

المضامين الاجتماعية ودلالاتها في الاعلانات المطبوعة لمنظمة اليونسيف

حيدر ماجد جابر

أ.م.د. اياد ذياب حميد

كلية الفنون التطبيقية / قسم تقنيات الاعلان

baghdadhaidar1@gmail.com

الملخص:

تنوعت المطبوعات الاعلانية حسب اغراضها واتجاهاتها مما ادى لتنوع مضامينها ولأن منظمة اليونسيف تعنى بالطفولة والمراهقين في جميع انحاء العالم اتسمت مطبوعاتهم بطرح المضامين الاجتماعية بمختلف رسائلها الانسانية او البيئية او الاخلاقية وبسبب خطابهم العام لمختلف المجتمعات والثقافات والاجناس كان من الضروري التعبير عن تلك المضامين بدلالات واضحة فالتنوع الاعلاني في اعلانات منظمة اليونسيف ادى لتنوع الدلالات في المعنى التعبيري المستخدم، والتي تهدف للتاثير بالمجتمعات المستهدفة بالاعلان من خلال اثاره اهتمامهم بتلك الموضوعات ذات المضامين الاجتماعية التي عبر عنها الاعلان، لذلك تلخصت مشكلة البحث بطرح السؤال الأتي: ما هي

المضامين الاجتماعية ودلالاتها في الاعلانات منظمة اليونسيف ؟

وللوصول الى النتائج المرجوة حدد الباحث اهداف البحث بالاتي:

١. الكشف عن المضامين الاجتماعية ودلالاتها في اعلانات منظمة اليونسيف.
 ٢. تقديم مقترح تصميم يوظف المضامين الاجتماعية ودلالاتها في الاعلان.
- الكلمات المفتاحية: (المضامين الاجتماعية، الدلالات، الإعلانات، منظمة اليونسيف).

Social content and its implications in UNICEF print advertisements

Haider Majed Jaber

Asst.Prof.Dr. Ayad Diab Hamid

Faculty of Applied Arts / Department of Advertising Technologies

Abstract:

Advertising publications varied according to their purposes and trends, which led to a diversity of their contents. Because UNICEF is concerned with childhood and adolescents all over the world, their publications were characterized by presenting social contents with

various humanitarian, environmental or moral messages. Because of their general discourse to different societies, cultures and races, it was necessary to express these contents with clear connotations. The advertising diversity in UNICEF advertisements led to a diversity of connotations in the expressive meaning used, which aims to influence the communities targeted by the advertisement by arousing their interest in those topics with social contents expressed by the advertisement. Therefore, the research problem was summarized by asking the following question: What are the social contents and their connotations in UNICEF advertisements?

To reach the desired results, the researcher defined the research objectives as follows:

1. Revealing the social contents and their connotations in UNICEF advertisements.
2. Submitting a design proposal that employs social contents and their connotations in the advertisement.

Keywords: (social content, connotations, advertisements, UNICEF).

المبحث الاول: المضامين الاجتماعية

أولاً: المفهوم العام للمضمون:

يمتلك الانسان حواس يستطيع من خلالها تلقي الاشارات المختلفة فنستطيع بالبصر ان نرى الالوان والضوء والاشكال او بالسمع الانغام والكلمات واصوات الطبيعة و باللمس التعرف على ملمس المادة وهكذا فتلقي الإشارة وحدها لا تكفي من دون ادراك معاني تلك الاشارات بعد التلقي يأتي دور الفهم والادراك . لتحليل تلك الاشارات وفهم مضامينها (مضمون اي شيء هو ما يحتويه، كالكتاب مضمونه مادته، والكلام مضمونه فحواه والاعلان مضمونه صورته واشكاله، ولكل نشاط فكري او افني او اتصالي لا بد لها من صورة ومضمون) (مذكور، ١٩٨٣، صفحة ٨٤).

فالشكل هو المدخل لمعرفة الجوهر وماتحويه تلك الاشكال من معاني ومضامين ولهذا تكون عملية التلقي متسلسلة بدءاً من الانتباه ثم الادراك و التحليل فلا يقتصر ادراكنا وتأثرنا بالشكل الخارجي فقط بل يجب ان نبحث بما تحمله تلك المادة فلو اخذنا الانسان على سبيل المثال "فينبغي ان يقودنا

حب الجسم الجميل الى حب النفوس الفاضلة، ومن وراء ذلك الى حب الافكار" (ريتشارد، ١٩٧٩ ،
صفحة ١٢٨)

ثانياً: المضمون فلسفياً:

تعددت آراء الفلاسفة في موضوع المضمون وهل الأهمية للشكل او للمضمون فمنهم من اعطى
الأهمية للشكل (مثل كروتشه وكانت)* (يماني، ٢٠١٣، صفحة ١٦٥٨)، وبين من نفى الشكل تماماً
مثل أفلاطون وبين من قال بأهمية الشكل والمضمون معاً مثل هيغل**، أعطت الفلسفة المثالية
الأهمية للمضمون فقط اذ عدت صور وأشكال هذا العالم ماهي الا محاكاة للمثل العليا (ففي نظرية
المثل يرى أفلاطون أن الإله اوجد المثل الاعلى لكل اجزاء الحياة، وعده المثل الكامل الذي لامثيل
له بالوجود المادي والطبيعي، و يرى على الفنان اهتمام بالجوهر الذي يظهر من خلال الشكل، اي
ان يكون الفن يدل على مضامين الأشياء وليس اشكالها الخارجية فمن خلال ذلك يهمل الشكل تماماً)
(محمد، ١٩٦٣، صفحة ٢٢١).

وهذا ما ذهب معه هوجو*** عندما قال " ليس الشعر في شكل الافكار، بل في الافكار ذاتها
فهو الجوهر الخالص في كل شيء" (يماني، ٢٠١٣، صفحة ١٦٥).

بينما خالف هيغل رأي أفلاطون اذ عد الأهمية للشكل والمضمون مترابطين معاً ليكونا العمل
الفني (فهو يرى المادة من دون شكل كالمضمون الذي ليس له شكل ويرى ان العمل الفني هو الذي
يظهر فيه الشكل والمضمون بشكل مترابط مكوناً هوية واحدة) (عبد الفتاح، ١٩٨٠، صفحة ٢٧٨).

ثالثاً: المضمون في العمل التصميمي:

* بينيديتو كروتشه، فيلسوفاً مثالياً ومؤرخاً وسياسياً إيطالياً، من القرن التاسع عشر، إيمانويل كانت، فيلسوف ألماني من القرن
الثامن عشر احد الفلاسفة الذين كتبوا في نظرية المعرفة الكلاسيكية. (موسوعة ويكيبيديا <https://ar.wikipedia.org>)

** فريدريش هيغل، حد أهم الفلاسفة الألمان، حيث يعتبر أهم مؤسسي المثالية الألمانية في الفلسفة في أواخر القرن الثامن عشر
الميلادي. (موسوعة ويكيبيديا <https://ar.wikipedia.org>)

*** فيكتور ماري هوجو، أديبا وشاعراً وروائياً فرنسياً، يُعتبر من أبرز أدباء فرنسا في الحقبة الرومانسية، وأبرز أعماله الروائية هي
رواية البؤساء وأحدب نوتردام. (موسوعة ويكيبيديا <https://ar.wikipedia.org>)

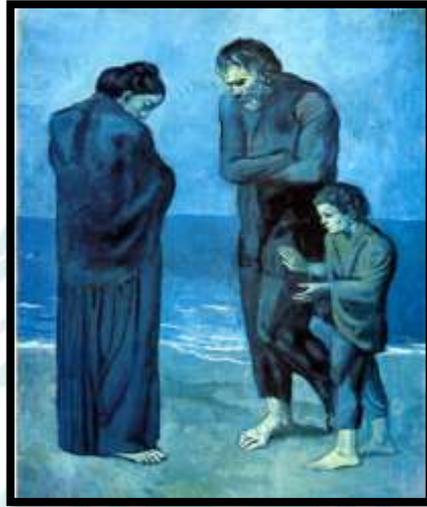
يتكون العمل التصميمي من شكل ظاهري ندركه بحواسنا كالبحسراو السمع او اللمس ومن مضمون او معنى داخلي متكون من عقائد وثقافة وفكر واهداف وارااء ندركها فكراً ايضاً فنستطيع ان ندرك العمل التصميمي مادياً وفكرياً و يرى عيد (ان المضمون هو الذي يحدد الشكل الذي يظهر الافكار التي يحملها، ويرى ايضاً هو المعنى الداخلي للصورة الفنية في العمل الفني او التصميمي) (عيد، ١٩٨٠، صفحة ٤٦).

وتتضح اهمية العمل التصميمي بما يحمله من افكار واحاسيس واتجاهات ومعالجات وان يعبر عن تلك المضامين بشكل فني جذاب ليلفت انتباه المتلقين لاهمية ما يريد قوله لهذا (اعتبر هيجل العمل الفني هو الافكار التي يظهرها اما الصورة فتتكون من الاحاسيس، والعمل الفني ناتج النقاء المضمون مع الصورة) (أبوريان، ١٩٨٩، صفحة ٤٤).

ويتم التعبير عن تلك المضامين او الافكار من خلال العناصر والاجزاء المختلفة في العمل الفني فتلك العناصر اللونية او الشكلية وتركيبتها او تشكيلها ماهي الا انعكاس لمشاعرنا ومشكلاتنا التي نواجهها في الحياة (فمضمون العمل الفني متنوع وأهم ما فيه العناصر التي يتكون منها العمل، وهذه العناصر الفنية هي انعكاس للواقع الحسي، اي الشكل الخارجي للبشر والأحداث التي تتجسد من خلالها عبر ملامح الوجه والاشارات ونبرات الصوت) (مجموعة مؤلفين، ١٩٨١، صفحة ١١٨).

فالمصمم يصور مشاعره وافكاره، من خلال مايمتلكه من ادوات مثل الكلمات والحركات والالوان يعكس لنا بتلك الادوات الاحداث والظواهر الاجتماعية والاراء بشكل فني جمالي ويحول الاعلان لمضمون فكري ويصبح المظهر الخارجي وسيله للتعبير عن هذا المضمون (رشيد، ١٩٨٥، صفحة ١٦٦)، لذا نسلط الضوء عن كيفية توظيف

في اعمال الفنانين الكبار ومنهم على سبيل المثال الفنان العالمي بابلو بيكاسو* في لوحته (شكل ١) التي يعبر بها عن ملامح اشخاص يتسم عليهم الحزن والكأبة باجساد منحنية تعبيراً عن ما يحملوه من هموم الفقر ومضهرهم وهم بحالة برد شديد معبراً عنها باللون الازرق الذي يعتبر من الالوان الداله على البرد فتظهر تلك اللوحة محملة بالمضامين فالفنان يصور معاناة تلك الشريحة واهمية الالتفات اليهم ومساعدتهم.



شكل (١) بابلو بيكاسو (تراجيديا)

رابعاً: المضامين الاجتماعية

المضامين الاجتماعية توصف بأنها المعاني التي يعبر عنها العمل الفني لأهداف اجتماعية لاهمية المجتمع وموضوعاته يقول ابن خلدون في مقدمته " ان الاجتماع الانساني ضروري ويعبر الحكماء عن هذا بقولهم الانسان مدني بالطبع، اي لا بد له من الاجتماع الذي هو المدنية في اصطلاحهم وهو معنى العمران" (عبد الرحمن، ١٩٨٠، صفحة ٣٥)، ولأهمية دور المجتمع اكدت الشريعة الاسلامية على حق الانسان وحرية و دوره اجتماعيا وكذلك سنت العديد من القوانين في اوربا تنظم المجتمع بحقوق وواجبات الى ان وصل العالم الى الاعلان العالمي لحقوق الانسان ولان الفنان ليس بمعزل عن المجتمع بل هو عنصر فاعل في الجانب الحضاري للأمم حتى قيل تقاس حضارة الامم بفنونها فكان لا بد له من طرح تلك المضامين الاجتماعية في العمل

التصميمي الذي يهدف لتربية المتلقين له تربية اجتماعية، تساعد على اعداد الافراد ليستطيعوا المساهمة في نشاط المجتمع مساهمة فعالة (٢) فطرحو العديد من المضامين في اعمالهم واستخدمت بعض الجهات تلك الوسائل الاعلانية لأيصال رسائلها وافكارها ومتبنياتها للجمهور فحملت تلك الاعمال مضامين اجتماعية مثل حقوق الانسان ومكافحة المخدرات واهمية دور المرأة والطفل في

المجتمع والتوعية بالأوبئة والوقاية منها والتثقيف ضد العنصرية والمحافظة على البيئة ونبذ الحرب والتدبير بها كما في الشكل (٢) والذي هو عبارة عن ملصق يظهر لما يحلم به ويحتاجه الاطفال مهملًا الحرب ويجلس فوق الصاروخ الساقط باحثًا عن الحب وانهاء الحروب.



شكل (٢)

وعبر القرآن الكريم عن اهمية المضامين الاجتماعية فلم تخلوا آياته من تلك المضامين اذ تناول موضوع الاسرة والمرأة والوحدة والتكافل والحقوق والتعايش فالقرآن الكريم عندما نزل على نبينا محمد (ص) لتربية المجتمع وتكامله حتى قال الرسول الاكرم (ص) "انما بعثت لأتمم مكارم الاخلاق" (ابو حوسة، ب.ت، صفحة ٩٧).

ولما يحتويه القرآن الكريم من مضامين اجتماعية لايسعنا ذكرها فنستعرض بعض الامثلة من آياته المباركة ومنها ما جاء في سورة الحجرات " يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَنْفَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ" (سورة الحجر ١٣). فكانت تلك الالية الشريفة انطلاقاً لتغيير المفاهيم في المجتمع والمساواة بين الناس فلا اكرمهم بل نسب ولا بالمال انما بالتقوى امام الله وتهدف لتغيير السلوك الاجتماعي من مجتمع تسوده الطبقة اسياد وعبيد الى مجتمع تسوده المساواة والتعارف والتقارب بين الناس (المجلسي، ١٩٨٣، صفحة ٣٨٢).

المبحث الثاني: مفهوم الدلالة

أولاً: الدلالة بشكل عام

تستخدم الدلالة لمعرفة شيء ما بشيء آخر ويطلقون عليه اهل اللغة الدال والمدلول مثل النار والدخان فالدخان دال على النار فيستخدم للدلالة نص او رمز او صورة او رسم او لون او حركة تدل على معنى معين في الاذهان، فقبل اللغة كان على الارجح الانسان البدائي يستخدم الاصوات مثل الصراخ والهمهمة وحركات الجسم كحركات اليد والرأس للتواصل (مكاوي، ١٩٩٨، صفحة ٩٢)، فتلك الحركات كانت تستخدم بمعنى رمزي ولها دلالات عدة كالغضب والحزن والفرح والتعجب والاعجاب والانبهار والتحية ولا تقتصر دلالة الحركات على العصور القديمة بل مازالت ليومنا هذا بأعتبار الجسد وحركاته (اساس التعبير، وهو منشئ للدلالة من خلال الحركة والإيماء والإشارة، وبما يشمل من الصفات والهيئات والأشكال والألوان فهو يشبه النص في امكانيته بإنتاج الرمز والدلالة) (النخيلي، ٢٠١٢، صفحة ٤٢)، حتى وصف الشاعر عمر بن ابي ربيعة* حركة الجسد واعطى ماهي دلالة تلك الحركة ببيتين جميلين فيقول

أشارت بطرف العين خشية أهلها إشارة محزون ولم تتكلم

فأيقنت أن الطرف قال: مرحباً وأهلاً وسهلاً بالحبیب المتيم " (أبي ربيعة، ٢٠٠٢، صفحة ١٣٩)

ويمكن تقسيم الدلالة لعدة انواع (عمر، ١٩٨٥، صفحة ٣٦).

١. الدلالة الاساسية: وهي العامل الرئيسي بالاتصال، مثل دلالة كلمة امرأة تدل على امرأة او رمز قلم يدل على القلم نفسه.
٢. الدلالة الاضافية: والتي تملكها الكلمة او يملكها الرمز او الصورة عن طريق مايشير اليه بالاضافة الى دلالاته الاساسية مثل رمز القلم يدل على العلم او رمز الحمامة يدل على السلام.

* عمر بن أبي ربيعة شاعر قرشي، أحد شعراء الدولة الأموية ويعد من زعماء فن التغزل في زمانه. (موسوعة ويكيبيديا

<https://ar.wikipedia.org>

٣. الدلالة الاسلوبية: وهي التي تفرضها ظروف المجتمع، كمخاطبتهم الناس البسطاء برسائل مبسطة جدا.

٤. الدلالة النفسية: وهي الدلالات عند الفرد اي ذاتية.

٥. ٥- الدلالة الايحائية: وهذه الدلالة تتعلق بكلمات او اشكال توحى بدلالات اخرى، فتحليل تلك الدلالات يتم في الازهان من خلال مدى ثقافتنا وفهمنا وتفسيرنا للاشياء فنحن اذا ماشاهدنا جسم ما من بعيد نعتقد انه شي معين مثل شخص او حيوان او عربة وتختلف تفسيراتنا حسب مقدرته الذهنية في التفسير.

ثانياً: الدلالة فلسفياً

تعد الدلالة عملية تحليلية فكرية عقلية تعتمد التحليل والمنطق للكشف عنها لذا لم يخلو موضوع الدلالة من الجدل الفلسفي ومناقشة الدلالة بوصفها علامة لشيء معين، فناقشوا الفلاسفة العلامات من خلال تأويلها ولا يبقى الفيلسوف بأطار الدلالة السطحية بل يعبر الى مستوى التحليل (الخداري، ٢٠١٧، صفحة ٥٦)، وقسم الفلاسفة الدلالة الى عدة اشكال واقسام كاللفظية وغير اللفظية وغيرها (فاذا استخدمت لفظاً فهي دلالة لفظية. وان لم تستخدم لفظاً فهي دلالة غير لفظية. وكل واحدة منها تنقسم إلى دلالة ووضعية. والدلالة العقلية هي التي تنتقل العقل من الدال الى المدلول اي بينهم علاقة عقلية واحدة تؤدي الى الاخرى. أما الدلالة الطبيعية هي علاقة طبيعية بين الدال والمدلول تنقله من أحدهما إلى الآخر بشكل طبيعي مثل أحمره دليل الخجل ، أما الوضعية هي علاقة الوضع بين الدال والمدلول كدلالة اللفظ على المعنى) (صليبا، ١٩٨٢، صفحة ٥٦٣). اما الفارابي* فقد فسر الدلالة (انها الشيء المشترك التي ما ان سمعها او تراها حتى يخطر ببالك الشيء الذي جعلها علامة له)) الفارابي، 1968، صفحة(43).

ثالثاً: الدلالة في العمل التصميمي

* الفارابي وعرف بأبي نصر واسمه الأساسي محمد، يعتبر الفارابي فيلسوفاً ومن أهم الشخصيات الإسلامية التي أتقنت العلوم بصورة

كبيرة مثل الطب والفيزياء والفلسفة والموسيقى. (موسوعة ويكيبيديا (<https://ar.wikipedia.org>)

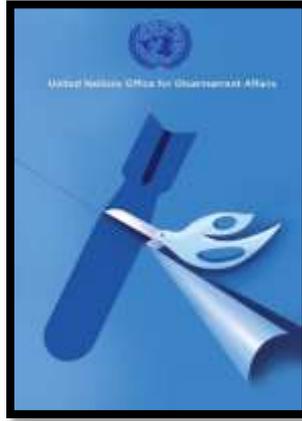
الاعمال الفنية على اختلاف انواعها مليئة بالدلالات المتعددة والتي يعبر عنها من خلال الرموز والاشكال والالوان فترتبط تلك الدلالات بمفاهيم ومعتقدات و انطباعات معينة فنجد بعض المجتمعات تتشائم من رقم معين اذ صار هذا الرقم دلالة على الشؤم او لون معين يدل على الحزن فنستخدم تلك الدلالات في تصميم الاعلان لأفادة رسالتنا والتعبير عنها حسب المجتمع المستهدف من خلال الاعلان وبالرغم من بعض الدلالات مختلفة بين المجتمعات، مثل اللون الابيض يعبر عن النقاء والسلام في المجتمعات العربية والاسلامية بينما يعبر عن الحداد في المجتمعات الاسيوية كالصين واليابان ويعبر عن المرض في الهند) ابراهيم، 2022، صفحة(152).

الا ان هناك دلالات سائدة بشكل عام في اغلب الشعوب لها ذات الدلالة وهي كالاتي " فالأسود: يرتبط بالموت والخوف والحزن وفقد البصر والوقار، الأبيض يرتبط بالطهارة والنقاء والنظافة، الأحمر يرتبط بالحريق واللهب والحرارة والدفء والخطر والدمار والقتل، الأخضر: يرتبط بالحقول والحدائق والأشجار.، الأزرق يرتبط بالسماء والماء في الطبيعة" بهنسي، 1997، صفحة(79).

ولابد ان نشير ان الدلالة في تصميم الاعلان لا تقتصر على الصور والعلامات والارسوم او الصبغة اللونية بل يستخدم مصمم الاعلان الالفاظ التي تخاطب مشاعر الناس بصياغة رصينة ومحملة بالدلالات النفسية والعاطفية فكثيرا ما يستخدم النص في الاعلان لتوضيح الرسالة الاعلانية او تعزيزها وبعض الاعلانات لاتحتوي غير النص وهذا يعود لرؤية وذكاء المصمم فيعبر عن تلك الدلالات في النص الاعلاني.

من المعارف والعلوم يستقي المصمم دلالاته التي يخاطب بها المجتمع في تصاميمه ورسائله الاعلانية، فيستخدم الالوان بدلالاتها المتنوعة ويستخدم النصوص والعناوين ويستخدم العلامات وما تحويه من دلالات عدة كالكتاب رمز العلم والثقافة او الحمامة رمز السلام واليد رمز العطاء والميزان رمز العدالة

في الشكل (٣) اذ عبر مصمم العمل Anjali Chandrashekar بشكل المقص الاشبه لهيئة الطائر وهو يقص صفحة تحمل رسم قذيفة صاروخية دلالة منه ان السلام ينهي صفحة الحرب و العنف.



شكل (٣)

المبحث الثالث: المضامين الاجتماعية في الاعلان المطبوع

يعد الاعلان وسيلة اتصال بين المؤسسات والمنظمات والشركات من جهة والمستهلكين او المتلقين من جهة اخرى من خلال تقديم خدماتهم ومنتجاتهم ولا يقتصر الاعلان على الهدف الربحي او التجاري بل يُستخدم الاعلان لأغراض تثقيفية واجتماعية وانسانية، وهو مانسميه بالاعلان الاجتماعي الذي يعبر عن المجتمع وشعاره الفن للمجتمع اذ يعبر الفنان عن مشاكل المجتمع من ذاته بما يمليه عليه الالتزام الاجتماعي) سالم، 1992، صفحة(30) ، ويسعى لاقناع المتلقين بمتبنيات المؤسسة الاجتماعية والمعرفية والثقافية لذا استخدمت منظمة اليونيسيف للأعلان عن واعلانات الطرق الخارجية او اعلانات وسائل النقل او الفولدرات او حتى الاعلانات الالكترونية التي تقوم المؤسسات بنشرها على مواقعها في التواصل الاجتماعي.

فهذا النوع من الاعلانات بدأ يزداد مع ازدياد المنظمات الداعية للسلم ونبذ العنف وحقوق الانسان وذلك بعد ما عانته المجتمعات من حروب وارهاب ومشاكل اجتماعية عديدة ما اثر بالتالي على الاعلان، فالأعلان يتأثر بالظروف الاجتماعية وتتكون الاتجاهات الاعلانية حسب الدعوات

الاجتماعية والبيئة الاجتماعية التي يتواجد بها الاعلان) عزت، 1948، صفحة (38). وتسعى المنظمات الاجتماعية للتواصل مع الجمهور عن طريق الاعلانات وتثقيفهم وخلق معتقدات ومتبنيات جديدة عندهم وتهدف لتغيير سلوك الافراد عن طريق الاعلان فمثلاً منظمة اليونسيف تتبنى عدة مواضيع ذات مضامين اجتماعية فهي تهتم بكل ما يخص الطفل والمرأة والحماية من الوباء والتحذير من الامراض والوقاية منها وتركيز على حق المساواة بين افراد المجتمعات المختلفة وغيرها من المضامين الاجتماعية.

ولكي يتحقق ذلك تستخدم فكرة اعلانية مبدعة تؤثر على اتجاهات المتلقين عند مخاطبتهم فاما ان يكون الخطاب عاطفي يؤثر على احساسات المتلقي ومشاعر المتلقي مثل تصوير معاناة الاطفال النازحين من مناطق الحرب او عقلي لأقناع المتلقي بالدليل والمنطق مثل تصوير ما يسببه التخزين من مزار او حتى ترفيهي في الاعلان الموجه للأطفال.

وان يصاغ الاعلان بشكل منظم وملفت للانتباه وجذاب لتحقيق وصول رسالته بشكل واضح ومؤثر على المتلقي وادراكه من قبل المتلقي وتصديقه فيجب ان يطرح حلول واقعية ومعالجات حقيقية ومعلومات صحيحة لكي يحقق الاثر في اراء واتجاهات الجمهور المتلقي لرسالة الاعلان.

ومن تلك المضامين الاجتماعية هي نبذ الحرب والدعوة لأيقافها وعدم استخدام الاسلحة والحفاظ على البيئة في الشكل (٤) شدد المصمم الياباني Kumi Nakazato على تصفير الاسلحة من خلال دلالة شكل الصاروخ الظاهر في المساحة السلبية في الرقم صفر وارادها بنص للتأكيد على اهمية هذا الموضوع بعبارة (Must be zero) اي يجب ان يكون صفرًا وهنا يقصد السلاح او الحرب لانهاء مظاهرها وما تنتجهم مشاكل تهدم المجتمع فيشدد على ضرورة تصفير السلاح لنعيش في بيئة سليمة وامنة بعيداً عن مظاهر العنف والقتال



شكل (٤)

مؤشرات الاطار النظري

١. تعتبر الاهمية في الاعلان المطبوع للشكل والمضمون معاً فلا يمكن ان نحقق غايتنا من ايصال الرسالة بدونهما معاً.
٢. يعد المضمون هو المعنى او المغزى او المراد الداخلي للصورة الفنية في فن من الفنون ويحدد ما هو الشكل الذي يخدم الافكار التي يتضمنها.
٣. يتكون العمل التصميمي من شكل ظاهري ندرکه بجواسنا كالبصر او اللمس ومن مضمون او معنى داخلي متكون من عقائد وثقافة وفكر واهداف وراء ندرکہا فكرياً.
٤. تمثلت المضامين الاجتماعية بحقوق الانسان ومكافحة المخدرات واهمية دور المرأة والطفل في المجتمع والتوعية بالأوبئة والوقاية منها والتثقيف ضد العنصرية وحق المساواة بين افراد المجتمع الواحد او المجتمعات الاخرى والمحافظة على البيئة ونبذ الحرب والتنديد بها
٥. يتم فهم دلالات المضامين من خلال الادراك الذي يعتمد على حواس المتلقي ثم التعرف بوصفه عملية ذهنية ثم الفهم الذي يساعد على فهم الرموز والعلامات والتوصل الى الدلالة.
٦. تستخدم الدلالة لمعرفه شيء ما بشيء اخر فيستخدم للدلالة نص او رمز او صورة او رسم او لون او حركة تدل على معنى معين في الأذهان
٧. تتوعت الدلالة لعدة انواع الدلالة الاساسية، الدلالة الاضافية، الدلالة الاسلوبية، الدلالة النفسية، الدلالة الایحائية.
٨. يعتبر الاعلان وسيلة اتصال بين المؤسسات والشركات من جهة والمستهلكين من جهة اخرى من خلال تقديم خدماتهم ومنتجاتهم.

٩. استخدمت المؤسسات للأعلان عن مضامينها الاجتماعية باستخدام الاعلانات المطبوعة بأنواعها المختلفة كأعلانات الصحف والمجلات والملصقات واعلانات الطرق الخارجية او اعلانات وسائل النقل او الفولدرات او حتى الاعلانات الالكترونية. التي تقوم المؤسسات بنشرها على مواقعها في التواصل الاجتماعي.
١٠. وتسعى المنظمات الاجتماعية للتواصل مع الجمهور من خلال تلك الاعلانات لغرض تثقيفهم وخلق عادات و معتقدات ومتبنيات جديدة عندهم وتهدف لتغيير سلوك الافراد من خلال الاعلان.

تحليل النماذج

انموذج (١)

الاسم: اللقاح

نوع الاعلان: تثقيفي / توعوي

تاريخ الاعلان: ٢٠٢١



الوصف العام:

تكونت البنية التصميمية من صورة فوتغرافية تملأ حيز الاعلان وعنوان رئيسي بخلفية زرقاء مع مساحة مقتطعة اسفل التصميم باللون الرمادي تحتوي على مادة كتابية ومساحة زرقاء متدرجة

بالشفافية مرتفعة الى الاعلى من اسفل التصميم واعلى التصميم وضعت ثلاث شعارات توسطها شعار منظمة الصحة العالمية وعلى جانبيها شعار منظمة الصحة العالمية وشعار وزارة الصحة العراقية.

التحليل:

اولاً: موضوع المضامين الاجتماعية

تمثل موضوع المضامين الاجتماعية في الاعلان (بالتوعية بالابوئة والوقاية منها) باعتباره احد اهم المواضيع الاجتماعية للحفاظ على المجتمع البشري بشكل عام وحمايته من خلال تأكيد الاعلان على اهمية التلقيح ضد فيروس كورونا كونه احد المواضيع التي شغلت الرأي العام العالمي منذ نهاية عام ٢٠١٩ ولغاية الان حيث شكل في بداياته تهديداً حقيقياً على المجتمع البشري فلم تتوانى المنظمة في طرح العديد من الاعلانات حول موضوع الوباء والوقاية منه انطلاقاً من مسؤوليتها الاجتماعية وبالتعاون مع الجهات المختصة كمنظمة الصحة العالمية ووزارة الصحة العراقية.

ثانياً: اشكال الدلالة ونوعها

استخدم المصمم (صورة فوتوغرافية) لأمرأة اثناء التطعيم ضد فيروس كورونا وكانت المرأة في نقطة التركيز لاجل اعطائها الاهمية في الاعلان كونها مركز الثقل في الاعلان فضهرت الدلالة مركبة من عدة انواع (دلالة اساسية) تدل على اهمية حماية المرأة نفسها وحماية عائلتها باعتبارها هي العنصر الفاعل والمؤثر داخل الاسرة و (دلالة اضافية) بالاضافة لكونها تمثل المرأة بحد ذاتها فهي ايضا تدل على الحب واستمرار الحياة فدلالة الصورة ان نحافظ على حياتنا المليئة بالحب وان نحافظ على استمرار الحياة و (دلالة نفسية) من خلال استخدامه لصوره فوتوغرافية من صلب الواقع لكسر الحاجز النفسي والخوف من التلقيح في ضل الشائعات الكثيرة المتداولة في حينها وكذلك (دلالة ايحائية) من خلال وضع الممرضة خارج نقطة التركيز مما يظهر صورتها وكأنها كائن هلامي توحى بالملائكية لشكر و تثمينا الدور الذي يقومون به في مواجهة الوباء ويؤكد المصمم هذا المعنى من خلال نظرة المرأة الى الممرضة التي توحى بالحب والامتنان.

ثالثاً: انواع الاعلانات المطبوعة

استخدمت المنظمة الملصق الاعلاني في هذا الاعلان وهو اعلان ورقي مطبوع بقياس (٧٠×٥٠ سم) ويكون الظهر قابل الى اللصق لوضعه في اماكن في الشوارع وداخل المؤسسات للتأكيد على اهمية موضوع اللقاح الذي طرحته في الاعلان كونه موضوع ملح وضروري ليكون بشكل قريب من الجمهور المتلقي وبتكرار المعلومة على المتلقين لترسيخ هذا المضمون في اذهانهم فكما قيل في الاعداد افادة والملصق خير من يؤدي هذا الدور من خلال امكانيته طبع كميات كبيرة منه بكلفة مناسبة.

رابعاً: اهداف المضامين الاجتماعية

ان هدف المضمون الذي طرحه الاعلان هو (تثقيف) الناس لأهمية اخذ اللقاح لحماية الشخص نفسه وعائلته وبالتالي حماية المجتمع ككل من خلال التلقيح ضد الفيروس فلو ان كل شخص حصن نفسه وعائلته فبالتالي سيكون المجتمع حائط صد اجتماعي ضد انتشار الفيروس وهذا يظهر في عنوان الاعلان ان لاسبيل للحماية غير اللقاح ويهدف ايضاً (لتغيير سلوك الافراد) داخل المجتمع من عدم الثقة باللقاح الى الاطمئنان للقاح وتوجيههم للتلقيح ضد الفيروس وحماية المجتمع.

انموذج (٢)

الاسم: انت تقدر

نوع الاعلان: تثقيفي

تاريخ الاعلان: ٢٠٢٢



الوصف العام:

تكونت البنية التصميمية من صورة فوتوغرافية لفتاة في يسار الصور مع عنوان مقابل للصورة بخلفية بنفسجية مما اعطى توازن متماثل في التصميم وضهور تباين شديد في الازياء فبينما الفتاة استخدمت لها اضاءة طبيعية كانت اضاءة الصورة زرقاء واستخدم مساحة مقطوعة اسفل التصميم باللون الرمادي لثقلها المادة الكتابية وعنوان الحملة (انت تقدر) واعلى التصميم ظهر شعار منظمة اليونيسيف.

التحليل

اولاً: موضوع المضامين الاجتماعية

تمثل موضوع المضامين الاجتماعية في موضوع (المرأة والطفل) وتاكيده على احقية الفتيات بالتعليم فضلاً عن بقية الاطفال فموضوع منح الفتيات حقهن بالتعليم من اسس تكوين الشخصية القوية للمرأة التي يضمن مستقبلها العلمي والعملية ولأنها عامل مهم واساسي في المجتمع والاسرة فمنعها من حقها بالتعليم لايؤدي الفتاة ذاتها فقط بل يخلل ركيزة مهمة من ركائز الأسرة او المجتمع ككل.

ثانياً: اشكال الدلالة ونوعها

استخدم المصمم الصورة الفوتوغرافية في الاعلان ويظهر فيها فتاة ترتدي زي الدراسة للدلالة على موضوع المضمون (بدلالة اساسية) من خلال حق الفتيات بالتعليم ولا فرق بينهن وبين اقرانهن من الذكور فالتعليم حق للجميع من دون تفرقة واستخدم (دلالة اضافية) بالاضافة لكون مدلول الصورة هوة الفتاة الصغيرة فيدل على مستقبل المجتمع الذي من خلال حرمانه التعليم فأنت تساهم بتهديمه اذ سيحتاج المجتمع مستقبلاً لطبيبة ومهندسة ومحامية ومدرسة واقتصادية وسياسية وام متعلمة تعلم اولادها وتساهم في خدمة المجتمع وبناءه واستخدم ايضا (دلالة ايحائية) من خلال القيم اللونية في التصميم فاللون الازرق الذي يظهر في خلفية الصورة ويظهر في الخلفية قاعة مدرسية وفتى ايضا تحت الازياء الزرقاء التي يمثل الهوية البصرية لمنظمة اليونيسيف التي تنادي بحقوق الاطفال في التعليم فحقوق الطفل والتعليم تشمل الكل بينما عزل الفتاة عن الخلفية وعن تلك الازياء يوحي بمنعها من هذا الحق مع نظرتها الممتدة بعيداً التي توحي بتعلقها وتفكيرها بالمستقبل وايضا استخدم (دلالة

نفسية) ففي هذا الرسالة التي هي موجهة الى الاب بشكل خاص حاول المصمم مخاطبته بشكل عاطفي يوثر في نفسيته من خلال صورة الطفلة وماتحملة من تعابير حزينة ومن خلال العنوان الذي يذكره بمسؤوليته الابوية بالاضافة لحياة ابنته مستقبلا وما سيؤول اليه مصيرها بعده.

ثالثا: انواع الاعلانات المطبوعة

استخدمت المؤسسة الاعلان الخارجي للتعبير عن موضوع المرأة و الطفل وحقهم بالتعليم بقياس (٢×٣ متر ٢) واستخدمت هذا النوع للدعاية الى حملتها فيوضع في المهرجان والمؤتمرات اوحتي في الطرق الرئيسية والخارجية لمخاطبة عدد كبير من الناس لاهمية موضوع تعليم الطفلة ومخاطبة الاباء بصورة خاصة الذي عادة مايسلكون تلك الطرق في ذهابهم الى اعمالهم وعودتهم يوميا في مناطق محددة بشكل مدروس ومنضم من قبل منظمة اليونيسيف.

رابعاً: اهداف المضامين الاجتماعية

ظهر هدف الاعلان في تثقيف المجتمع باهمية التعليم للاطفال والانات بشكل خاص لكون توجد في مجتمعنا ضاهرة عند العديد من الافراد لمنع بناتهم من التعليم وتعريفهم باثرها عليهم في المستقبل وكذلك لتغيير سلوكهم الممانع لتعليم الفتيات وجعلهم يتقبلون الفكرة مما ينعكس ايجاباً على مستقبل المجتمع.

نتائج البحث:

اولاً: موضوع المضامين الاجتماعية:

تمثل موضوع المضامين الاجتماعية بالتوعية بالأوبئة والوقاية منها في النموذج (١) أي بنسبة ٢٠% كما تمثلت المضامين الاجتماعية بموضوع المرأة في النماذج (٢،٣) اي بنسبة ٤٠% كما جاءت المضامين الاجتماعية متمثلة بموضوع الطفل وهو اكثر موضوع تعنى به المنظمة كما في النماذج (٥،٤،٣،٢) اي بنسبة ٨٠% من المجموع الكلي لنماذج العينة.

ثانياً: اشكال الدلالة ونوعها:

١. شكل الدلالة: استخدمت الصورة الفوتوغرافية كون لها بعدا تسجيلياً وتعزز الصدق والواقعية في الاعلان للدلالة على المضامين الاجتماعية في جميع النماذج بينما استخدم اللون لما له من

تأثيرات سايكولوجية في الدلالة كما في النماذج (٢،٤) اي بنسبة ٤٠ % واستخدم النص للدلالة كما في الأنموذج (٤) اي بنسبة ٢٠%.

٢. نوع الدلالة: برزت الدلالة الاساسية على موضوع المضامين الاجتماعية في جميع النماذج بينما جاءت الدلالة الاضافية في النموذج (٢،١) اي بنسبة ٤٠% وظهرت الدلالة النفسية في النماذج (٤،٢،١) اي بنسبة ٦٠% وجاءت الدلالة الايحائية في النماذج (٥،٤،٢،١) اي بنسبة ٨٠% من المجموع الكلي لنماذج العينة.

ثالثاً: انواع الاعلانات المطبوعة:

استخدم الملصق الاعلاني في اعلانات منظمة اليونيسيف في النماذج (٥،١) اي بنسبة ٤٠% بينما استخدم الاعلان الخارجي في النموذج (٢) اي بنسبة ٢٠% وكما استخدم الاعلان الداخلي في النموذج (٣) اي بنسبة ٢٠% واستخدمت المنظمة الفلاير كونه يوفر كميات كبيرة من المطبوعات يتكالف منخفضة كما في النموذج (٤) اي بنسبة ٢٠%.

رابعاً: اهداف المضامين الاجتماعية:

ظهر هدف الاعلان في تثقيف وتوعية المجتمع في جميع النماذج بينما جاء هدف الاعلان لتكوين عادات ومتبنيات جديدة من خلال المضامين المطروحة في الاعلان كما في النموذج (٣) اي بنسبة ٢٠% بينما جاء هدف الاعلان لأحداث تغيير في سلوك الافراد بالمنحى الذي تنشده المنظمة كما في النماذج (٤،٢،١) اي بنسبة ٦٠% من المجموع الكلي لنماذج العينة.

الإستنتاجات:

في ضوء نتائج البحث ومناقشتها توصل الباحث الى مجموعة من الاستنتاجات وهي كالآتي:-

١. وظف موضوع الطفل و المرأة كاحد اهم المواضيع المعبرة عن المجتمع التي تعنى بها منظمة اليونيسيف بشكل خاص لما لها من تأثير في بنية المجتمع ومستقبله.
٢. تسهم الصورة الفوتغرافية في اعلانات منظمة اليونيسيف للدلالة على المضمون في الاعلان بشكل كبير كونها من العناصر الواقعية التي تصور الحياة الاجتماعية وما تواجهها من تحديات.

٣. كما يسهم اللون في تعزيز الجانب الدلالي في اعلانات منظمة اليونيسيف لما يتميز به من تأثيرات نفسية على المتلقي مرتبطة بمعاني متفق عليها من اغلب الشعوب والمجتمعات كالأسود: يرتبط بالموت والخوف والحزن وفقد البصر والوقار، الأبيض يرتبط بالطهارة والنقاء والنظافة، الأحمر يرتبط بالحريق واللهب والحرارة والدفء والخطر والدمار والقتل، الأخضر: يرتبط بالحقول والحدايق والأشجار، الأزرق يرتبط بالسماء والماء في الطبيعة.
٤. تعد الدلالة الاساسية العامل الرئيسي بالاتصال في الاعلان وهي اوضح دلالة عن المضمون الاجتماعي الذي تطرحه منظمة اليونيسيف في اعلاناتها مثل دلالة صورة امرأة تدل على المرأة نفسها.
٥. وتعد الدلالة الايحائية عنصراً فاعلاً في التعبير عن المضامين الاجتماعية اذ تتعلق تلك الدلالة بكلمات او اشكال توحى بدلالات اخرى مما يدفع المتلقي للتفكير والاهتمام في الاعلان وبالتالي زيادة مدة التعرض لأعلان المنظمة وحجب التأثيرات الناتجة عن اعلانات منظمات اخرى لها اهداف مضادة لاهداف منظمة اليونيسيف.
٦. تسهم الدلالة النفسية في اعلانات منظمة اليونيسيف بالتاثير على مشاعر المتلقي الذاتية ومخاطبه مشاعره لتحقيق الاستجابة للاعلان.
٧. يؤدي الملصق دور اعلاني فعال وذلك بسبب امكانيه عرضه في اماكن مختلفة كالشوارع و المؤسسات ليكون بشكل قريب من الجمهور المتلقي للتاكيد على اهمية المواضيع المطروحة من قبل منظمة اليونيسيف وبتكرار المعلومة على المتلقين للحصول على استجابة اكبر من خلال ترسيخ المعلومات التي تطرحها المنظمة في اعلاناتها المطبوعة مما تتطلب كميات كبيرة يحققها الملصق بكلفة مناسبة.
٨. تهدف اعلانات منظمة اليونيسيف لتثقيف وتوعية المجتمع بأهم القضايا والمواضيع التي من شانها الحفاظ على المجتمع وتطويره وتوعيته للمخاطر التي تهدد المجتمع من خلال بعض السلوكيات الخاطئة التي تهدد المنظمة لتغييرها من خلال ما تطرحه من مضامين اجتماعية في اعلاناتها المطبوعة.

المصادر والمراجع:

مراجع

١. ابراهيم مذكور. (1983). *المعجم الفلسفي*. القاهرة : دار قباء الحديثة.
٢. ابن خلدون عبد الرحمن. (1980). *مقدمة ابن خلدون*. بيروت : دار الكتب العلمية.
٣. ابي نصر محمد الفارابي. (1968). *الالفاظ المستعملة في المنطق، تحقيق :محسن مهدي* . بيروت :دار المشرق.
٤. احمد مختار عمر. (1985). *علم الدلالة*. القاهرة :عالم الكتب.
٥. امال النخيلي. (2012) *شعرية الجسد في الشعر العربي*. بيروت :دار الكتب اللبنانية.
٦. امام عبد الفتاح. (1980). *المنهج الجدلي عند هيجل*. القاهرة :مطبعة دار الثقافة للطباعة والنشر.
٧. اندريه ريتشارد . (1979). *النقد الفني*. دمشق :وزارة الثقافة.
٨. جميل صليبا .(1982). *المعجم الفلسفي*. بيروت :دار الكتاب اللبناني.
٩. حسن عماد وليلى حسين السيد مكاوي .(1998). *الاتصال ونظرياته الحديثة*. القاهرة :الدار المصرية اللبنانية.
١٠. حسن محمد .(1963). *الاصول الجمالية للفن احديث*. القاهرة :دار الفكر العربي.
١١. داليا محمد ابراهيم .(2022). *الدلالة الرمزية في التصميم ودورها في تأصيل الهوية المصرية* . بغداد :مجلة العمارة والفنون، عدد.2
١٢. سعد الخذاري .(2017). *الدرس البلاغي العربي بين السيميائيات وتحليل الخطاب* .بيروت : منشورات ضفاف.
١٣. عبد العزيز عزت .(1948). *الفن وعلم الاجتماع الجمالي*. القاهرة :مطبعة كوستاتسوماس وشركاه.
١٤. عبد الله عفاف يماني .(2013). *وحدة الشكل والمضمون في النقد الحديث*. القاهرة :جامعة الازهر ، العدد17، دار الكتب المصرية.
١٥. عبد المجيد لطفي .(1984). *التراث الشعبي هل هو شيء منعزل* .مجلة التراث الشعبي، العدد

١٦. عدنان رشيد. (1985) *دراسات في علم الجمال*. بيروت: دار النهضة العربية.
١٧. عفيف بهنسي. (1997). *النقد الفني وقراءة الصورة*. القاهرة: دار الكتاب.
١٨. عمر ابن أبي ربيعة. (2002) *ديوان عمر بن أبي ربيعة*. بيروت: دار المعارف.
١٩. كمال عيد. (1980). *جماليات الفنون*. بغداد: منشورات الجاحظ للنشر.
٢٠. مجموعة مؤلفين. (1981). *اسس علم الجمال الماركسي اللينيني*. طلال الماشطة، المترجمون (بيروت: دار التقدم).
٢١. محمد باقر المجلسي. (1983) *بجار الأنوار*. بيروت: دار احياء التراث العربي.
٢٢. محمد عزيز نظمي سالم. (1992). *الفن بين الدين والاخلاق*. الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
٢٣. محمد علي أبوريان. (1989). *فلسفة الجمال ونشأة الفنون الجميلة*. الإسكندرية: دار المعارف الجمالية.
٢٤. موسى ابو حوسة) .ب.ت. *(قراءة في التربية الاسلامية* .ب.م: المجلة الثقافية، عدد.25