



مقال بحثي
كامل

المحتوي الدعائي وعلاقته بالتلقي الإدراكي (دراسة تحليلية)

* هاجر يحي توفيق

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

البريد الإلكتروني: haier.tawfiq@gmail.com

تاريخ المقال:

- تاريخ تسليم البحث الكامل للمجلة: 11 يونيو 2022
- تاريخ القرار الأول لهيئة التحرير: 13 يونيو 2022
- تاريخ تسليم النسخة المنقحة: 16 أغسطس 2022
- تاريخ موافقة هيئة التحرير على النشر: 23 أغسطس 2022

الملخص:

تناولت الباحثة في هذا البحث تعريف المحتوى الدعائي وأهدافه و مدي تأثيره علي توصيل الرسالة المقدمة للمتلقي ، ويعد المحتوى الدعائي من أهم مقومات نجاح أي عملية دعائية ، فعندما تحتاج المؤسسات أو الأفراد الإعلان عن نفسها عادة ما تلجأ إلي متخصصين في مجال الدعاية ، كما يعرفنا البحث علي الصفات التي يجب توافرها في أي محتوى دعائي مقدم و ما هي العناصر المطلوبة لنجاحه، أيضاً هناك خطوات يجب مراعاتها عند إنشاء محتوى دعائي يجب عدم التغاضي عنها أثناء تصميم و بناء أي محتوى دعائي للمؤسسات ، و يظهر البحث مدي علاقة بين المحتوى الدعائي و عملية التلقي، ثم ينتقل البحث إلي تعريف التلقي و أهمية دورة في توصيل الرسالة و مصطلحاته ، و يتطرق البحث إلي تعريف الإدراك و خصائصه و عوامله و تعريف نظرية التلقي الإدراكي و ما هي علاقتها بالمحتوي الدعائي و مدي تأثيره علي إثراء عملية تصميم المحتويات الدعائية بشكل عام بهدف الوصول إلي إثراء الجوانب الجمالية و التشكيلية و نجاح وصول الرسالة المرجوه .

الكلمات المفتاحية: المحتوى الدعائي ، التلقي ، الإدراك ، التلقي الإدراكي.

تمهيد :

الأفراد بعضهم البعض ،ويعتبر المحتوى الدعائي أذاه تساعد علي الإرتقاء بالمجتمعات بإستطاعتها تحسين الجانب الإقتصادي والثقافي أيضا ،و في هذا البحث تتطرق الباحثة إلي العوامل المؤثرة علي المحتوى الدعائي وعلاقتها بالتلقي الإدراكي .

مشكله البحث:

تري الدراسة الحالية أنه من الضروري التعرف علي العوامل المؤثرة علي المحتوى الدعائي من الجوانب الفنية و البيئية فتسهل علي المصمم إنشاء محتوى دعائي قائم بطريقة صحيحة قادراً علي الوصول بطريقة سليمة طبقاً للخطة التي تم بناءها من خلال عملية التلقي الإدراكي وعلي هذا تتحدد مشكلة البحث في طرح التساؤل التالي :

إلى أي مدى يظهر تأثير المحتوى الدعائي من خلال نظرية التلقي الإدراكي ؟

هدف البحث

يهدف البحث إلى الإستفادة من التعرف على علاقة المحتوى الدعائي بالتلقي الإدراكي .

فرض البحث :

يمكن إثراء البنية التصميمية للمحتوى الدعائي من خلال عملية التلقي الإدراكي.

حدود البحث

المحتوي الدعائي و التلقي الإدراكي

منهجية البحث

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي المرتبطة وتحليل وإستخلاص القيم الجمالية للمحتوي الدعائي و علاقته بالتلقي.

أولاً : المحتوى الدعائي Advertising content

يعتبر المحتوى الدعائي أحد عمليات الإتصال حيث توصيل الرسالة من الرسائل الى المرسل إليه، يقدم الخدمات للمجتمع وبخاصه الخدمات الثقافية التي تساعد على الإرتقاء بالمتلقي وتغذية عقلة ، فعند تكوين المحتوى الدعائي يجب ان يبدأ بفكرة وهذه الفكرة يجب أن تكون قابلة للتففيذ وذلك يتم عن طريق الإستناد إلى بعض العناصر الشكلية سواء مادية او معنوية ، ومن خلال تحويل الأفكار إلى صور حيه تستخدم المحتوى الدعائي وتساعد في وصوله بالطريقة المناسبة.

ويسمى المحتوى الدعائي باللغة الانجليزية Advertising content وبالعربية يدعي (المحتوى الدعائي والمحتوى المدفوع أو المحتوى المدعوم)، ففي الحقيقة هو ليس شيء حديث بل كان موجوداً من مئات السنين، ولكن بشكل مختلف متناسب مع كل

يعد المحتوى الدعائي من أهم مقومات نجاح أي عملية دعائية ، فعند إحتياج المؤسسات أو الأفراد الإعلان عن نفسها عادةً ما تلجأ إلي متخصصين في مجال الدعاية ، و من الضروري أن يكون المتخصص علي دراية تامة بجميع جوانب وعوامل المحتوى الدعائي ، لأن ذلك يؤثر بشكل سلبي أو إيجابي علي نجاح هذه العملية ، ويعتبرالمحتوى الدعائي من الوجهات الرئيسية لإظهار أي محتوى وهدفة التعريف بنفسه و بذاته الخاصه التي تميزه عن غيره في مجتمعة المحيط، لذلك فإن المحتوى الدعائي له تأثيراً أكبرعلى المتلقي، ويعتبر أحد وسائل الإتصال ذات الأهمية لدى المجتمع فلا طالما سعي الإنسان منذ بداياته في التعريف بذاته، وذلك بإختلاف الطرق المتعددة إلى أن وصل للعصر الحديث وبدأت أساليب المحتويات الدعائية في الظهور بشتي أوجهها المختلفة والمتنوعة.

ويعكس المحتوى الدعائي في مجال التصميم مضمون العناصر التي تجمع بين الوحدة والإختلاف والتميز في أسلوب التفكير وتداعي الأفكار وتنوعها وإرتباطها ببعضها البعض، وبدوره يستطيع أن يحدث نوعاً من التحدي لدى المتلقي حيث يتعرف علي المعني الحقيقي وراء هذا الإبداع، ويتضمن المحتوى الدعائي العديد من النماذج الذي يقدم من خلاله فيظهر من خلال إعلانات ذات أشكال متعددة تقدم كمطبوعات ورقية أو من خلال وغيرها،، تهدف إلى إرشاد المتلقي عن معلومة أو رسالة ما . Multimedia الوسائط المتعددة ،فالإرشاد عملية تقوم علي خطوات متتابعة تقدم العون من المرسل إلي المستقبل من خلال تصميم ، ومصمم المحتوى يجب أن يكون شخص مؤهل قادر علي معرفة إحتياجات المتلقي ،كما يستطيع أن يوضح المعلومات والبيانات المراد توصيلها للمتلقي بصورة سهلة وبسيطة، مع الأخذ في الإعتبار دراسة كفايات وطبيعة جمهور المتلقي؛ ومراعاة الخصائص العمرية والمستوى الثقافي إلى جانب إلمام المصمم بالمعلومات والبيانات المطلوبة، كما أنه من الضروري تحقيق إبتكارية تناول التصميمات المقدمة فهي الهدف الأساسي لتوصيل المعلومة كما يجب.

كما يساعد المحتوى الدعائي على إنشاء ثقة بين المتلقي و الجهة المعلن عنها ، ويستخدم المحتوى الدعائي جميع الأطراف الموجودة في عملية التلقي كما أن له القدرة علي الوصول إلي العديد من الفئات ،ويعد المحتوى الدعائي وسيلة أساسية ذات أهمية كبيرة في خدمة المجتمع ،وأيضاً يساعد على تعريف

وهناك بعض الخطوات التي نحتاج إليها للتأكد من وصول المحتوى الدعائي بالشكل المرجو منها:

تحليل إحتياجات الفئة المستهدفة :

عند التفكير في عمل محتوى دعائي يجب مراعاة وفهم الفئة المستهدفة، فالأشخاص المتلقين دائماً ما يميلون إلى المحتويات الجديدة التي تخاطبهم بطريقة تحترم عقولهم فعلى سبيل المثال تعد شركة (بازفد) Buzz Feed التي تتميز بنشاطات دعائية في جيدة النوعية التي تميز على مواقع الويب⁽²⁾.. أنظر شكل (1)

BuzzFeed

شكل (1) العلامة التجارية ل BuzzFeed

<https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D8%B2%D9%81%D9%8A%D8%AF>

مراعاة أن يضيف المحتوى قدراً ثقافياً يحترم العقول:

علي مقدمي المحتويات الدعائية تقديم و إحترام عقول الفئة المستهدفة فذلك يتضمن نجاح وصول المحتوى بالطريقة المناسبة، مما يساعد علي إستمرار التأثيرعليهم وثبات المعلومات المقدمة إليهم .

يجب أن لا يقوم المحتوى الدعائي على التخمين من خلال خيال المصمم:

من الواجب علي مصمم المحتوى الدعائي دراسة جميع الجوانب الخاصة بتقديم المحتوى بشكل شامل و ذلك يضمن الوصول الي أهدافه المرادة .

صفات المحتوى الدعائي :

الصفات التي يجب توافرها في المحتوى الدعائي :

- يجب أن يكون قادراً على جذب المتلقي وإستهداف الفئة المطلوبة.
- المحتوى الدعائي هو أداة قوية ذات تأثير إيجابي على المتلقي.
- تتوافر فيه مقومات مثل المرونة والمصداقية والوضوح.
- أن يكون مبنى و مصمم ليتناسب مع الجمهور المستهدف.

عناصر نجاح المحتوى الدعائي :

عصر وتقنياته المختلفة وقد تطور مع التطورات التقنيه ومع ظهور الطرق الجديدة والتغيرات المستمرة.

فهو محتوى يقوم صاحبه بنشرة بطريقة مختلفة بإستخدام الورقيات أو عن طريق صفحات الويب وهو يعتبر شكلاً شائعاً من أشكال التسويق يجعل الوجهة التي يعلن عنها زادت شهرة وجديرة بالثقة.

ولا يقتصر المحتوى الدعائي على محتوى واحد فقط (بل ممكن أن يكون مكتوب أو مصوراً أو فيديو...)، وعادئاً ما يلجأ صاحب المحتوى الدعائي إلى المتخصصين من المصممين المحتوى الدعائي.

ولكى يكون المحتوى الدعائي فعالاً بشكل صحيح يجب أن يوضع في مكانه الصحيح ولايجب أن يكون إعلاناً متطفلاً على المتلقي وفي غير محله، ودائماً ما يتطور المحتوى الدعائي مع التطور التقني و يضاف إليه الجديد بإستمرار، و المحتويات الدعائية دائماً شاملة فهي تتضمن إشباع الأهداف المبنية لأجلها فتقوم بعرض محتوى معين لمؤسسه ما لتصل إلى أشخاص بأعينهم يبحثون عنه فعلياً، فهو يعتبر وسيلة مقنعة تخبر الجمهور المستهدف عن الخدمة التي يقدمها، ويعتبر المحتوى الدعائي من أهم أجزاء عملية التلقي فهو يعتبر أداة التوصيل بين الراسل والمرسل إليه، و يتطلب تنفيذ و تقديم محتوى دعائي مهارات معينة وخطط واعية ومدروسة جيداً. وهوأحد أنواع التصميمات الرقمية digital designs " والتي تتضمن إستخدام الحاسب برامج والإنجاز وظائف محدده"⁽¹⁾.

وتعد البرامج الرقمية من خلال إستخدام الكمبيوتر ما هي إلا وسيلة بين الصورة والمصمم الإعلاني فيتم من خلالها تقديم محتوى تصميمي بصري للمتلقي.

أهداف المحتوى الدعائي :

إن نجاح المحتوى الدعائي يتوقف على تحديد الأهداف التي ينشأ لأجلها فيقوم بتقديم خدمة ما، كما يسعى إلي تغذية الجانب الثقافي لدى المتلقي، أيضاً يعمل علي خدمة الجهمه المؤسسة للمحتوى الدعائي وأمام ذلك تقدم خدمة للجمهور مع إختلاف جهات الخدمات من مادية أو معنوية وحتى وجدانية.

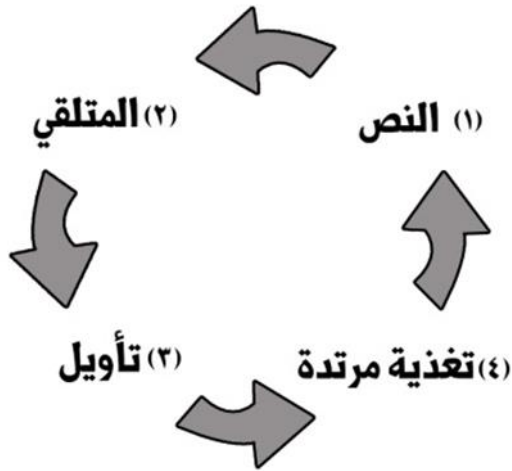
⁽¹⁾ هاني صلاح محمد عبد الباقي بدوي: " التصميم الرقمي كمدخل لإثراء الإعلان الإرشادي المتغير لأطفال المرحلة العمرية 12:14 سنة " رسالة دكتوراه - كلية التربية الفنية - جامعه حلوان 2017، ص 12

⁽²⁾ <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D8%B2%D9%81%D9%8A%D8%AF>

التلقي علي العمل والمتلقي سوياً ، ولنظرية التلقي تأثيراً قوياً على التذوق الفني والارتقاء بشأن المتلقي.

لم تكن أبداً نظرية التلقي وليد فكرة فرد واحد لكنها جاءت نتاجاً لعمل جماعي مرتب ومنظم،" ويعد الناقد والمؤرخ الأدبي الالمانى يا وس HR Jauss أهم رواد نظرية التلقي الذي قام بالتركيز على المتلقي أكثر من منشئ المحتوى⁽⁵⁾.

"فقد أوضح يابوس في كتاباته معنى المصطلحين المشكلين لتسمية النظرية الجديده فالتلقي يعني الإستقبال والتملك والتبادل"، أما عن مفهوم التلقي عند (روبرت هولب) هو الفعل العوازي للإبداع وحينها قد يختلط مفهوم التلقي ومفهوم الفاعلية التي يحدثها العمل، برغم وجود فارق بينهما لأن إرتباط التلقي يكون بالمتلقي بينما أرتباطة الفعلياً يكون مع العمل نفسه، فنظرية التلقي عند روبرت هولب تشير إلى ذلك التحول في الإهتمام بالعمل والمتلقي كما يرجع مفهوم التلقي الي العديد من الفلاسفة ومنهم (ميشال ريفاتير ونورمان وهولاند وجولاند وجونثان وكولر وستانلي فيش)⁽⁶⁾ وهم يعدون من أهم منطري نظرية التلقي⁽⁶⁾. أنظر الشكل (2)



شكل (2) يوضح تحليل لعملية التلقي

المرجع : رحاب محبوب على الجزائر: مرجع سابق، ص 35

عن أهمية تلقي العين لما حولها من مدركات يطالعنا إبن حزم بقولة : وأعلم أن العين تنوب عن الرسل، يدرك بها المراد ، والحواس الأربع أبواب إلى القلب، ومنافذ إلى النفس، والعين

- أن يكون قادراً على حل المشكلات التي تواجهه في ذهن المتلقي.
- أن يحتوي على رسالة سهلة ومباشرة .
- قادراً على الوصول بسرعة ومرونة .
- أن يتوفر في المحتوى الدعائي علامات جاذبة للمتلقي.
- التأثير العاطفي والقدرة علي تحقق التوازن مع مراعاة الخصائص المميزة لدي المتلقي .
- يجب أن يوضع المحتوى الدعائي في مكانة الصحيح لضمان تحقيق أهدافه المرجوه.
- أن تكون العناصر المستخدمة من صور وكتابات وغيرها قادرة على جذب المتلقي فتدفعه إلى إستكمال عملية التلقي بدون ملل أو نفور.
- إختيار اللغة المناسبة للفئة المستهدفة ، فاللغة التي يخاطب بها البالغون ليست هي نفسها التي يخاطب بها المراهقين أو الاطفال.

خطوات إنشاء المحتوى الدعائي :

- تحديد الجمهور المستهدف.
- تجميع كل المعلومات الخاصة بما يقدمه.
- تحديد نوعية الوسيلة التي يقدم بها المحتوى، الدعائي فكل وسيلة لها نمط تصميمي معين.
- الحرص على توصيل المعلومة المراده تلقيها بطريقة مباشرة و بدون تشتيت . أو كما يقول البعض (ما قل ودل).
- أما عن تصميم المحتوى الدعائي فيجب على المصمم إختيار الكتابات المناسبة والعناوين المقدمة يجب أن يكون التصميم قادراً على لمس مشاعر المتلقي و يستطيع أن يؤثر فيه.

ثانياً : نظرية التلقي

"يرجع تاريخ ظهور نظرية التلقي إلي بدايات القرن العشرين حتي فترة الخمسينيات ،وهي الفترة السابقة لظهور نظرية التلقي الحديثة، التي نشأت من خلال جهود العلماء الألمان في فترة الستينيات"⁽³⁾.

"ويعد لفظ تلقي هو مرادفاً لمعنى الإستقبال والأخذ بحرص و تلقي الدرس تلقينه وتلقي العلم أخذة و فهمه"⁽⁴⁾، وتركز نظرية

(5) رحاب محبوب على الجزائر" نظرية التلقي لتنمية التذوق الفني للقيم الجمالية للفنون الإسلامية كمدخل لاعداد برنامج تلفزيوني مقترح " رساله دكتوراه، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، 2017، ص 27

(6) رحاب محبوب على الجزائر: مرجع سابق، ص 35

(3) طارق بن محمد المقيم:" المتلقي في دراسات عبد الرحمن شكري النقدية في ضوء نظرية التلقي، كلية الدراسات العامة، قسم الدراسات الإسلامية واللغة العربية، طهران ص124 .

(4) معجم المعاني الجامع www.almaany.com

وعلى هذا فالتلقي هو الذي تتعدى رؤيته مجرد الإبصار فيكون المتلقي قادراً على مطابقة المدركات البصرية التي تكون ناتجة عن مخزون بصرى و خبرات قليلة والمفردات التراثية المتوافقة مع اللاشعور الإجتماعي لإستحضار بذلك قدرات إدراكية تحليلية وتأويلية خاصة به، والتي قد تتباين بتعدد المشاهدات لذات المدرك البصري.

أفق التوقعات :

إن عناصر التصميم ككل لأي مدرك بصرى لم تأتي هباءً أو بالصدفة فإن كلاً منها وضع لإيصال رسالة أو قول شيء ما، حيث أن "أفق التوقعات يتمثل فيه مجموعة من التوقعات التي يتسلح بها المتلقى عن وعي وتناولة للعمل وإدراكية، والذي تتم من خلاله عملية بناء المعنى نتيجة إدراكية لمعنى الصورة الذهنية للعمل الذي يتلقاه"⁽¹²⁾.

وهي تشكل أفق التوقعات للمتلقى نتاجاً إلى مرجعيات والثقافية والمجتمعية مما يحذوا به الي توقعات معينة وذلك ما يوضح أهمية المرجعيات الثقافية والفكرية السابقة ومدى تأثيرها في بناء أفق التوقعات، "وقد كان ل(ياوس) الفضل في تطوير مصطلح (الأفق) الذي لم يكن جديداً، فقد أصبح ما سماه (أفق التوقعات) يمثل ركيزة أساسية في تشكيل نظريته حيث هو نظام العلاقات، أو جهاز عقلي يستطيع فرد إفتراضي أن يواجه به أي نص، ويربط (ياوس) بين عملية التلقي وأفق التوقعات على أساس ان المتلقي يعيد بناء هذا الأفق، ومن ثم يمكن قياس أثر أو واقع على أساس الأفق الذي تم استخلاصه من هذه الاعمال"⁽¹³⁾

"ويلخص مفهوم أفق التوقعات" في أنه التنبؤات الثقافية أو الفنية التي يتطلع إليها المتلقي عن قصد في تناول النص هو الترجمة الأولية للإشارات المرسله من قبل العمل ونتائج لتفاعل نشط بين المحتوى ومرجعيات المتلقي ثقافية والفكرية.

ومما لا شك فيه أن مصطلح أفق التوقعات يلعب دوراً بارزاً في أطوار نظرية التلقي فهو مصطلح يجسد إستراتيجية التلقي، وعن

أبلغها وأصحبها دلالة، وأوفاهها عملاً ولو لم يكن من فضل العين إلا أن جواهرها أرفع الجواهر وأعلاها مكاناً لأنها لا تدرك الألوان بسواها ولا شيء أبعد مرمى ولا أنأى غاية منها"⁽⁷⁾.

"ولقد قدم ياوس مفهوماً لنظرية التلقي في اطار نظرية الإتصال وقد أفاد بلا شك لأصحاب نظرية التلقي بأن التلقي ليست سوي جانب واحد من عملية أكثر تعقيداً وشمولاً"⁽⁸⁾. وتولي نظرية التلقي الإهتمام بالعلاقة بين الرسالة والمتلقي وتركز على التفاعل بينهما ومن جهة أخرى تجعل من المتلقي الجزء الأساسي والفعال في إنتاج الدلالات، وأحياناً يخلط التلقي إدراكاً لتحليلات وتفسيرات لم تكن بالفعل مقصودة، فعلي سبيل المثال "لوحة الموناليزا حيث تفرضها و تميزها من خلال المشاهدة المتعاقبة، أظهرت عده تحليلات من المؤكد أن ليوناردو دافنشي لم يكن يقصدها"⁽⁹⁾ ولذلك تعتبر نظرية التلقي هي نظرية شمولية.

إن نظرية التلقي هي "تلك التي ظهرت كرد فعل نظراً لتوسع نطاق التواصل الإنساني والتي من شأنها إنصبت على وظيفة الإعلام الجديد في محاولة للاستجابة لعصر التطور والخروج عن الأساليب التقليدية القديمة في التواصل بين البشر والسعي الي أساليب جديدة"⁽¹⁰⁾.

مصطلحات نظرية التلقي

المتلقي:

المتلقي الذي نحن بصدده والمعنى به في البحث الحالي هو من يتلقي العمل أو المحتوى وبخاصه طفل مرحلة مراهقة المبكرة، أما عن نظرية التلقي بصفه عامه هو الذي يكون مكملاً للعمل، ويكون له إستعداد على تلقي العمل وقادراً على التأثر والتأثير فيه وقد يستطيع أيضاً أن يكون مكملاً له وذلك دون قيود لخياله، وذلك ما يكون له دوراً في المساعدة على بناء هوية المتلقي، و فيما مضي كان ينظر إلى المتلقى بأنه مجرد مستقبل للرسالة، ولكن ما نشهده اليوم من تطور لنظرية التلقي أصبحنا نرى المساهمة الفعالة لدورالقارئ بصورة مباشرة وغير مباشره كما ازدادت جمالية المحتوى المقدم إليه،" و من هنا لم يعد دور المتلقي دوراً سلبياً ولم تعد استجابته للمحتوى عفويه ترضى عطشه للجمال"⁽¹¹⁾

(11)نظرية التلقي بين ياوس وايزر، دكتور عبد الناصر حسن محمد، كليه الآداب جامعة عين شمس، 2002 م، ص2

(12) رحاب محبوب على الجزائر: مرجع سابق، ص 30

(13)عز الدين إسماعيل، نظرية التلقي مقدمة نقدية روبرت هولب، كتاب مترجم، دار نشر المكتبة الأكاديمية، الطبعة الاولى، 2000، ص15

(7) رحاب محبوب على الجزائر: مرجع سابق، ص 23

(8)عز الدين إسماعيل، نظرية التلقي مقدمة نقدية روبرت هولب، كتاب مترجم، دار نشر المكتبة الأكاديمية الطبعة الاولى، 2000، ص19

(9) رحاب محبوب على الجزائر: مرجع سابق، ص 24

(10) رحاب محبوب على الجزائر: مرجع سابق، ص 24

الفجوات :

يترك صانع العمل في المحتوى الذي يقوم بتقديمه أو رسالته فراغات أو فجوات ليطلق العنان للمتلقي ليقوم بملئها مستعيناً مرجعياته الخاصة ، ويمكن أن نشير إلى أنه " يعاد تشكيل المعنى عن طريق التأويل في كل تلقى عملاً ما يهدف سد الفجوات التي يكتشفها في أسماء مجاورة العمل أو المحتوى فتتحول إلى عملية إبداع"⁽¹⁸⁾ .

تعريف الإدراك :

" الإدراك هو أن يضع الإنسان ما حولة من الأشياء والأحداث باستخدام الحواس"⁽¹⁹⁾ .

تعريف إجرائي "للإدراك" : عملية تنظيم للمستقبلات الخارجية المحيطة بالفرد و القيام بعملية تحيلها وتفسيرها فيعطي لها معنى مما يسهل عليه التعرف على بيئة المحيطة .

ويعتبر الإدراك ذو أهمية كبيرة في حياتنا فهو يساعد علي إلمانا بكل ما هو حولنا من إنطباعات ومثيرات متعددة ومختلفة من خلال إستخدام حواسنا بأكملها.

ولكي تتم عملية الإدراك يجب أن يكون الفرد متيقظاً لها ولديه بعض المعلومات الخلفيات التي تم تخزينها من قبل وتسمى هذه المعلومات المخزنة (بالخبرة البصرية) ، " وهي تلك الخبرة يكتسبها الفرد بالنظر المباشر إلي مكوناتها ومعرفه وما يميزها وأوجه الشبه بين عناصرها"⁽²⁰⁾، ومما لا شك فيه أن الإدراك يقوم بتوضيح معاني الصور التي تنقلها الحواس بمختلف أنواعها، ويرى شاكر عبد الحميد أن الإدراك يقوم على إعطاء المعنى للمثيرات الحساسة المختلفة التي ترد إلى المخ عبر أجهزة الإحساس وقنواته الرئيسية، فنحن نحتاج خلال عملية الإدراك إلى سماع الأصوات ورؤية الأشكال و شم الروائح و لمس الأجسام الصلبة واللينة والتذوق للأطعمة وغيرها، لكن كل هذه المثيرات الحسية ذاتها تعتبر قليلة الأهمية ، ولا تكتسب أهميتها الكبرى إلا من خلال عملية الإدراك "⁽²¹⁾ .

مفهومة عند أجاميرا " أنه لا يمكن فهم أي حقيقة دون أن تأخذ بعين الإعتبار العواقب التي ترتبت عليها"⁽¹⁴⁾ وقد خلصت الباحثة الى مفهوم أفق التوقعات (بأنها عملية إدراكية لمحتوى ما يتم من خلالها إستنتاج مجموعة من التنبؤات الفكرية تقوم على خلفية سابقة الخبرات الثقافية المخزونة في ذهن المتلقي) .

بناء المعنى :

عند الوصول إلى مرحلة بناء المعنى تأتي هنا وظيفة إدراك المتلقي والتوجه الى إستنتاج أو إستنباط للمعنى المقصود بالرسالة أو محتوى المطروح في محاولة فك شفرات،" لذلك يستلزم لتحديد المعنى في هذه النظريات التعامل مع مفهوم (الفجوات) داخل العمل الفني أوالمحتوى المقدم أوالرسالة فيسهم المتلقي في بناء المعنى، فيتك صاحب العمل أوالمحتوى تلك الفجوات ليمثلها المتلقي"⁽¹⁵⁾، وذلك يساعد على تشكيل هوية المتلقي ويسمح على العمل شركة بينهما،وتستخلص الباحثة مفهوماً لبناء المعنى فيما يلي (أي أنها هي العملية التي تأتي بعد مرحلة التوقعات لتحاول الوصول إلى المعنى المرجوا منها).

جماليات التلقي :

" لقد لاقت نظرية جماليات التلقي منذ نشأتها في ألمانيا الغربية صدى طيباً لدى الكثير من الناس، ولقد ارتبطت بدايتها بجامعة كونستانس بجنوب ألمانيا فان أبرز ممثليها هانزروبرت ياوس (H R Yasuss) وفلفجانج أيزر (Wolfgang Iser)⁽¹⁶⁾ " وقد وضع (يا وس) و (أيزر) رائد مدرسة (كونستانز الألمانية) هيكلًا نظرياً لما يسمى بجماليات التلقي (Reception Esthetique) وهي تجمع بين جمالية النص وجمالية تلقيه ، إستناداً إلى تجاوبات المتلقي وردوة فعلة"⁽¹⁷⁾ ، وهذه النظرية وما تبعها من نظريات جعلت هناك إهتماماً كبيراً بجماليات التلقي في أكثر منها بجماليات التأثير.

(19) آيات حسني أحمد أحمد " الأسس التصميمية المتتابعة كمدخل لتأكيد الهوية الثقافية تصميم مجلة للطفل المصري" رسالة ماجستير- كلية التربية الفنية- جامعه حلوان 2016 ،ص104

(20) أمينة حسين عبد الوهاب عبد الرحمن"الخبرة البصرية للمتلقى وعلاقتها بإدراك الإعلان الصحفى التفاعلى "رسالة ماجستير ، كلية الفنون التطبيقية ،جامعة حلوان 2020 ، ص 25

(21) محمد يحيى محمد عبده سليمان " تصميم محتوى الأنشطة البصرية للأطفال فى ضوء النظريات المنظمة لعملية الإدراك وقياس أثره" رسالة دكتوراة، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، 2008 ، ص 147.

(14) عبد الناصر حسن محمد ، طريقه التلقي عند ياوس و ايزر، دار النهضة العربية ، 2002،ص168

(15) رحاب محبوب على الجزار: مرجع سابق ،ص 31

(16) عبد الناصر حسن محمد ، نظرية التلقي بين ياوس وايزر، كلية الآداب جامعة عين شمس، 2002 م،ص3.

(17) رحاب محبوب على الجزار: مرجع سابق ،ص 32

(18) رحاب محبوب على الجزار: مرجع سابق ،ص 33

يتأثر الإدراك بالعمر والنوع : يختلف الإدراك حسب الفئات العمرية المختلفة.

الإدراك يتأثر بالخبرة الحسية : تعدد الخبرات الحسية السابقة شيء أساسي يساعد على سهولة عملية الإدراك فهي تمكن الفرد التمييز بين الأشياء ذات السمات المختلفة.

العوامل المؤثرة على الإدراك:

على الرغم من تعدد الظروف وإختلاف المهارات، وإختلاف الفروق الفردية المحيطة بعملية الإدراك إلى أنه هناك عدة عوامل تؤثر في هذه العملية ومنها :

الإنتباه – الثبات- الدافعية- التنظيم –الوجهه- الخبرات السابقة- التشويه أو التحريف- الخداع الإدراكي- الشكل والارضية – الاخلاق⁽²³⁾

الإنتباه :

عند إدراك موضوع ما يجب أولاً أن نركز عليه إنتباهنا ، ويكون الإنتباه إنتقائي إختياري، حيث تميل أحياناً إلى الإنتباه لجانب أو جوانب أخرى من الموضوعات المدركة وذلك يكون بإختلاف طبيعة الشخصية المدركة للأشياء .

الثبات أو الدوام :

رغم السرعة المستمرة للعالم والواقع الخارجي فإن الذات البشرية تميل دائماً إلى الثبات والإحساس بالثقة ويرتبط مفهوم الثبات بالذاكرة حيث ترتبط بالعمليات التي يتم من خلالها التخزين وحفظ المعلومات لحين إستدعائها⁽²⁴⁾.

الدافعية :

" وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن اطفال العائلات الفقيرة يميلون إلى إدراك قوي لرسم العملات بالشكل يفوق حجمها الحقيقي، في حين يميل اطفال العائلات الثرية إلى إدراك هذا الحجم بشكل يعيل الدقة على نحو واضح"⁽²⁵⁾.

التنظيم :

ينظم لإدراك المثيرات بشكل عالي الإهتمام على نحو كلي وذلك ما يساعد على تيسير عملية الإدراك وسهولة إتمامها.

وللإدراك أهمية كبيرة في التأثير على التعلم والتفكير والخيال والإبداع ، كما يساعد على تبسيط وتحليل المعلومات وسهولة تخزينها في الذاكرة، ومع التطور التكنولوجي الكبير لم يستطع الكمبيوتر أن يقوم بعملية الإدراك ولم يستطع القيام بما يقوم به العقل البشرية من شعور وإدراك " فالإدراك هو عملية معقدة تتضمن التصنيف والتحليل والتفسير لطبيعة المثيرات.

وبصفه عامه يعد الإدراك هو تجميع للمعلومات الحسية وتحويلها إلى معاني ودلالات وتفسيرات في صورة منظمة، ويختلف الإدراك إختلاف الفئات العمرية المختلفة وأيضاً بإختلاف الخبرات لكل فرد على حدي.

ويعد الإدراك البصري أحد وسائل الإدراك الهامة فهو" الوسيلة التي يتصل بها الإنسان بالمؤثرات المرئية في البيئه"⁽²²⁾ ولا تتم إلا بوجود العوامل الأتية :

- عوامل مرتبطة بالمتلقي.
- عوامل مرتبطة بالمثير البصري .
- عوامل مرتبطة ببيئة عرض المثير، أنظر الشكل(3) .



شكل(3) تخطيط يوضح العوامل المنظمة للإدراك البصري
المرجع : آيات حسني أحمد أحمد : مرجع سابق،ص 108

خصائص الإدراك :

الإدراك النسبي : الذي يتفاوت من شخص آخر تبعاً لمواصفات الفرد الحسية والبيئية.

الإدراك إنتقائي : حيث ندرك كل ما هو حولنا حسباً لميول الشخصية.

الإدراك يتأثر بالإستعداد : فعندما يتأهب فرد للإدراك كان إدراكة سريعاً .

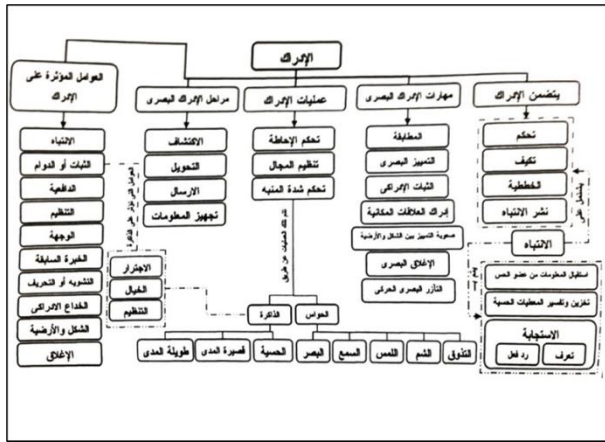
(24) محمد يحيى محمد عبده سليمان: مرجع سابق، ص 160.

(25) محمد يحيى محمد عبده سليمان: مرجع سابق، ص 161.

(22) آيات حسني أحمد أحمد : مرجع سابق ،ص 107

(23) محمد يحيى محمد عبده سليمان: " تصميم محتوى الأنشطة البصرية للاطفال فى ضوء النظريات المنظمة لعملية الإدراك وقياس أثره" رسالة دكتوراة، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، 2008،ص 158

يؤدي إلى تكوين حالة من إختلال الإتزان الإدراكي المؤقت⁽²⁹⁾، أنظر الشكل (4)



شكل (4) الإدراك و ما يتضمنه من مراحل و عمليات و ما يؤثر عليها من عوامل ، تنعكس علي مهارات الإدراك

المراجع : محمد يحيى محمد عبده سليمان: مرجع سابق، ص 165

وبعد الإدراك وسيلة الإتصال بين الإنسان وبيئته المحيطة وذلك من خلال الحواس والأجهزة الحسية فهي كالنافذة التي يطل الإنسان بها علي عالمة الخارجي " وقد حصر العلماء الحواس البشرية الحساسة في إحدى عشر خاصة متميزة تجتمع في أجهزة جسمية ومنها (البصرية - السمعية - الحس جسيمه - الكيميائية - والحس حركية)، وتكون أدقها الحاسة البصرية"⁽³⁰⁾

الإدراك البصري :

تعد عملية الإدراك من أهم العمليات التفاعلية والمؤثرة، في المعلومات في تلقي المعلومات والتي ينتج عنها تفاعل العديد من الجوانب الحسية وخصوصاً البصرية و"تعقب عملية الإدراك البصري عملية الاحساس بالرؤية"⁽³¹⁾، وأن تتم عملية الإدراك من خلال وجود إتصال بصري وإستقبال بصري وتعتمد هذه العملية على العين كعنصر أساسي وما وراءها من عمليات إبصار.

وينظر إلى الإدراك البصري بأنه عملية سهلة وبسيطة لكنها في الحقيقة عملية كبيرة ومعقدة، و"ويؤكد (دودويل Dodwell 1972)

الوجهة :

كل شخص له وجهة خاصة يتفرد بها عن غيره ويختلف بها عن الآخرين وذلك طبقاً لمحيطه أو بيئته التي نشأ بها، ومما لا شك فيه تؤثر على عملية إدراكية للمثيرات.

الخبرة السابقة :

المعرفة السابقة للموضوعات تؤثر وبشكل كبير على عملية الإدراك التي يقوم بها الفرد وفي بعض الأحيان هذه المعرفة قد تقلل من الإهتمام " فالمعرفة المسبقة قد تقلل من إهتمام الفرد بالمثيرات "⁽²⁶⁾ ، كما أن المعرفة السابقة تبنى عليها المعارف الجديدة.

التشويه والتحريف :

" إن المشاعر الإنفعالية القوية يمكنها أن تشوه أو تحريف الصورة التي يدركها، فينتج عنها نوعاً من (الأخطاء الإدراكية) "⁽²⁷⁾، ويكون ذلك الخطأ نتاج العقل وليس نتائج لمصدر المثير.

الخداع الإدراكي :

ألا وهو الخداع الذي يأتي من بعض التغيرات الحادثة للمدرك نفسه وذلك ما يؤدي حدوث (خطأ إدراكي) ولا يمكن التنبؤ بذلك إلا من خلال دراسة تلك الظروف والعوامل الخاصة به .

الشكل والأرضية :

يعد الشكل والأرضية من أبرز ما تناولت نظرية الجستالت " فمثلاً عندما تقوم بقراءة مادة معينة ، تقوم بإستقبال مثيرات حسية مثل كتابات سوداء على ورق أبيض ، يقوم المخ بتنظيم هذه المثيرات او البيانات الحسية في شكل حروف وكلمات فالحروف بمنزلة الشكل البارز وتكون الصفحة بمنزلة الخلفية أو الأرضية "⁽²⁸⁾، وأحياناً في العمل الفني تحل الأرضية مكان الشكل تارة ، و يحل الشكل مكان الأرضية تارة أخرى .

الإغلاق :

نحن نميل دائماً إلى الإلمام بكامل الموضوعات حتى نستطيع أن نعطيها معاني ودلالات مناسبة، لذلك يساعد الإغلاق على إكمال الجوانب الناقصة، " وأحياناً نستعين بالخيال والتصوير لإكمال الصورة، وإن عدم إكمال المدركات البصرية والسمعية وغيرها،

(30) علماء محمد محمود محمد السيد: "تصميم دليل للمتحف الجيولوجي المصري للمرحلة العمرية من 12-14 سنة" رسالة ماجستير ، كلية التربية الفنية ، جامعة حلوان ، 2017، ص 122.

(31) يسرا محمد الامير " توظيف التشكيله الضوئي ذو الداء الحركي كمدخل للتصميم الجداري لتأكيد المصريه " رساله ماجستير ، كليه التربية الفنيه ، جامعه حلوان ، 2018 ، ص 49

(26) محمد يحيى محمد عبده سليمان: مرجع سابق، ص 162.

(27) محمد يحيى محمد عبده سليمان: مرجع سابق، ص 162.

(28) محمد يحيى محمد عبده سليمان: مرجع سابق، ص 163.

(29) محمد يحيى محمد عبده سليمان: مرجع سابق، ص 164.

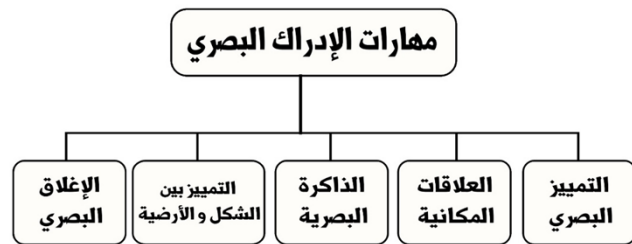
وتفسيرها وإعطائها المعاني والدلالات، وتعتبر حاسة البصر من أهم الحواس التي نعتمد عليها ممكن للعالم الخارجي⁽³⁵⁾

كيف يحدث الإدراك البصري؟

يمر الإدراك البصري بعمليات متعددة و متتابعة " صدق بالنظرة الإجمالية، ثم عملية التحليل، وإدراك العلاقات القائمة بين الأجزاء، ثم باعادة تأليف الأجزاء في هيئتها الكلية مره اخرى"⁽³⁶⁾. فإن عملية الإدراك البصري بشكل عام تتلقي الكليات وتحولها الي جزئيات ثم ترجعها مره اخرى ألى كليات لكي تنشئ مفهوم إدراكي شامل متكامل.

وللإدراك البصري العديد من المهارات وهي:

- التمييز البصري.
- العلاقات المكانية.
- الذاكرة البصرية.
- التمييز بين الشكل والأرضية.
- الأغلاق البصري. (أنظر الشكل(6))



شكل (6) يوضح مهارات الإدراك البصري

المرجع : (1) أمينة حسين عبد الوهاب عبد الرحمن: مرجع سابق، ص 23

نظرية التلقي الإدراكي:

تعتبر عملية التلقي من العمليات التفاعلية التي تساعد على توصيل المعلومات، كما يساعد الإدراك في فهم وتحليل هذه المعلومات وبلورتها طبقاً لخبرات المتلقي فتتفاوت تأثيرها حسب الأفراد تجارب والخبرات المختلفة فإن نظرية التلقي الإدراكي تساعد بشكل ضروري علي توصيل الرسالة للفئة المستهدفة وذلك لأنها لا تقوم فقط على توصيل الرسالة بل وأيضاً تساعد في عملية إدراكها لدي الأفراد ، وتسعي نظرية التلقي إلى بناء لغة مشتركة ودقيقه بين المتلقي و المحتوى.

ويعد الإدراك جزء لا يتجزأ من التلقي فمن الصعب أن تتم عملية التلقي دون إدراك، وإلا أصبحت بدون معنى فعندما نطلق

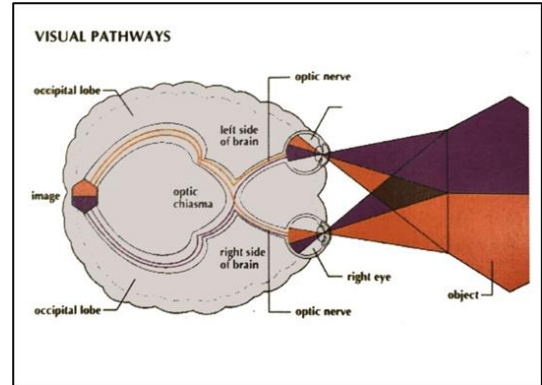
أنه لا يزيد عن 90 % من معلومات هنا عن العالم الخارجي عن طريق الإبصار وحده"⁽³²⁾

تعريف الإدراك البصري :

يعرف الإدراك بأنه عملية تأويل المثيرات البصرية وتفسيرها وإعطائها المعاني والدلالات وتعتبر حاسة البصر من أهم الحواس التي نعتمد عليها في إدراكنا للعالم الخارجي"⁽³³⁾، وينقسم الإدراك البصري إلى عمليتين بصريتين ، وهم الإتصال البصري والإستقبال البصري، كما تعتمد عملية الإدراك البصري ككل على ثلاث عناصر وهي العين والناقلات العصبية البصرية ومركز الإبصار بالمخ". أنظر الشكل (5)

إن عملية الإدراك البصري ترتبط ارتباطاً وثيقاً بخبرات المتلقي السابقة وثقافته، خلالها يستطيع فك شفرات الأشياء ومعرفة معانيها، كما أن هناك فروق بين إستقبال الفرد البالغ للأشياء وإستقبال الطفل إلى نفس المعلومات المواجهة فكل واحداً منهم يفهمها بطريقة الخاصة التي تختلف عن الآخرين.

وتلعب البيئة المحيطة أيضاً دوراً هاماً في تأثيرها على عملية الإدراك البصري، وترتبط عملية الإدراك ارتباطاً وثيقاً بالأفكار المترسبة في أذهان الأفراد "



شكل (5) يوضح عملية الإدراك البصري

المصدر : يسرا محمد الأمير: مرجع سابق، ص 49

" إن الإدراك العقلي في عملية الإبصار يؤثر في الرؤية وإن ما يدركها الفرد بصرياً هو فقط ما يسمح العقل بإدراكه"⁽³⁴⁾، ويعرف الإدراك البصري بأنه عملية تأويل المثيرات البصرية

(34) يسرا محمد الأمير: مرجع سابق، ص 51

(35) أمينة حسين عبد الوهاب عبد الرحمن: مرجع سابق، ص 23

(36) أمينة حسين عبد الوهاب عبد الرحمن: مرجع سابق، ص 23

(32) فؤاد أبو المكارم ،أسس الإدراك البصري للحركة ،مكتبة الدارالعربية للكتاب

2004 ،ص 25

(33) أمينة حسين عبد الوهاب عبد الرحمن: مرجع سابق، ص 23

– الإهتمام بتطبيق عوامل المحتوى الدعائي يساعد على إثراء الجوانب التشكيلية والجمالية و على تطبيق أسلوب منهجي للتصميم.

الأشياء ودركها نجعل لها معنى يمكننا أن نخرج الدلالات ، ومن خلال الإدراك نستطيع أن ننشئ تفسيرات وتحليلات للأشياء، من هنا تكمن أهمية نظرية التلقي الإدراكي ، ومن هنا نعرف أن التلقي لا يكتمل بدون إدراك ، وأن الإدراك لا يصلح بدون تلقي فيقوم بتلقي المحتوى " ثم تتم من خلاله عملية بناء المعنى نتيجة إدراكية وتشكيل الصورة الذهنية لهذا المحتوى الذي تلقاه"⁽³⁷⁾ كما أن هذا الإدراك يتغير باختلاف البيئة المحيطة والعوامل المختلفة ويكون خاضعاً للتغيرات التاريخية أيضاً لذا فإن التلقي وإدراك عمليتان يكملان بعضهما البعض.

إذا كيف تتم عملية التلقي من خلال محتوى دعائي ؟ تعتبر مرحلة التلقي الإدراكي في بدايتها عملية مبهمه وهي بمثابة مرحلة أولية لما تم تلقيه وأصبح كائن في المجالي السمعي والبصري و تليها مرحلة الوعي التام بما تم تلقيه وإدراك وتفصيلاً، ثم تأتي مرحلة تفاهم المعاني وإستيعاب ما تم تلقيه وإدراكية، وهذه المراحل للتلقي الإدراكي لا تتم إلا إذا كان هناك ما تم تلقيه من منبهات حسية.

وإن إتمام عملية التلقي يجب أن تتضمن جوانب وهي صاحب المحتوى ومصمم المحتوى ومتلقي المحتوى ولضمان وصول المحتوى الدعائي للمتلقي من خلال ضمان أدراك المتلقي المحتوى المقدم إليه، كما تتصف هذه العملية وبالمرونة وتكون قادرة على الوصول إلى المتلقي بكل سلاسة وبساطة فتنشأ عملية ربط بين المتلقي والمحتوي هدفها واحد .

النتائج :

- إن دراسة جوانب و عوامل تصميم المحتوى الدعائي بصورة منظمة و ممنهجة يعد أحد اسباب نجاح أي مؤسسة.
- تؤثر عملية التلقي علي توصيل المحتوى الدعائي بالشكل الذي يجب أن يكون عليه.
- التلقي الإدراكي هو جزء لا يتجزء من عملية تحقيق أهداف المحتويات الدعائية.

التوصيات :

- توصي الباحثة ضرورة الاهتمام بدراسة عوامل تصميم المحتوى الدعائي.
- الإهتمام بنظرية التلقي كمدخل أساسي في توصيل المحتويات الدعائية بشتي أشكالها.

(37) رحاب محبوب على الجزار: مرجع سابق، ص 30