

دراسة لمعوقات المناخ الإبداعي في مصر وتأثيرها على مصمم الإعلان A Study on Creative Climate Barriers in Egypt and their Impact on Advertising Designer

أ.د / تامر عبد اللطيف

أستاذ التصميم بقسم الإعلان كلية الفنون التطبيقية- جامعة حلوان

د/ سمر هانى السعيد

الأستاذ المساعد - بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية- جامعة حلوان

مى حسن محمد حسن

قسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية- جامعة حلوان

ملخص البحث Abstract:

الكلمات الدالة
الإبداع
Creativity
المناخ الإبداعي
Creative climate
معوقات الإبداع
Creative barriers
الإعلان الإبداعي
Creative advertising

إن الإبداع مزيج من القدرات والاستعدادات والخصائص الشخصية للفرد التي إذا ما وُجدت في مناخ مُحفز يمكن أن تتفاعل مع عناصره وترقى بالعمليات العقلية لتؤدي إلى نتائج أصيلة ومفيدة بالنسبة لخبرات الفرد أو المؤسسة أو المجتمع أو العالم، فتتراد الحاجة لخلق مناخ إبداعي يساعد على تكوين القدرات الإبداعية وتنميتها و يساعد على خلق تقبل عام للتعبير الإبداعي في المجتمع المصري، فكل لحظة من لحظات الحياة للإنسان مطالب فيها أن يكون مبدعاً وأن يتقبل إبداع الآخرين ويشجعه ويحفزه بدون انتقاد غير بناء. وبسبب مشكلة عدم معرفة شكل ونوع معوقات المناخ الإبداعي التي يتعرض لها مصمم الإعلان في مصر، يحاول البحث إلقاء الضوء على بعض تلك العوامل والمواقف المعوقة للمناخ الإبداعي لمصمم الإعلان، التي قد تكسر طموحه في الاستمرار والتطلع إلى إبداعات أوسع في تصميم الإعلان، وعندما يتجنب مصمم الإعلان تلك المعوقات يتوفر المناخ الإبداعي المناسب للعملية الإعلانية فتتمو روح الإبداع لديه، وتزداد ثقته بنفسه وبقدراته في تنفيذ إعلان إبداعي يتميز بالأصالة ويستطيع أن يقتحم ضجيج المنافسة ويترك الانطباع المطلوب لدى الجمهور المستهدف. وتعتمد معوقات المناخ الإبداعي على محورين رئيسيين، الأول هو المصمم بمختلف خصاله المعرفية والوجدانية ودوافعه الخاصة واتجاهاته النفسية وسماته الشخصية... وغيرها. أما المحور الثاني فهو البيئة المحيطة والظروف الموقفية الحياتية بمختلف صورها، مثل الأسرة والمجتمع والمؤسسات الثقافية والتربوية والاقتصادية والإعلامية وغيرها بكافة مستوياتها وأنوعها المختلفة. ويتم عرض بعض النماذج الإعلانية المحلية والعالمية التي يتوفر بها بعض العناصر الإبداعية، حتى تؤكد من خلالها على أهمية الإبداع وكيفية استخدامه في الإعلان بطرق مختلفة تناسب الهدف الرئيسي من الإعلان. وأفادت نتائج البحث إلى أنه قد تكون عملية الإبداع فردية تتعلق بشخصية المبدع، لكنها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمجتمعها، فإذا لم يحتضنها بجميع فئاته ومؤسساته وأنظمتها، ويوفر لها الرعاية والعناية اللازمتين، ويهيئ لها المناخ المناسب والأجواء الصحية الضرورية لنمائها، ضعفت واضمحلت وانتهت. فمسؤولية أي أمة تسعى إلى الرقي والتقدم الحضاريين، أن تبحث عن المبدعين من أبنائها، لا أن تنتظرهم حتى يبحثوا هم عنها.

Paper received 15th July 2015, accepted 29th August 2015, published 1st of October 2015

مقدمة Introduction:

مدركين ومقدرين لقيمة الإبداع ويتوافر لديهم جرأة نابعة من الاقتناع بضرورة ترك مساحة كافية من الحرية لفريق الإعلان لأداء دوره وإطلاق إبداعاته، وجمهور مقدر لمحاولات تقديم أفكار جديدة له، ومتغيرات تسويقية فعالة تساعد على إثراء ونجاح العمل الإبداعي... حين تتوافر هذه العوامل وغيرها من العناصر الممهدة للإبداع، فيمكن أن نتحدث عن بدأ رحلة الإعلان نحو الإبداع بما تتضمنه من خطوات تبدوا متتالية وإن كانت متداخلة في الواقع الفعلي كأجزاء من عملية متكاملة يمكن أن توفر الاختلاف والتميز بين حملة إعلانية وأخرى وفقاً لدقة المدخلات الإبداعية وبراعة التنفيذ. وأظهرت العديد من الدراسات وجود عقبات وعوائق كثيرة ومتنوعة تقف في طريق ظهور المناخ الإبداعي، وتتسم هذه المعوقات والمشكلات الإبداعية بسمات معينة تميزها عن غيرها من الممارسات الأخرى، وعادة ما يتمتع المصمم المبدع بسمات معينة تساعده في تحديد وتشخيص وحسن معالجة المعوقات، وخاصة إذا تمت المعالجة وفق المنهج والممارسات العلمية للمجهودات الإبداعية.

مشكلة البحث Statement of the problem:

مشكلة البحث تدور حول الإجابة عن التساؤل الآتي:

- ما هي معوقات المناخ الإبداعي في مصر التي تؤثر بالسلب على مصمم الإعلان لإخراج نماذج إعلانية تتميز بالإبداع؟

هدف البحث Objectives:

- دراسة وتعريف معوقات المناخ الإبداعي لمصمم الإعلان في

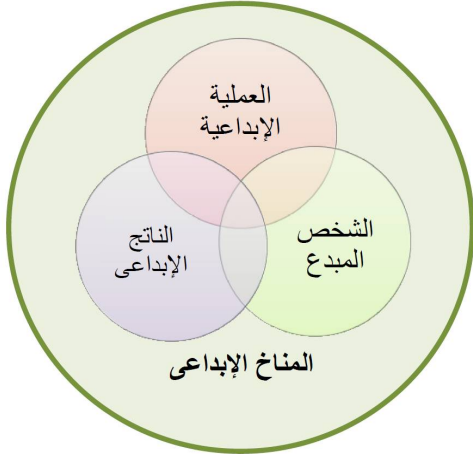
يعتبر الإبداع من أكثر القدرات الإنسانية حاجة إلى ضرورة توافر عناصر إيجابية للمناخ الذي تتم فيه، والتي تشجع وتحفز القدرات الإبداعية على الظهور، ذلك المناخ الذي يقصد به كل الظروف الحياتية بمختلف صورها، في أي مجال من مجالات النشاط الإنساني، والتي يمكن أن تيسر الإبداع أو تعوقه أو تكبل الطاقات الإبداعية للأفراد، والتي تشكل أيضاً إدراكاته الخاصة لهذه البيئة، وتعتبر هذه البيئة بجميع عناصرها تمثل الحاضنة للظاهرة الإبداعية وبدونها تنعدم الفرصة للإبداع.

ويعتبر الإبداع من أشهر المصطلحات المستخدمة في مجال الإعلان، حيث الإعلانات غالباً ما يطلق عليها إبداعية والأشخاص الذين يقومون بإعداد الإعلانات يعرفون بأنهم مبدعون، وهناك الكثير من الاهتمام يتركز على مفهوم الإبداع وربما يكون السبب في ذلك هو أن الكثير من الناس يرون أن ذلك التحدي الذي يواجهه القائمون بإعداد الرسالة الإعلانية هو تحدي إبداعي، وأن مهمتهم هي تحويل كل المعلومات الخاصة بصفات المنتج ومنافعه وخطط التسويق وبحوث المستهلك وأهداف الاتصال إلى سياق إبداعي يقوم بإحياء الرسالة الإعلانية.

وحيث يتوافر المناخ الإبداعي للعملية الإعلانية بما يتضمنه من إطار عام داعم لعملية الإبداع ومؤمن به كقيمة أساسية لتطور وتحديث المجتمع، وفريق إعلاني يتمتع بمهارات خاصة ورغبة دائمة في التجديد الوظيفي لتطوير المجال الإعلاني، وعملاء

معوقات المناخ الإبداعي:

نحن بحاجة لمعرفة ما هي العقبات والأسباب التي تمنع وتغوق المناخ الإبداعي، حتى نستطيع تحديدها ودراستها للتغلب عليها وتوفير مناخ مناسب للعملية الإبداعية، والشكل التالي يوضح الأشكال المختلفة لمعوقات المناخ الإبداعي التي من الممكن أن يواجهها المصمم في حياته.



شكل رقم (1) مكونات الإبداع

مصر ومدى تأثيرها عليه.

منهج البحث Methodology:

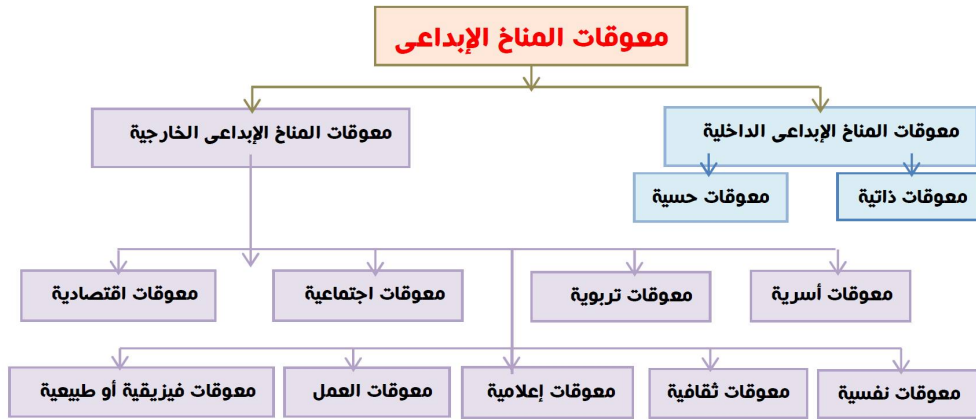
يتبع البحث المنهج الوصفي القائم على جمع المعلومات لبناء الأطر النظرية للبحث ودعمه بعدد من النماذج التحليلية، بغرض معرفة تأثير معوقات المناخ الإبداعي في مصر على مصمم الإعلان.

المناخ الإبداعي:

يقصد بالمناخ الإبداعي البيئة التي يقع فيها الإبداع باعتباره ظاهرة اجتماعية وذات محتوى حضاري وثقافي، وبهذا المعنى يمكن النظر للإبداع كشكل من أشكال القيادة التي يمارس فيها المبدع تأثيراً شخصياً واضحاً على الآخرين، وإن تقبل مجتمع ما واعترافه بقيمة وأهمية عمل ما شرط أساسي لتفريد هذا العمل وإبرازه في سجل الحضارة الإنسانية (13، ص3).

إن الظاهرة الإبداعية ليست مجرد عملية إبداعية كما إنها ليست مجرد فرد مبدع أو ناتج إبداعي بل إنها كل ذلك وهي أيضاً أساليب ثقافية وإعلامية وعلاقات إجتماعية وممارسات سياسية ونظم إدارية بحيث أنه عندما يتوفر مناخ (نفسى، ثقافى، اجتماعى، سياسى، اقتصادى) يساعد ويشجع الإبداع، فسوف تنمو روح الإبداع في جميع المجالات الفكرية وسوف تتحقق ظاهرة إبداعية على درجة معينة من التفوق (2، ص275).

والرسم التوضيحي شكل (1) يعبر عن علاقة المناخ بباقي مكونات الإبداع.



شكل رقم (2) معوقات الإبداع

وأثبتت بعض الاختبارات الجرافيكية التالية أنه عندما يقع المصمم في هذه العقبات لا ينظر للأشياء بدقة، ومن الممكن أن يندفع في تحديد بعض الأشكال (19، ص24).

ثانياً: معوقات المناخ الإبداعي الخارجية:

فيقصد به مختلف المتغيرات والمعوقات الموجودة في البيئة المحيطة، مما يمكن أن يؤثر في قدرة الفرد على الأداء الإبداعي، أو على كفاءته في حل المشكلات بطريقة إبداعية، ويتمثل في النقاط التالية (6، ص2):

1. معوقات المناخ الإبداعي الأسرى:

إن المعوقات الناتجة عن الظروف الأسرية السيئة المختلفة وعدم تشجيع وتقدير الأهل للمبدعين واتباع الأسرة لطرق تربوية خاطئة، كعدم احترام رأى الطفل المبدع والعادات والتقاليد التي تكره التجديد والعقوبات والتأنيب وتركيز الأهل على ضرورة الحصول على الدرجات العالية مما يجعل الطالب يركز على المواد الدراسية على حساب الإبداع (15، ص98). فالطفل الذى ينشأ في أسرة تتخذ العقاب البدنى ومن القهر والتسلط أساليب للتنشئة، هذا الطفل ينشأ فاقداً للثقة فى نفسه، خائفاً يتهيب المبادرة والمبادأة، متواكلاً منسحباً إلى داخل ذاته منطوياً عليها، تنقصه المرونة، غير قادر على تقبل الآخر والتسامح معه متطرفاً فى استجابته، ومن ثم تتعدم فيه قدرات الإبداع وإمكانات الابتكار وتخدم فيه استعداداتها

وتنقسم معوقات المناخ الإبداعي لمصمم الإعلان إلى:

أولاً: معوقات المناخ الإبداعي الداخلية:

أ. معوقات ذاتية:

يعتبر هذا العائق من أكثر عوائق المناخ الإبداعي صعوبة، فإنه يعنى أن يقوم المصمم من تلقاء نفسه بوعى أو بدون وعى بفرض قيود لم تفرض عليه لدى تعامله مع المشكلات، وكثيراً ما يذهب إلى اختيار نمط معين للنظر إلى الأشياء ثم يرتبط بهذا النمط فترة طويلة و لا يتخلى عنه، كذلك قد يسعى البعض إلى افتراض أن هناك حلاً للمشكلات يجب البحث عنه (5، ص319).

– الخوف : هو الحاجز رقم واحد للإبداع ويتمثل في (الخوف من الفشل، الخوف من السخرية، الخوف من اتخاذ القرار، الخوف من الوقوع في الخطأ، الخوف من المخاطرة، الخوف من التغيير، الخوف من القيادة العليا، الخوف من المجهول)

– عدم الشعور بالأمان والحرية، وعدم معرفة قيمة الوقت (17، ص1).

ب. معوقات حسية:

وهي العقبات التي تمنع المصمم من إدراك واضح للمشكلة، أو عدم معرفة المعلومات اللازمة لحل المشكلة، وإن الخبرة المحدودة للمصمم تجعله لا يرى المشكلة إلا من زاوية واحدة، وأيضاً عدم استخدامه لحواسه الخمسة في حل المشكلات بطريقة سليمة،

(3، ص163).

2. معوقات المناخ الإبداعي التربوي :

يعتبر المناخ التربوي البيئة الثانية التي يواصل الإنسان فيها نموه ويتم إعداده خلال مراحل تعليمية للحياة المستقبلية، لذلك فنحن في أمس الحاجة إلى ثورة في النظام التعليمي لإعداد جيل قادر على مواجهة تحديات المستقبل ويملك استقلالية الفكر والرأى ويتسلح بالفكر الإبداعي والمعرفة الصحيحة التي تنمي روح الإبداع. فالتعليم في كثير من بلدان العالم الثالث قائم في كثير من الأحيان على حشو الأدمغة بالألف الكلمات والمعلومات والقوانين والتعريفات لتطير وتنبخر فور الانتهاء من أداء الامتحان، ولا يبقى إلا الجهل والفرغ والعجز، وهنا يقع الظلم البين على الطالب الذي وهبه الله نعمة الإبداع والابتكار، لأنه يتجرع يومياً مضادات للإبداع داخل مناخه التربوي، ولم نحسن استغلال مواهبه، ولا وظفنا إمكانياته بالصورة التي ترضيه وترضيها (7، ص69). وتنقسم معوقات المناخ التربوي إلى معوقات المناخ الإبداعي في الحضانه، والمدرسة (بالإدارة المدرسية، بالمعلم وبالمنهج الدراسية)، وبالجامعة، وبالبحث العلمي (14، ص139).



شكل رقم (3)

وقد قامت شركة شيبسي بالتعاون مع برنامج الغذاء العالمي (wfp) بعمل حملة إعلانية شكل رقم (3) تحت شعار (الغذاء من أجل التعليم) في مصر سنة 2013 لمدة 6 شهور، لمساعدة الأطفال على البقاء في المدارس، وتوفير احتياجات الأسرة من المواد الغذائية وغيرها من المتطلبات، حيث يعتبر سوء الأحوال المادية للأسرة معوق أساسى للمناخ التعليمي، وكانت الفكرة هي تحويل شكل عبوة شيبسي المعروفة إلى حقيبة مدرسية توضع على الظهر.

3. معوقات المناخ الإبداعي الاجتماعي :

إذا أردنا أن نعالج معوقات الإبداع بصورة وافية فلا يكفي أن نتوقف عند حدود الأسرة فقط، بل التوسع إلى المدرسة والحي والمدينة التي ينشأ فيها الفرد، ويتفاعل مع عناصرها البشرية والمادية والمعنوية، فلا بد من تناول الموضوع ضمن الإطار الأوسع وهو المجتمع. فإن مجتمعات الدول النامية تحتاج إلى جهود خلاقة لمواجهة مشكلاتها المتعددة في جميع المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وهذا لا يأتي إلا من خلال التعرف على المعوقات الإبداعية الاجتماعية وغيرها وإزالتها (11، ص178).

فإن المناخ الإبداعي يصعب أن يجد له حظاً في أى مجتمع تسود فيه الاتجاهات التسلطية وكثرة الضوابط، والموانع واتجاهات الامتثال، والسماح بنسبة ضئيلة من الخصائص الفردية، ووجود نظام ديمقراطى محدد أو إنعدام وجوده (15، ص102).

قامت مؤسسة (White Angel Foundation) بمصر سنة 2010 بعمل حملة للتوعية بمخاطر عمالة الأطفال، فيوضح الإعلان شكل رقم (4) إن من معوقات المناخ الاجتماعي عمل الأطفال في سن صغير، الذى يكون له نتائج سلبية على الطفل والمجتمع كله، وقامت هذه المؤسسة بعمل دراسة على المجتمع المصرى فوجدت أن 2.7 مليون طفل في مصر يعملون في سن الطفولة وليس لديهم الحق بالاستمتاع بمرحلة طفولتهم، بل هم يكبرون قبل أوانهم كما هو موضح فى الإعلان.

4. معوقات المناخ الإبداعي النفسى:

تلعب المعوقات النفسية دوراً بالغ الأهمية، فإن الجوانب النفسية للمصمم إما أن تساعد أو تعوقه على الإبداع، ونجد أن هناك معوقات عاطفية (انفعالية) والتي تتعارض مع حرية استكشاف ومعالجة الأفكار مثل عدم القدرة على تحمل الغموض وعدم القدرة على التمييز بين الحقيقة والخيال والشعور بالعزلة والإضطهاد والغضب المفرط، والقلق، والكراهية، والتشاؤم واليأس وعدم الرغبة نحو تغيير الوضع الراهن (18، ص55).

5. معوقات المناخ الإبداعي السياسى :

تتمثل المعوقات السياسية في النظام السياسى وما يعمل من تربية على الإمتثال للمعايير السائدة فى جميع المدخلات وهذه المعايير تحد من احتمالات التخيل والتوقع وبالتالي تضع حدوداً للتفكير الإبداعي، وإن وضع تلك الحدود يؤثر على مقدار الإنتاج الفكرى المبتكر حيث إن إتاحة الحرية ومدى مقدار توافرها من أولى مدعمات العملية الإبداعية، حيث تفتقر بعض المجتمعات إلى الخيال السياسى وتخفق الرغبة فى الحلم بالتطور، و سببه هو الإستسلام الكامل لهموم ومتطلبات الحاضر اليومية، وعدم السماح بحرية التفكير والتعبير عن الرأى والإبداع (7، ص163).

6. معوقات المناخ الإبداعي الاقتصادى :

إن احتياجات المصمم المبدع وما يرغب فيه من أجهزة وتقنيات حديثة تسهم فى إعاقة المناخ المناسب للإبداع، فإن ذلك يرتبط بالجوانب الاقتصادية والتي إذا لم تتوفر بالمقدار المناسب تؤدي إلى إعاقة المناخ الإبداعي والفكر الإبداعي، فإن المعوقات الاقتصادية ترتبط بالنواحى المادية اللازمة للعملية الإبداعية، فقد يحتاج المصمم المبدع إلى مقدار من الأموال لتنفيذ أفكاره وكذلك مناخ مناسب يتفق مع ما يريد إبتكاره، فيحتاج المبدع عند إبداعه لأي شئ جديد إلى بعض الأدوات وكذلك المعدات التي يستخدمها فى إعداد ما أبدعه وهذا بصفة عامة يرتبط بالجوانب الاقتصادية، ولعل الجوانب الاقتصادية تؤثر بشكل كبير، حيث قد يستثمر الفرد المبدع قدرته الإبداعية فى محاولة سد النقص المادي أو الاقتصادي الخاص، وهذا يفقد المجتمع الكثير (9، ص216).



شكل رقم (4)

كريمة، فيوضح الإعلان تأثير المعوقات الاقتصادية حيث ينشغل الفرد بتوفير احتياجاته اليومية، وبالتالي يفقد قدرته على الإبداع .



قام الداعية مصطفى حسنى بالتعاون مع مؤسسة (عمار الأرض) بعمل مشروع نهر الخير عام (2012)، لمساعدة كل بيت فقير فى توصيل المياه له، ولتخفيف معاناة تلك الأطفال، لكي يعيشوا حياة



شكل رقم (5)

7. معوقات المناخ الإبداعي الثقافي :
 تلعب العوامل الثقافية السائدة في المجتمع دوراً إما في إعاقة المناخ الإبداعي أو لتنميته، وتشكل الحواجز الثقافية نتيجة لتأثير المجتمع على المصمم، وترغمه على الالتزام بقواعد ومعتقدات معينة، وتسمى هذه الحواجز الثقافية بالمحرمات، مما ينتج افتقار المناخ الثقافي للتفرد والإبداع (18، 55 p).
 والحقيقة أن نقص التدريب والتميز العرقي والطبقي والطفاني والديني وعدم المساواة والتفريق بين الإناث والذكور وانتشار الجريمة كثقافة سائدة في المجتمع، وعدم تجاوز الفجوة بين الأجيال وانتشار الأمية والجهل والإيمان بالسحر والشعوذة والتمييز بين الناس على أساس اللون كسيادة الجنس الأبيض على الأسود... الخ كلها عوامل مسؤولة عن قتل المناخ الثقافي الإبداعي في مهده (8، ص126).



شكل رقم (5)

8. معوقات المناخ الإعلامي والاتصال الجماهيري:
 نجد أن وسائل الإعلام العربي تنشر صوراً محرفة ومنحازة حول الظروف المحيطة بنا، وتحجب من النشر معلومات هامة، وتقدم ثقافة المتعة التي تزيغ الوعي، وتلهي الإنسان عن واقعه وعن قضاياها المصيرية، ولا تهتم كثيراً بتوجيه الأنظار نحو مجموعة التحديات المجتمعية، الأمر الذي ترتب عليه تضائل فرص ظهور الإنجازات الإبداعية المتباينة، فما يتم تقديمه في وسائل الإعلام المختلفة سواء مرئية أو مقروءة لا تساعد على توفير المناخ المناسب للإبداع (11، ص182).

9. معوقات المناخ الفيزيقي، (Physical climate):
 ويُقصد به مختلف عناصر البيئة الفيزيقيّة أو المادية المحيطة بالفرد، وكل ما تيسره أو تُعوقه من سُبل، ومن تقنيات، ومن مساحات مكانية مواتية لأنشطة الفرد المختلفة، وما تنتجها من تأكيد أو حماية لخصائصه بصورة ما.
 ويوضح الجدول التالي عناصر بيئة العمل المادية التي تؤدي للإبداع، والتي إذا لم تتوفر لمصمم فسوف يعمل في مناخ معوق لقدراته الإبداعية، فيرتبط المزاج الإيجابي للإبداع في بيئة العمل بهذه العناصر التالية، وعند انخفاض مستوى تصميم بيئة العمل المادية، ينخفض بالتالي نسبة الأداء الإبداعي له (20، 21 p).

جدول رقم (1) عناصر بيئة العمل المادية

العنصر	وصفه
1 الأثاث والمفروشات Furniture	مثل الكراسي والطاولات والدواليب التي يتم وضعها في مكان العمل، فإذا كان قطع الأثاث والمفروشات قليلاً، زادت نسبة الفراغ في مكان العمل، مما يعطي مساحة للعين للراحة .
2 النباتات والزهور في الأماكن المغلقة Indoor plants/flowers	مثل النباتات والزهور الطبيعية التي يتم وضعها في مكان العمل، والتي تخفف من الضغط النفسي والعصبي المتواجد لدى المصمم، حيث انها لها تأثير إيجابي في راحة أعصاب الإنسان وسمعه وبصره .
3 الألوان الهادئة Calming colors	مثل الألوان التي توفر الاسترخاء والهدوء وتعطي الاحساس بالأمان مثل الأخضر، الأزرق، والأزرق المائل للبنفسجي، فتلك الألوان تساعد على ظهور الأداء الإبداعي .
4 الألوان الملهمة Inspiring colors	مثل الألوان التي تساعد على تحفيز الخبرات وتثير البهجة في جو العمل وهم الأصفر، البرتقالي، الورد، الأحمر، والأحمر المائل للبنفسجي .
6 الخصوصية Privacy	هي إمكانية العمل في جو منعزل عن رأي الآخرين، حتى لا يشعر المصمم أنه مراقب فيستطيع أن يعمل بحرية وإبداع .
7 منظر الطبيعة من النافذة Window view to nature	يفضل حصول المصمم على رؤية بصرية للطبيعة مثل (الأشجار و النباتات) من داخل مكتبه، أي من بيئة العمل إلى البيئة الطبيعية الخارجية، مما يعطي له فرصة للتخيل والإبتكار .
8 وجود أي منظر آخر من النافذة Any window view	الحصول على رؤية بصرية من بيئة العمل لأي بيئة أخرى خارجية، فيستطيع المصمم أن يغير مجال بصره برؤية أشياء مختلفة في مكان آخر، فالمكان المغلق المخنوق لا يساعد على الإبداع .

9	كمية الضوء Quantity of light	يجب أن تكون كمية الضوء الموجودة في بيئة العمل مناسبة، وتكون قريبة من ضوء الشمس، فلا يفضل استخدام ضوء ملون .
10	المناخ المادي في الأماكن المغلقة Indoor (physical) climate	يجب أن تكون درجة الحرارة و الرطوبة مناسبة سواء في الشتاء أو في الصيف، مع إمكانية تجديد الهواء باستمرار .
11	الصوت (صوت إيجابي) Sound (positive sound)	يفضل أن يتسم جو العمل بالهدوء وعدم وجود ضوضاء، مع إمكانية إستخدام موسيقى هادئة التي تساعد على التفكير الإبداعي.
12	الرائحة (الرائحة إيجابية) Smell (positive smell)	لابد من وجود هواء نقي في مكان العمل و عدم وجود رائحة كريهة، مع مراعاة إمكانية وجود هواء نقي من الطبيعة في بيئة العمل، ليُشعر المصمم دائماً بالراحة والسعادة أثناء العمل .

لا تتج مع نفس الجمهور في فترة زمنية أخرى تحمل تغيراً جذرياً في المتغيرات التي أوجدت النجاح سابقاً (1، ص20،19).

– **الصدمة** : وتعني الأثر التجاري الذي يملك التأثير القوي من خلال الأفكار غير المألوفة على الفئة المستهدفة، ويعني أنه لم يتم التفكير فيه من قبل (12، ص202).

– **الإدهاش** : إذا لم يتوفر في عمل ما صفة الإدهاش، فلا يقال له بأنه عمل مبدع، وهذه الصفة هي التي تميز عملاً عن عمل، ومدى إبداعية كل منهما (6، ص187).

– **الأصالة** : وهي تعني أن يمتلك الإعلان عناصر تكون نادرة ومدهشة ومختلفة، والابتعاد عن ما هو شائعاً ومنتشراً، وتعني التفرد بالفكرة، و لا يقصد بذلك أن تكون الفكرة منقطعة عما قبلها ولكن صاحبها زاد فيها شيئاً، أو عرضها بطريقة جيدة (5، ص29).

– **المرونة** : أن تكون الأفكار متنوعة في جوهرها، وأن لا يتصلب حول نوعية واحدة من الحلول أو يقف على طريقة واحدة لإيجاد الحلول، فهو يغير باستمرار في المعنى أو التفسير أو الاستعمال أو الفهم أو استراتيجية العمل أو يغير في اتجاه التفكير الذي قد يعني تفسيراً جديداً للهدف أي أن المرونة تتعلق بالكيف وليس بالكلم (11، ص59).

وفيما يلي بعض النماذج من الإعلانات التي تميزت بالإبداع التصميمي في الإعلان :

10. معوقات المناخ الإبداعي بالعمل :

لاحظ الباحثين في مجال الإبداع أن المبدعين قد عانوا من بعض المعوقات والمشاكل في مجال عملهم، فمناح العمل في أماكن كثيرة يدفع علمانا دفعا قويا إلى الهجرة الداخلية بالتقوع داخل منازلهم أو الهجرة الخارجية والذهاب إلى العمل خارج البلاد. وهناك العديد من الدراسات التي تؤكد أن المرءوسين في العالم العربي يتعرضون لكثير من القمع والتهميش والإقصاء وقتل الإبداع والطموح، ويعيشون تحت تأثير الدوائر السلبيّة و البيئات الخائفة والنواذ المغلقة التي تجعل أولئك المرءوسين أناساً مسلوبى الإرادة فاقدى عنصر الإبداع والمغامرة و عديمى الثقة بالنفس. وتتمثل معوقات المناخ الإبداعي في معوقات خاصة (بالرئيس المباشر، بالملاء، بالنظام) (7، ص99).

الدراسة التحليلية:

تعتمد الدراسة التحليلية على عرض بعض النماذج الإعلانية المحلية والعالمية المختلفة التي يتوفر بها بعض العناصر الإبداعية، مع توضيح مدى إمكانية تنفيذ وتطبيق أفكار الإعلانات الأجنبية في مصر، حتى تؤكد على أهمية الإبداع وكيفية استخدامه في الإعلان بطرق مختلف تتاسب الهدف الرئيسي من الإعلان، وإن مصمم الإعلان لابد أن يتوفر له مناخ إبداعي مناسب لكي يستطيع إنتاج اعلانات إبداعية تجذب الجمهور المستهدف.

وفيما يلي بعض من العناصر الإبداعية في الإعلان :

– **الخصوصية** : ضرورة اعتماد الإبداع في مجال الإعلان على (خصوصية الحالة الإعلانية) فالفكرة الإعلانية المبدعة والناجحة مع جمهور معين قد لا تتج مع جمهور آخر، بل قد النموذج الإعلاني الأول :



شكل رقم (6)

https://www.behance.net/gallery/23618279/Misr-El-mصدر-El-النشر (2015)، كheir-SMS-Print-and-Online-Campaign	موضوع الإعلان وبياناته
تعتمد الفكرة في دعوة المتلقي للتبرع للمحتاجين والفقراء لمساعدتهم عن طريق ارسال رسالة بواسطة الهاتف المحمول من أى مكان، وتم تم توظيف القيمة الشكلية في تلخيص الهدف من الإعلان، وبدلاً من كتابته تم التعبير عنه بإستخدام الأشكال وتوظيفها لاعطاء المعنى المطلوب (الرسالة = ملابس، بطانية، سقف) .	فكرة الإعلان الإبداعي

النموذج الإعلاني الثاني :



شكل رقم (7)

البلد (استراليا) ، سنة النشر (2014)، المصدر http://www.michaelnagy.at/work/caritas-heat-adshel : وبياناته	موضوع الإعلان
تتمثل فكرة الإعلان في زيادة مستوى الوعي بالأعمال الخيرية والرعاية الاجتماعية للفقراء والأشخاص الذين بلا مأوى، باستبدال لمبات الفلوريسنت المستخدمة في إضاءة محطات الأتوبيس بلمبات أخرى تعطي حرارة لتساعد على التدفئة، ولكنها لا تعمل إلا إذا تبرع أحد الأشخاص ببيرو ووضعه في المكان المخصص له .	فكرة الإعلان الإبداعي
يمكن تنفيذ هذا الإعلان في مصر، ولكن في أماكن معينة تنسم مثلاً بالبرد معظم العام مثل المدن الساحلية حتى يمكن الاستفادة من فكرة الإعلان والهدف منه.	إمكانية تنفيذ الإعلان في مصر

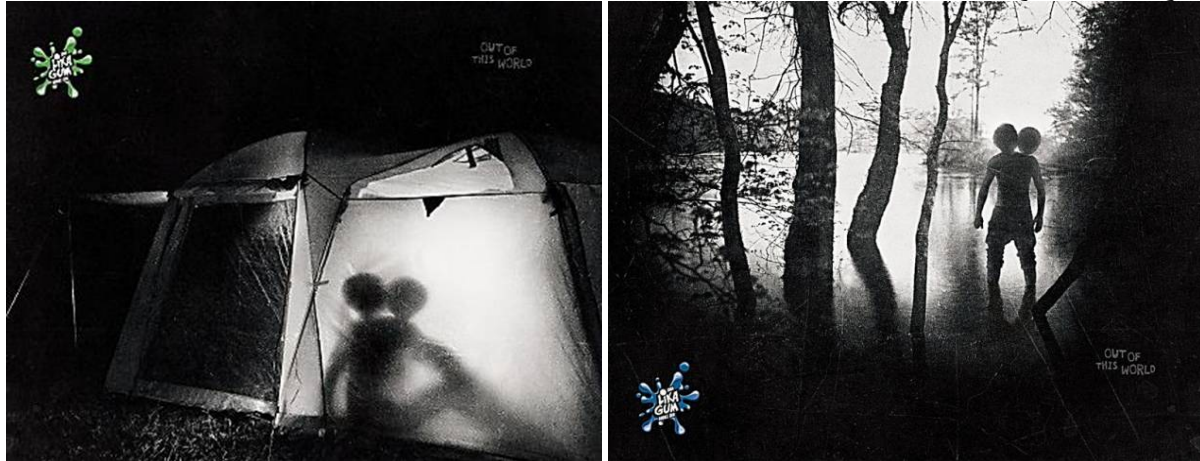
النموذج الاعلاني الثالث :



شكل رقم (8)

البلد (فرنسا)، سنة النشر (2013)، المصدر https://www.pinterest.com/pin/278238083201976063/19-4-2015 : وبياناته	موضوع الإعلان
تتلخص الفكرة في وضع الإعلان بشكل خدمي يستطيع المواطنين الاستفادة منه، كالجولس عليه، أو الاحتماء تحته من المطر، أو يساعدك في سحب الحقيبة بدلاً من حملها .	فكرة الإعلان الإبداعي
يمكن تنفيذ فكرة هذا الإعلان في مصر، ولكن في أماكن معينة، مثل مطار القاهرة أو في محطات المترو والقطارات .	إمكانية تنفيذ الإعلان في مصر

النموذج الاعلاني الرابع :



البلد (مصر)، سنة النشر (2009)، المصدر http://www.adeeve.com/2009/10/sima-food-industries-lik-gum-living-room-camp-swamp-outdoor/ : وبياناته	موضوع الإعلان
تعتمد فكرة الإعلان على تقديم المنتج بطريقة جديدة ومختلفة، تجعل المتلقي يشعر بأنه قد دخل عالم مختلف من الإثارة والغموض بمجرد تناوله (لبان سيما)، مع وجود الجملة الاعلانية (out of this world) لزيادة تأكيد المعنى، حيث تظهر الشخصيات الموجودة في الإعلان وكأن لها رأسان، الرأس الأولى هي بالفعل رأس إنسان، أما الثانية فهي الفقاعة أو البلونة الناتجة عن تناول لبان سيما.	فكرة الإعلان الإبداعي

النموذج الاعلاني الخامس :



شكل رقم (9)

http://osocio.org/message/amnesty-international-goes-high-tech-with-it-happens-when-nobody-is-watchin/ /	البلد (سويسرا)، سنة النشر (2009)، المصدر	موضوع الإعلان وبياناته
قامت منظمة العفو الدولية بعمل إعلان لتحقيق الوعي لمشكلة العنف المنزلي، ويستخدم كاميرا صغيرة تتبع حركة العين، فعند عدم النظر للإعلان نجد إن الرجل يضرب زوجته، وعند النظر له مرة أخرى نجده لا يضرب زوجته، مع وجود جملة (هذا يحدث عندما لا يكون هناك أحد يشاهد)، ويحتوى هذا الإعلان على رسالة خفية تم تنفيذها بأسلوب تفاعلي ومبدع.		فكرة الإعلان الإبداعي
يمكن تنفيذ فكرة هذا الإعلان في مصر بمحطات المترو والقطارات والأنوبيس، أو في بعض الأماكن المغلقة أماكن التسوق والهايبر ماركت .		إمكانية تنفيذ الإعلان في مصر

نتائج البحث Results :

1. من الدراسة النظرية والتحليلية للبحث أمكن تحديد وتعريف معظم الظروف والأسباب المعوقة للمناخ الإبداعي الخاص بمصمم الإعلان، والتأكيد على أهمية المناخ الإبداعي الجيد الذي يساعد على تنمية المعارف الإنسانية، فهو يشجع على الاتصال الثقافي والبحث والاكتشاف و يشجع المصمم على الاستفادة من خبرات الآخرين وقدراتهم، كما إنه ينمي روح العمل الجماعية.
 2. أمكن التأكيد على أهمية المناخ الداخلي على المناخ الخارجي في إعاقه المناخ الإبداعي للمصمم، باعتبار أنه ينبع أساساً من داخل الفرد، وأن مظاهر الاختلال في البيئة المحيطة به، يمكن أن يتغلب عليها بالعقل المنفتح، وبالاتجاهات الإيجابية لديه، وبغناصر القوة في شخصيته.
 3. أمكن التأكيد على أهمية المناخ الداخلي على المناخ الخارجي غير مواتية، أو معوقة للإبداع ؛ وعوامل المناخ الداخلي إيجابية ومساندة ؛ فإن التغلب على صور الإعاقه الخارجية سيكون أمراً ميسوراً، والعكس غير صحيح؛ حيث لن تجدي العوامل الخارجية نفعاً إذا كانت البيئة الداخلية خاملة، أو مقاومة، أو معوقة .
 4. قد تكون عملية الإبداع فردية تتعلق بشخصية المبدع، لكنها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمجتمعها، فإذا لم يحتضنها بجميع فئاته ومؤسساته وأنظمتها، ويوفر لها الرعاية والعناية اللازمتين، ويهيئ لها المناخ المناسب والأجواء الصحية الضرورية لنمائها، ضعفت واضمحل وانتهدت. فمسؤولية أي أمة تسعى إلى الرقي والتقدم الحضاريين، أن تبحث عن المبدعين من أبنائها، لا أن تنتظرهم حتى يبحثوا هم عنها.
 4. إذا خضع المصمم المبدع لشروط صاحب المال أو السلطة أو المؤسسة، أو لواقع اجتماعي متعسف، فإنه سيحطم إبداعه ببديه، لأنه سيفقد عاملاً أو شرطاً من شروط الإبداع وهو الحرية و الاستقلالية، فيحتاج المصمم المبدع إلى حيز من الحرية كي يطلق المخزون في عقله و قلبه فالحرية و الإبداع شيان متلازمان، فلا يكون هناك إبداع دون إطلاق حرية المبدع دون خوف من أي شئ أو أن ترتعش يده.
 5. عدم استقرار الوضع السياسي في المجتمع المصري لفترات عديدة وفق مراحل تاريخية متعددة، أدى إلى وضع قيود على التفكير وإلى الحد من مجالات التعبير والتجديد والإبداع .
- الإبداع والابتكار. بوك سبتي للنشر والتوزيع. القاهرة.
6. زين العابدين درويش (2003). المناخ الميسر للإبداع (طبيعته ومحدداته المادية والنفسية). مجلة التربية. مملكة البحرين.
 7. سعد الدين خليل (2008). قتل الإبداع. جميع الحقوق محفوظة للمؤلف. القاهرة.
 8. سعيد عبدالعزيز (2006). المدخل إلى الإبداع. دار الثقافة للنشر والتوزيع. عمان.
 9. سناء محمد نصر (2008). سيكولوجيا الإبداع (تعريفه وتنميته وقياسه لدى الأطفال). دار الفكر العربي. القاهرة.
 10. طارق محمد سويدان، محمد أكرم (2009). مبادئ الإبداع. قرطبة للنشر والتوزيع. الرياض.
 11. عبد الباسط متولى، محمد رشدي (2010). الابتكار محفزاته و معوقاته فى البيئة الأسرية و المدرسية. دار الكتاب الحديث. القاهرة.
 12. عبير حسن عبده (2007). بناء الفكر الإعلاني فى ظل ثورة المعلومات. المجلة العلمية علوم وفنون- المجلد التاسع عشر. العدد الثالث. يوليو. قتي عبدالرحمن جروان (2013). الإبداع ومؤسسات المجتمع المدني. النادي العلمي. الكويت.
 13. قتي عبدالرحمن جروان (2013). الإبداع ومؤسسات المجتمع المدني. النادي العلمي. الكويت.
 14. مدحت أبو النصر (2004). تنمية القدرات الابتكارية لدى الفرد والمنظمة. مجموعة النيل العربية. القاهرة .
 15. نبيل السيد أحمد - مصطفى حسين (2010). التربية الإبداعية لدى الأطفال العاديين وذوى الاجتياجات الخاصة. مكتبة الأنجلو المصرية. القاهرة.
16. Andy Wilkins (2012). *Creative Climate a Leadership Lever for Innovation*. Cass business school .city university London.
 17. David L. Gibson (2005). *Hurdling Creativity Barriers (Atop down approach for encouraging innovation in the workplace)*. Leadership Advance Online. Issue V,.
 18. Huda Mohamad, Wan Nurul- Tareq Mohammad(2013). *Barriers to Creativity among Students of Selected Universities in Malaysia*. International Journal of Applied Science and Technology. Vol. 3 No 6. August.
 19. j.daniel couger (1996). *Creative problem solving and opportunity finding*. boyd & fraser publishing company. united states of America.
 20. Jandul, canan ceylan, ferdinand jaspers(2011). *knowledge workers'creativity & and therole of the physical work environment*. Human Resource Management. Vol. 50. No. 6

المراجع References :

1. السيد البهنسى (2007). *ابتكار الأفكار الإعلانية*. عالم الكتب. القاهرة.
2. أيمن محمد عامر(2008). *شخصية المبدع*. مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع. القاهرة.
3. حسن إبراهيم عبدالعال (2004). *التربية الإبداعية ضرورة وجود*. دار الفكر للنشر. القاهرة.
4. حسين شفيق (2013). *الإعلام الإبداعي*. دار فكر والفن. القاهرة.
5. رمضان حسين رمضان(2009). *الإستراتيجيات العلمية لتعلم*

24. <http://web.mustafahosny.com/article.php?id=2536>
25. <https://www.behance.net/gallery/12697095/Juhayna-Outdoor-Remake>
26. <https://www.behance.net/gallery/1672762/Food-for-Education>
- November–December.
(wileyonlinelibrary.com).
21. http://adsoftheworld.com/media/print/white_angel_foundation_child_2
22. <http://ayamnafm.com/news/wp-content/uploads/2014/09/bank.png>
23. <http://toriwilkinson.blogspot.com>