والمؤسسات الخاصة فى الدول المتقدمة التي ترى أنها يجب أن تقوم بدور مجتمعي، على عكس الوضع فى دول العالم الثالث الذى تتحمل الدولة فيه مسؤولية هذه الحملات بشكل تام.

مشكلة البحث:-

لاحظت الباحثة أن الحملات الإعلانية التوعوية للمؤسسات العامة تواجه تحديات كبيرة وصعوبات بالغة يأتي في مقدمتها عدم اهتمام الجمهور برسائلها أو بعدم التفاعل معها وعدم الرغبة في التغيير، بالإضافة إلى وجود عوامل أخرى تقلل من فرص نجاح هذه الحملات، وللقضاء على هذه المشاكل فإنه يجب العمل على القيام بتخطيط سليم لمثل هذه الحملات واتباع الأسس الصحيحة والخطوات العلمية والعملية التي تساعد على نجاحها، لذا إهتمت الباحثة بإقتراح تصميم إنفوجرافيك هدفها تنمية الوعي وثقافة المجتمع في ضوء النظرية التفاعلية.

التساؤل:

1. ما مدى إمكانية تنمية الوعي للمجتمع من خلال تصميم الإنفوجرافيك في ضوء النظرية التفاعلية؟

فروض البحث:

تفترض الباحثة إنه:

من خلال التحليل لنماذج حملات إعلانية للمؤسسات العامة يمكن استخلاص مداخل جديدة لتصميم الإنفوجرافيك التوعوي في ضوء النظرية التفاعلية.

أهداف البحث:

1. تحليل تصميم الإنفوجرافيك لتنمية الوعي لدي المجتمع وللمؤسسات العامة في ضوء النظرية التفاعلية.

ليشكلها فتصبح بيئة صالحة للحياة وتشكله هي ليصبح له ملامح وخصائص مرتبطة بهذه البيئة ، ومع تطور الحضارات الإنسانية ظل مفهوم التفاعل يزداد تعقيداً وتركيباً بنمو الثقافة الإنسانية عبر التاريخ وتنوع أشكال وأنماط هذه الثقافة وصولاً إلى عصرنا الحديث. فمفهوم التفاعل في عصرنا الحديث لا يقتصر على التفاعل مع المجتمع والبيئة فقط وإنما التفاعل مع وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة التي أصبحت مطلب عام في العصر الحديث ومن هذه الوسائل لوحات العرض التفاعلية التي تقوم بدور كبير في تثقيف المجتمع على إختلاف فئاته من خلال تفاعل المتلقى للحصول على المعلومات التي تشبع رغبته في المعرفة⁽⁵⁾.

أولاً التفاعلية كعملية اتصالية:

التفاعلية Inter – Active :

تركيب كلمة "التفاعلية" (Interactivite) في أصلها اللاتيني من كلمتين، حيث كلمة "Inter"، بمعنى "بين" أو "فيما بين"، وكلمة "Activus"، بمعنى الممارسة، وهي حوار تواصلي ثنائي الاتجاه متبادل بين طرفي العملية الاتصالية (مرسل ومتلقي)، يقوم بإعطاء المتلقي درجة من الحرية المناسبة للتحكم والمشاركة، ويستطيع التحكم في معدل عرض المحتوى بما يناسبه، كما يستطيع أن يتجول داخل المادة المعروضة⁽⁶⁾.

لا يقتصر مفهوم التفاعل على علاقة الإنسان بالبيئة أو المجتمع فحسب بل بتفاعله مع أنظمة المعلومات و الاتصالات المعقدة التي إختراعها لتجعل من التفاعل بين الثقافات المختلفة مطلب هام.

مفهوم التفاعلية:

التفاعل هو نوع من الفعل يحدث بين اثنين أو أكثر من الأشياء مع وجود تأثير متبادل بينهما، وبالتالي فإن فكرة التأثير المتبادل أمر ضروري جوهري في تفهم هذا الفهوم بدلاً من التأثير أحادي الاتجاه، والتفاعلية كمصطلح مازال حتي الآن قابل للجدل والمناقشة، وهناك العديد من الرؤى التصويرية لمفهوم التفاعلية أحد أهم هذه التفسيرات قابلية لدي العلماء هو أن التفاعلية تعني "مدي التوافق والنجاح عند اختيار علاقة بين متغيرين أو أكثر".

زمنية معينة يتم من خلالها التركيز علي عدد من الرسائل الإعلانية.²

المؤسسات العامة: public Institutions

مؤسسات مملوكة بالكامل / أو بشكل أساسي / أو خاضعة للسلطات العامة التي تتألف من منشآت تصنف بحكم نوع أنشطتها، والتكنولوجيا وطريقة عملها كصناعات.³

الوعي : Awareness

الحالة العقلية التي تتم من خلالها إدراك الواقع والحقائق التي تجري من حولنا، وذلك عن طريق اتصال الإنسان مع المحيط الذي يعيش فيه ، و احتكاكه به مما سيسهم في خلق حالة من الوعي لديه بكل الأمور التي تجري وتحدث من حوله، مما يجعله أكثر قدرة علي إجراء المقارنات من منظوره هو وبالتالي سيصبح أكثر قدرة علي اتخاذ القرارات التي تخص المجالات والقضايا المختلفة التي تطرأ له. والوعي أيضاً هو المحصول الفكري الذي ينضوي عليه هذا العقل والتي تتعلق بالمفاهيم المختلفة التي تتمحور حول القضايا الحياتية والمعيشية.

النظرية التفاعلية: Interactive Theory

التفاعلية (Reactivity) :

باللغة العربية : تعريف في المعجم المعاني الجامع (تفاعلٌ) إسم منسوب إلى تفاعل ومتفاعل ، يحدث تأثير متبادلاً قوة تفاعل.

باللغة الإنجليزية : تعريف قاموس أوكسفورد

(Reactivity) تأثير شخصين أو شيئين على بعضهما البعض.

النظرية التفاعلية (interactivity Theory)

تعني التفاعل الذي ينشأ بين مختلف العقول والمعاني، والذي يعد سمة مميزه للمجتمع الإنساني ويستند هذا التفاعل علي أن يأخذ الفرد ذاته في الاعتبار وأن يحسب حساب الآخرين، أي أن يستوعب أدوار الآخرين.⁴

الإنفوجرافيك (تعريف إجرائي) :

يعد وسيلة تربوية تثقيفية تعتمد في إنشائها علي التصميم الجرافيكي بإستخدام مجموعة متوافقة من البرامج مثل (Adobe Illustrator – Adobe Photoshop).

ظهر التفاعل مع البدايات الأولى للبشر حيث وجب على الإنسان أن يحاول التكيف مع بيئته من خلال التفاعل الإيجابي معها

(5) يوسف نبيل راغب: المفهوم الفلسفي للفن التفاعلي كمدخل لتدريس التصوير في التربية الفنية ، رسالة دكتوراه، غير منشورة ، كلية التربية الفنية، 2008م، ص 1.
(6) شرين علي عبد الدايم: تصميم غلاف الكتاب الإلكتروني باستخدام التقنيات التفاعلية، رسالة ماجستير، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان، 2019، ص183.

(2) <https://student.alafdal.net/t260-topic>

(3) <https://www.unescwa.org/ar/sdglglossary>

(4) <http://damascusuniversity.edu.sy/human/FCKBIH/file.pdf>

تخيل توليفات غير متناهية من الأشخاص و الأشياء الذين يتفاعلون.

البعد الإدراكي للتفاعلية:

لقد دفع تطور الاتصال، بواسطة الحاسوب، الباحثين إلى دراسة كيفية تأثير الوسائط المتعددة على مختلف مظاهر الاتصال الإنساني. ولقد انصب اهتمامهم على عملية التفاعل الإنساني عبر الوسائط المتعددة، المتمثلة، أي العملية في " التفاعلية الحديثة"، أو عبر وسائل الاتصال الجماهيري، الذي يطلق عليه "التفاعلية التقليدية"، حيث ركز بعض الباحثين على طبيعة شخصية المستخدم وقدرته الإدراكية.

البعد النفسي الإجتماعي للتفاعلية:

يقوم البعد النفسي الإجتماعي للتفاعلية علي النموذج الإجتماعي التماثلي، الذي يربط الاتصال بواسطة الحاسوب بذلك الذي يحدث في التلفاز، إذ يتفاعل المستخدمون ذهنياً كائناً إنسانياً داخل الحاسوب، إذ يتفاعل الناس إجتماعياً مع الحواسيب. فنستنتج أن التفاعل مع الحاسوب إجتماعي، ويشبه الاتصال الشخصي، أكثر من الاتصال الجماهيري.

البعد التكنولوجي للتفاعلية:

إن التفاعلية من منظور البعد التكنولوجي تروج لها الصناعة وإعلاناتها حول التكنولوجيا الحديثة. ويركز هذا البعد على الخصائص الجوهرية في الوسائط التكنولوجية، لا على الرسالة، أو المستخدم، أو حتى العملية الاتصالية التفاعلية. فالتفاعلية هنا تشير إلى المستوى العالي نسبياً للوسائط الإلكترونية، والإمكانات الملائمة التي تسمح بها للتبادلات متعددة الاتجاهات. وتحدث التفاعلية بناءً على مدى توافر عدد من الخصائص في الوسيط الإلكتروني، حيث:

- يجعل الاتصال متعدد الاتجاهات.
 - يسمح للمشاركين بالتحكم في الفعل الاتصالي.
- يدعم تبادل الأدوار بين المشاركين في العمليات الاتصالية، والتواصل بين المرسل و المتلقي في نفس الوقت.¹⁰

التفاعلية هي التعبير عن مدي التبادل من خلال سلسلة من الاتصال حيث ترتبط كل رسالة بالرسالة السابقة عليها، وبهذا يعتبر الاتصال تفاعلياً عندما يتميز بدرجة عالية من الاستجابة ورد الفعل، وتظهر هذه الاستجابة عندما يقوم المتلقي بدور المرسل ويستجيب من الرسالة الأصلية وتمثل هذه الأستجابة المكون الأساسي للتفاعلية، ومن ثم لا يصبح الاتصال أحادي الاتجاه، بل عملية ديناميكية بين المرسل والمستقبل.⁽⁷⁾

أهمية التفاعلية:

- أكتساب المتلقي خبرات تعليمية و تثقيفية أفضل.
- تقديم طريقة تعليمية أكثر نشاطاً.
- زيادة الإلتباه و الدافعة لدي المتلقي.⁽⁸⁾

أبعاد التفاعلية:

حددت سلمى يحيى محمد جاد⁽⁹⁾ ثلاثة أبعاد للتفاعلية و هي:

تفاعل أحادي الإتجاه:

حيث يقوم المرسل بتحديد مسار للمتلقي في إتجاه واحد.

تفاعل ثنائي الأبعاد:

حيث يقوم المرسل بوضع حد يمكن أن يستجيب فيه لمدخلات المتلقي، ويندرج من الاستجابة لاختيارات المتلقي إلى استجابته لعرض الموارد بالشكل الذي يريده المتلقي، و هو جزء من عملية التفاعل الكلية بين المتلقي والرسالة، مثال: فلوحة العرض التفاعلية يجب أن تتكيف مع استجابات الزوار وتزودهم بالمعلومات المناسبة.

تفاعل متعدد الإتجاهات:

ويقصد به الأفعال الظاهرة للمتلقي للتحكم في سرعة استقبال الرسالة، والحقيقة التي تشجع على المشاركة النشطة و الفعالة.

البعد الإجتماعي للتفاعلية:

يهتم هذا البعد بدراسة عملية التفاعل الإجتماعي، المتمثلة في الطرق التي يتفاعل وفقها الأفراد بعضهم مع بعضهم البعض، وما يتخلل الحياة اليومية من تفاعلات ومتبادلات، وذلك لفهم المجتمع ككل. وبالفعل، فإن الذي يتأمل الحياة اليومية، يلاحظ كيف أن كل ما يحدث فيها هو تفاعل و تبادل على نحو ما، والتأثير المتبادل بين طرفين عاقلين أو غير عاقلين، أي إنسان من إنسان أو آلة مع آلة، هذا هو جوهر التفاعلية وعليه، يمكن لنا

(9) سلمى يحيى محمد جاد: "الأسس التصميمية للكتاب الإلكتروني التعليمي كمدخل للجذب و الإثارة في التعليم المعاصر"، رسالة ماجستير، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، 2014م، ص 86-87.

(10) <http://nenanablogdress.blogspot.com/2016/03/blog-post.html>

(7) تامر عبد اللطيف عبد الرزاق: أساليب التفاعلية كقوه مؤثرة في تصميم الأعلان، مجلة علوم وفنون، جامعة حلوان، دراسات وبحوث المجلد التاسع عشر، العدد الثاني، إبريل 2007، ص 174.

(8) السيد محمد ابراهيم شعلان: "تصميم و إنتاج برامج الوسائط المتعددة بإستخدام flash MX، دار الكتاب الحديث، ط1، 2011م، ص 79-80.

ثالثاً الفن التفاعلي: Interactive Art

هو الفن الذي يشترك في صنعه الجمهور، كجزء جوهري من هيكل العمل. والمكونات الأساسية لهذا الفن هي الفن بين الجمهور والعمل الفني، أو التفاعل المباشر مع الفنان، أو تفاعل الجمهور بعضهم البعض من خلال العمل الفني كوسيط. ويصبح العمل الفني عبارة عن آلة لتوليد المعنى، والمحرك لهذه الآلة هو اختيارات الجمهور، فكثير من فنون الفيديو والفنون التفاعلية تعطي اهتماماً كبيراً للعملية الإبداعية الفنية، دون إعطاء أهمية كبيرة لنتاج العمل الفني، أو دون وجود منتج ملموس لهذا العمل. هذا الجانب التي ظلت تفصل ما بين العلم و الفن.⁽¹³⁾

شكل (4) فن طباعة تفاعلية.¹⁴**رابعاً التصميم التفاعلي: Interactive Design**

هو نوع الإبداع لحواراً تصورياً ما بين الإنسان وبعض المنتجات الذكية أو بين الإنسان وبين عناصر البيئة المحيط والتي تتلقي وتصطدم بخبرة الإنسان اليومية.

التصميم التفاعلي يمكننا أن نطلق عليه "تصميم السلوك" والذي يعبر عن الإتجاهات الأساسية وهي الإنسان، التقنية والحس الجمالي.⁽¹⁵⁾

والتصميم التفاعلي هو التصميم الذي يستجيب لأي تفاعل يجري بينه وبين المستخدم أو المتلقي، والحياه حولنا مليئة بالتصاميم

ثانياً مفهوم التفاعلية من خلال أطراف العملية التفاعلية:**مفهوم التفاعلية من حيث المستخدم:**

إن التفاعلية هي طريقة المعالجة التفاعلية بالحوار وتعديل أشغال البرامج من خلال مراقبة النتائج أو التفاعلية وهي المدي الذي يسمح فيه للمتلقى بتعديل شكل ومحتوي البيئة الوسيطة ومحتواها في نفس الوقت.

أي أن التفاعلية تطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركة في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم لتبادلها ويطلق على هذه الممارسة "الممارسة المتبادلة أو التفاعلية"، وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل و يرسل في الوقت نفسه، كذلك المستقبل.

مفهوم التفاعلية من حيث العلاقة بين المرسل والمتلقي:

التفاعلية تعني الاتصال بين المرسل والمتلقي، أو بصورة أوضح هو الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المرسلين والمستقبلين.⁽¹¹⁾

مفهوم التفاعلية من حيث الوسيلة:

تعرف التفاعلية علي أنها ميزة الوسيلة التي يكون فيها المستقبل قادر علي التأثير في شكل أو محتوى البيئة الوسيطة.⁽¹²⁾

وعلي الرغم من اختلاف الباحثين في مجال الاتصال حول تحديد مفهوم التفاعلية إلا أنه يمكننا أن نستخلص مجموعة من النقاط الأساسية التي إتفق عليها كثير من الباحثين في أغلب هذه التعريفات:

- التفاعلية قد تكون تزامنية أو غير تزامنية، فالردشة مثلاً Chatting أده تفاعل تزامنية يشترط فيها وجود طرفي الاتصال المرسل والمستقبل في آن واحد.
- التفاعلية اتصال متبادل ذو اتجاهين من مرسل إلي مستقبل ومن مستقبل إلي مرسل فهو اتصال يصعب التميز فيه بين المرسل والمستقبل.
- الإستجابة هو جوهر الاتصال التفاعلي وبدونها لا يتم التفاعل.
- التفاعلية خاصة الوسيلة، فالوسيلة التفاعلية هي التي تتيح للمستقبل فرص التفاعل مع المرسل ومع المضمون في آن واحد.

(13) يوسف نبيل راغب: "المفهوم الفلسفي للفن التفاعلي كمدخل لتدريس التصوير في التربية الفني، رسالة دكتوراه، كلية التربية الفنية ، جامعة حلوان، 2008م، ص292.

(14) <https://benpartridge.wordpress.com> (14)

(15) تامر عبداللطيف عبد الرازق: مرجع سابق، ص176.

(11) تامر عبد اللطيف عبد الرازق: مرجع سابق ص 184.

(12) شهيرة فاروق جويلي: رؤية ديناميكية لتصميم الإعلان داخل محطات قطارات الأنفاق في مصر، رسالة دكتوراه، قسم الاعلان، كلية فنون تطبيقية، جامعة حلوان، 2014.

مسميات تطلق علي عمليات إنشاء الإنفوجرافيك ونشرة منها التجسيد البصري للبيانات Data Visualization أو تصميم المعلومات Design Information⁽²⁰⁾.

هو تمثيل بصري جرافيكي "رسمي" لمجموعة من المعلومات و البيانات و المعارف، في شكل مخططات و رسوم بيانية، بالإضافة إلي الرموز والنماذج الجرافيكية، فهو يعرض كمية كبيرة من هذه المعلومات في شكل ثابت أو متحرك، ثنائي الأبعاد أو ثلاثي الأبعاد، ومن ثم تكثيفها وتحويلها إلي مزيج من الصور والنصوص، مزودة بالمؤثرات البصرية والسمعية، فهي مصممة لجعل البيانات المعقدة أكثر وضوحاً حيث يسهل فهمها، مما يسمح للمتلقين بإستقبال وفهم المحتوى الأساسي لهذه البيانات بشكل مشوق⁽²¹⁾.

هو العملية التي تتم فيها الدمج بين المعلومات والمعارف "النص" يرافقه التصميم الجرافيكي "الصورة"، وهو شكل متخصص من التصور المرئي، الذي يجمع بين الكلمات والصور لإيصال رسالة معينة، وضعت تلك الرسالة لتحقيق هدف و نتيجة معينة.

فالإنفوجرافيك وظيفته الأساسية تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلي صياغات جرافيكية مبسطة وجذابة يمكن استيعابها بوضوح مما يوفر تواصل بصري فعال بين مرسل ومستقبل⁽²²⁾.

الإنجرافيك الثابت Static Infographic

حيث يتم عرض المعلومات من خلال تصميمات ثابتة يختار عناصرها ومحتواها المصمم، في صورة رسومات وصور ورموز يسهل فهمها وإستيعابها، عن طريق عمل سيناريو يوضح أبعاد ومكونات التصميم، مما يتطلب معرفه كافيه بأسس تصميم الإنفوجرافيك، وهو ما يشيع استخدامة في الصحافة اليومية⁽²³⁾.

المتفاعلة بدءاً من مفتاح الإضاءة، وصولاً إلي أجهزة المحمول والحواسيب التي تحتوي معظم أدوات التفاعل الرقمي.

بظهور التصميم التفاعلي منح المصمم مجالات أوسع للإبداع، حيث أصبح التصميم يحتوي عدة أبعاده يضاف إليها كيفية الربط البصري بين أبعاد التصميم التفاعلي المتعددة دون فقد وحدة التصميم⁽¹⁶⁾.

تعتمد الحملات الإعلانية علي الإنفوجرافيك حيث يعد الإنفوجرافيك وسيلة تربية ثقافية تعتمد في إنشائها علي التصميم الجرافيكي بإستخدام مجموعة متوافقة من البرامج مثل Adobe Photoshop – Adobe Illustrator⁽¹⁷⁾ يستخدمها مصمم متخصص في صياغة عناصر التصميم من الكتابات والصور والرسوم والجداول من خلال مجموعة من العمليات الإنشائية الجرافيكية، وفق منهجية معدة سلفاً في شكل خطوات تتابعية زمنية بهدف تقديم معلومات مبسطة بصرياً وسمعيّاً وربما تفاعلي بحسب الحاجة لذلك مراعيّاً توظيف نظريات ومبادئ التصميم المرئي بما يتناسب مع القدرات الإدراكية والفروق الفردية للمتلقين ويتحقق به المستهدفات التربوية والثقافية في ظل العرض الجمالي للرسالة المعلوماتية⁽¹⁸⁾.

تعريف تصميم الإنفوجرافيك:

يعرف قاموس اكسفورد Oxford كلمة Information بأنها المعرفة أو الحقائق عن شئ ما، أو شخصاً ما، كما يعرف كلمة تصميم " design " بأنها التخطيط أو رسم عن كيفية صنع أو إنتاج شئ ما لإظهار أو عرض شكلة ووظيفته، كما عرفها بأنها تعني تخطيط أو تطويراً لشئ ما بشأن عرض أو هدف محدد¹⁹.

فالإنفوجرافيك هو عرض مرئي لأي بيانات أو معلومات بهدف تقديم المعلومات بطريقة سريعة وواضحة. كما يمكننا تعريف الإنفوجرافيك اصطلاحاً علي أنه التجسيد البصري للمعلومات أو الأفكار، سعياً لتوصيل معلومات معقدة لجمهور ما بطريقة تمكنهم من فهمها وإستيعابها بسرعة ، وعندما نتجول في المراجع والكتب الأجنبية نجد أن هناك عده

(19) <https://en.oxforddictionaries.com/definition/design>

(20) محمد شلتوت: " الإنفوجرافيك من التخطيط إلي الإنتاج "، مكتبة الملك فهد الوطنية ، الرياض ، المملكة العربية السعودية، 2016 م، ص 110.

(21) إيناس عبد الرؤوف سيد عكة: مرجع سابق ص 19.

(22) شيرين علي عبد الدايم: " تصميم غلاف الكتاب الإلكتروني بإستخدام التقنيات التفاعلية"، رسالة ماجستير ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان، 2019م، ص 90 .

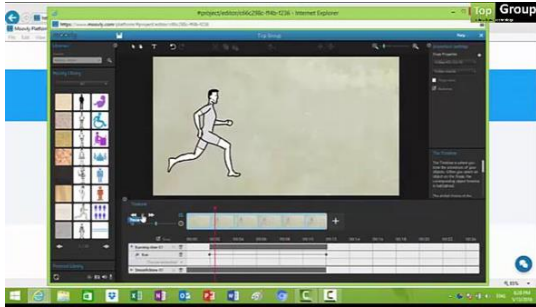
(23) شيرين علي عبد الدايم : مرجع سابق ص 93.

(16) هاني عبد الهادي صالح درويش الأشقر: البعد الفلسفي والجمالي للتفاعلية في تصميمات الوسائط المتعددة الجرافيكية، رسالة دكتوراه، قسم جرافيك، كلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان، 2013، ص 75.

(17) شروق عبد الله مختار محمد: "الأنفوجرافيك كمدخل لتدريس اللون لطلاب كلية التربية الفنية -" رسالة ماجستير- كلية تربية فنية - جامعة حلوان، 2017م.

(18) تامر زهير كتيبي: الإنفوجرافيك ومستويات تصميم الرسالة البصرية كمدخل إرشادي لمناسك الحج والعمرة -" رسالة دكتوراه- كلية التربية الفنية- جامعة حلوان، 2017م.

مقطوعات موسيقية، مؤثرات صوتية، أو تعليق صوتي وقد يشتمل علي الأصوات الثلاثة ويندرج تحته نوعان :



شكل (8) الإنفوجرافيك المتحرك.⁽²⁵⁾

النوع الأول: فيديو يصاحب إنفوجرافيك Video Based Infographic في هذا النوع من الإنفوجرافيك يتم كتابه سيناريو إخراجي، و يراعي عند تصميمة أن يتناول البيانات والمعلومات التي تظهر مصاحبة للفيديو أو الفيلم بصورة واضحة وجذابة.

وهناك نوع آخر من الإنفوجرافيك المتحرك الذي يتم إنتاجه بكيفية (Infographic video, Post Production)، حيث يتم إضافة رسوم وأشكال متحركة Animated Objects أو نصوص إلي الفيديو المسجل مسبقاً.

النوع الثاني: رسم أو تصميم متحرك Animated Infographic هو تصميم البيانات والمعلومات باستخدام عناصر من الرموز والأشكال المتحركة، والرسوم التوضيحية لتكون تصميماً متحركاً كاملاً، وهو من أكثر الأنواع انتشاراً.



كل رقم (9) إنفوجرافيك متحرك (رسم أو تصميم متحرك) من منظمة الصحة العالمية لمواجهة فيروس كورونا²⁶

الإنفوجرافيك التفاعلي Interactive Infographic يتم من خلاله عرض وإستخدام المؤثرات التفاعلية و الأدوات التي تساعد علي التفاعل أو المشاركة، ويستخدم في تصميمه برامج العروض التقديمية أو برامج التحريك المتنوعة، أي هو التصميم الذي يسمح للمتلقي بالتفاعل مع البيانات والمعلومات، ويعتبر



شكل (5) (6) (7) انفوجرافيك ثابت يوضح كيفية الوقاية من فيروس كورونا.⁽²⁴⁾
الوصف: هذا التصميم مبني داخل مساحة مربعة، مكون من شعار وزارة الصحة المصرية ورقم الخط الساخن للاستفسار والتواصل، وعدة رموز للادوات المستخدمة للوقاية من فيروس كورونا.
التحليل: التصميم يوضح المرحلة الأولي من الوقاية من الفيروس، حيث ارتبط أجزاءه فيما بينها لتكون جميعها وحدة واحدة، وتحقق علاقة كل جزء بالكل. ويحقق هنا من خلال الإيقاع الحيوي والديناميكي والتنوع داخل نظام الإنفوجرافيك يتم تحقيق الإيقاع عن طريق تكرار الرموز بأليه ثابتة و تظهر في تكرار العلامات الحمراء التي تظهر رموز مختلفة للوقاية وتنج عن التشابه الوحدات و المسافات دون اختلاف.

الإنفوجرافيك المتحرك Motion Infographic هو عبارة عن رسم تصويري، يعتمد علي جزء من مفهوم الرسوم المتحرك، يتم تقديمه في شكل فيديو، أو نراه في بعض المواقع الإلكترونية باستخدام تقنيات الويب المختلفة مثل HTML5-CSS3 والذي يتطلب أن يكون لتصميم سيناريو كامل للإخراج النهائي يوضح الحركة لكي تظهر صورة شيقة و ممتعة يتفاعل معها المتلقي، حيث يعتمد علي الصوت و الصورة معاً، وهو ما لا يستطيع الإنفوجرافيك الثابت أن يقدمه، معظم الإنفوجرافيك المتحرك يشتمل علي عنصر الصوت والذي يمكن أن يكون

(26) <http://www.emro.who.int/ar/surveillance-forecasting-response/emerging-diseases/mers-cov.html>

(24) <https://www.youtube.com/watch?v=fcxLrv18ToE>

جديدة للإنفوجرافيك تُثري الحملات الإعلانية، وقد اقترضت الباحثة أنه من خلال التحليل لبعض من المختارات التصميمية للإنفوجرافيك المؤسسات العامة قد نتوصل للقضاء على المشاكل التي تواجهها فإنه يجب العمل على القيام بتخطيط سليم لمثل هذه الحملات واتباع الأسس الصحيحة والخطوات العلمية والعملية التي تساعد على نجاحها.

وتتضمن نتائج البحث في الأتي:

1. إن الحملة الإعلانية عبارة عن برنامج إعلاني موجه إلي فئات معينة من الجمهور ويسعى إلي تحقيق أهداف إتصالية معينة من خلال مجموعة من الجهود المخططة والمدروسة وعادة ما تغطي فترة زمنية معينة يتم من خلالها التركيز علي عدد من الرسائل الإعلانية.
2. كيفيات توظيف مفهوم الإنفوجرافيك في مجال التصميم.
3. التصميم التفاعلي هو التصميم الذي يستجيب لأي تفاعل يجري بينه وبين المستخدم أو المتلقي، والحياه حولنا مليئة بالتصاميم المتفاعلة بدءاً من مفتاح الإضاءة، وصولاً إلي أجهزة المحمول والحواسب التي تحتوي معظم أدوات التفاعل الرقمي.

توصيات البحث :

1. حتمية الفهم الجيد لوظيفة الإعلان والتي تكون فى المقام الأول ايصال رسالة معينة لمجموعة محددة من المتلقين، فمصمم الإعلان لا تقف مهمته عند ابتكار أعمال جمالية إنما تظهر قوته فى إيصال رسالة واضحة أولاً ثم يعزز قدرته التصميمية بعناصر جمالية تجذب عين المشاهد.
2. ضرورة ارتباط المصمم بفكرة مواكبة القفزات التكنولوجية التي نعيشها والتي تؤثر على الحملات الإعلانية بشكل ملحوظ، فالمصمم اليوم بجانب وظيفته التصميمية هو شخص دائم البحث والإطلاع شغف بكل ما هو جديد ، ويضمن ذلك على تحقيق أفضل النتائج وتنوعها وتماشيا مع تطور البيئة المحيطة.
3. ضرورة الربط بين التصميم والشراكة المجتمعية ودور التصميم في خلق علاقة تعريف بين المجتمع وكلية التربية الفنية.
4. تدريس الرسم الرقمي وفن المتجهات بكافة مجالاته من خلال الكليات و المعاهد الفنية.
5. تناول المزيد من الدراسات التي تهتم بالجانب التوعوي من جانب التعرف علي كلية التربية الفنية والفرق بينها وبين الكليات الفنية الأخرى.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

من أفوي أنواع الإنفوجرافيك ، حيث يتكون من طبقات (Layers) متعددة داخل التصميم، ويسمح للجمهور المتلقي بإكتشاف المعلومات الممثلة في الإنفوجرافيك بطريقته الخاصة، للتعلم أكثر في البيانات الممثلة بصرياً، ويتم ذلك من خلال النقر علي أجزاء محددة من التصميم تحتوي مؤثرات مثل الوميض للمعلومات الهامة ، أو من خلال الإنتقال من وإلي أجزاء التصميم المختلفة.



شكل(10) انفوجرافيك تفاعلي

عند تصميم الحملات الإعلانية يجب اتباع الأسس والقواعد العلمية لتخطيط وتصميم حملة توعوية فهي الخطوة الأساسية للضرورة لإتمام العملية التصميمية في الحملات التوعوية الإعلانية بصورة سليمة من أجل تحقيق الأهداف المطلوبة منها وعلى رأسها الاتصال بالمتلقى والتفاعل معه وذلك عن طريق استخدام الوسيلة الإعلانية الأكثر تأثيراً وليس الأكثر إنتشاراً واستخدام الوسائل الإعلانية الغير تقليدية لأنها تعتبر بمثابة تفاعل مباشر مع المتلقى، ويأتي دور النظرية التفاعلية في محاولة انتقال المعلومات في قالب تفاعلي بمدخل يتفهمها المجتمع المتلقي، ومن هنا تأتي أهمية البحث وأسباب إختيار موضوعه والتي تقودنا بدورها إلى مشكلة البحث⁽²⁷⁾.

نتائج البحث :

من خلال البحث السابق تستخلص الباحثة مجموعة من النتائج التي تُثري مجال التصميم، حيث يدور البحث حول الحملات الإعلانية التوعوية و يتناول الإنفوجرافيك كمدخل لإثراء مجال التصميم ، وقد كانت أهداف البحث هي التوصل إلى مداخل وأشكال توظيف

(27)عبير على الدسوقي إبراهيم سالم 2015: " إستحداث معايير لتصميم إعلان حملات الخدمات العامة وتأثيرها فى التنمية البشرية فى مصر ، رسالة ماجستير، كلية فنون تطبيقية- جامعة حلوان، ص 98.

1. تامر عبد اللطيف عبد الرزاق: أساليب التفاعلية كقوة مؤثرة في تصميم الإعلان، مجلة علوم وفنون، جامعة حلوان، دراسات وبحوث المجلد التاسع عشر، العدد الثاني، إبريل 2007.
2. تماضر زهير كتيبي: الإنفوجرافيك ومستويات تصميم الرسالة البصرية كمدخل إرشادي لمناسك الحج والعمرة " - رسالة دكتوراه- كلية التربية الفنية- جامعة حلوان، 2017م.
3. حملات التوعية العامة والخطوات الأساسية اللازمة لنجاحها " - صحيفة يومية تصدرها مؤسسة الجزيرة للصحافة والطباعة والنشر- الطبعة الأولى، 2000م.
4. سلمى يحيى محمد جاد: "الأسس التصميمية للكتاب الإلكتروني التعليمي كمدخل للجذب و الإثارة في التعليم المعاصر" ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الفنية ، جامعة حلوان ، 2014م.
5. السيد محمد إبراهيم شعلان: "تصميم و إنتاج برامج الوسائط المتعددة بإستخدام flash MX ، دار الكتاب الحديث ، ط1، 2011م.
6. شروق عبد الله مختار محمد:"الأنفوجرافيك كمدخل لتدريس اللون لطلاب كلية التربية الفنية " - رسالة ماجستير- كلية تربية فنية - جامعة حلوان، 2017م.
7. شهيرة فاروق جويلي: رؤية ديناميكية لتصميم الإعلان داخل محطات قطارات الأنفاق في مصر، رسالة دكتوراه، قسم الاعلان، كلية فنون تطبيقية، جامعة حلوان ، 2014.
8. شيرين علي عبد الدايم: " تصميم غلاف الكتاب الإلكتروني بإستخدام التقنيات التفاعلية"، رسالة ماجستير ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان، 2019 م.
9. عبير على الدسوقي إبراهيم سالم 2015: " إستحداث معايير لتصميم إعلان حملات الخدمات العامة وتأثيرها فى التنمية البشرية فى مصر، رسالة ماجستير، كلية فنون تطبيقية- جامعة حلوان
10. محمد شلتوت: " الإنفوجرافيك من التخطيط إلي الإنتاج "، مكتبة الملك فهد الوطنية ، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2016 م
11. هاني عبد الهادي صالح درويش الأشقر: البعد الفلسفي والجمالي للتفاعلية في تصميمات الوسائط المتعددة الجرافيكية، رسالة دكتوراه، قسم جرافيك، كلية الفنون الجميلة، جامعة حلوان، 2013.
12. يوسف نبيل راغب: المفهوم الفلسفى للفن التفاعلى كمدخل لتدريس التصوير فى التربية الفنية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية التربية الفنية، 2008م.

ثانياً: المواقع الإلكترونية

13. <https://al-ain.com/article/corona-egypt-pcr>
14. <https://alqabas.com/article>
15. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/design>
16. <https://www.youtube.com/watch?v=fcxLrv18ToE>
17. <http://www.aljazirah.com/2000/20000708/fu1.htm>
18. <http://www.emro.who.int/ar/surveillance-forecasting-response/emerging-diseases/mers-cov.html>
19. <https://benpartridge.wordpress.com>