

المطبوعات الإعلانية بين فلسفة التصميم وهندسة التفكير Advertising publications between design philosophy and thinking engineering

أ.م.د. ميسون محمد قطب عبد العال
أستاذ مساعد - قسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان - القاهرة - مصر.

ملخص البحث Abstract:

تعد المطبوعات الإعلانية من الوسائل الهامة التي يستخدمها المصمم، للتعريف بطبيعة المنتج أو الخدمات التي تقدمها المؤسسات، مستخدماً فيها مجموعة من عناصر التصميم ومفردات لغة الشكل، لتوصيل مضمون معين وهدف محدد إلى الجمهور المستهدف، ويعد ادراك المصمم لمكونات التصميم ادراكاً جيداً، وتفهمه لدلالات كل عنصر يساعد في عملية التخطيط والتنظيم - وهو ما يسمى بهندسة التفكير- ويجعل عملية التصميم سهلة وطبيعية، كما تساعد في تقييم التصميم وتطويره. إلا أننا نفتقد في بعض المطبوعات لتحقيق الدور التكاملي بين ما يهدف المطبوع إلى توصيله من معاني ورؤى فلسفية، وبين أساليب العرض وعمليات التخطيط والتنظيم للتفكير المتبع في التصميم. من هنا ظهرت مشكلة البحث في وضع مجموعة من المحددات التي تضمن تحقيق الدور التكاملي بين فلسفة التصميم وهندسة التفكير في المطبوعات الإعلانية. واتباع البحث المنهج الاستقرائي لاستطلاع مشكلة البحث واستنتاج حلول منطقية لها، من خلال مجموعة من التصميمات المتنوعة للمطبوعات الإعلانية. ولقد وجدت الباحثة من خلال الدراسة أن التصميم ليس مجرد عمل فني يلب قير المشاهد بل هو منظومة متكاملة تجمع بين الفلسفة والفكر لخلق مزيج متكامل ناجح، وقد حددت الباحثة التصميم الناجح للمطبوعات الإعلانية بأنه الذي يجمعه مجموعة من المحددات التي تضمن تحقيق التكامل بين الدور الفلسفي وهندسة التفكير في المطبوعات الإعلانية.

الكلمات المفتاحية keywords:

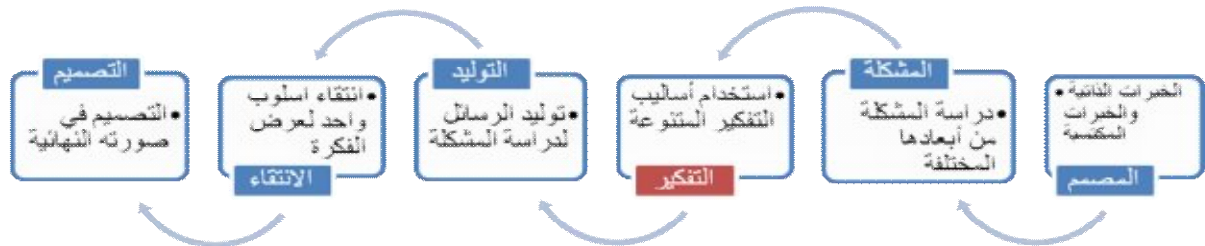
فلسفة التصميم Design Philosophy - هندسة التفكير Thinking Engineering - المطبوعات الإعلانية Advertising publications.

فلسفة تصميم المطبوعات الإعلانية Design philosophy

"تجسد المطبوعات الإعلانية محاولة دائمة من قبل المصمم لإيجاد علاقة بين الحقائق والمعلومات والاتجاهات والسلوكيات التي تمثلها الدراسة الموضوعية للقضية التي يناقشها المطبوع، والاتصال الرمزي الذي يعتمد على عناصر مثل الألوان والصور والتصميمات المبهرة والتي تمثلها عملية التصميم". (١- ص ١٨). "وتعد عملية التصميم في حد ذاتها عملية معرفية معقدة، تضع حلول لمشاكل التصميم". (٥- ص ١٠٤) "ويرى البعض أن فلسفة التصميم ترتبط بالضوابط الأساسية التي يجب أن تأخذ بها الشركات أو المنشآت عند التصميم" (٢- ص ٧)، "بينما يرى البعض الآخر أن فلسفة التصميم هي مجموعة من المواقف التي تؤثر في عملية التصميم نفسها، والمرتبطة بدور المصمم في المجتمع ووظيفته... إلخ، وبهذا تؤثر الفلسفة التي يعتنقها المصمم تأثيراً كبيراً في الأسلوب الذي يتبعه في التصميم" (٢- ص ٨). وعلى هذا يمكننا القول أن فلسفة التصميم هي مجموعة المعاني التي تنشأ الشركة أو المؤسسة تحقيقها من خلال التصميم. شكل (١).

مقدمة البحث Introduction:

تحرص المطبوعات الإعلانية على توصيل المعلومات إلى فئات متنوعة من الجماهير، لتحقيق القدر المعرفي المطلوب بطبيعة القضية المعروضة للنقاش أو الخدمة أو المنتج المعلن عنه، ولا شك أننا في عصر طغت فيه التكنولوجيا على كل شيء، الأمر الذي جعل العيب كبيراً على المطبوعات الإعلانية- بصورتها التقليدية- في قدرتها على المنافسة في هذا العصر، مما استدعى التفكير ملياً لدراسة المطبوعات الإعلانية وسبل تحقيق جذب الانتباه لها، فأصبح من الضروري توافر بعد فلسفي يجعل للتصميم مغزى دلالي يشجع المتلقي على متابعة المطبوع، ومن ثم استنتاج المعاني الضمنية لعناصر التصميم، وفق مجموعة من الخطوات التي تحكم عمليات التفكير لدى كلاً من المصمم والمتلقي (٣- ص ٣١)، وليس مجرد توزيع عناصر التصميم بصورة جذابة وشيقة، من هنا ظهرت مشكلة البحث في التساؤل التالي: ما هي محددات نجاح الدور التكاملي بين فلسفة التصميم وهندسة التفكير في المطبوعات الإعلانية؟ لذا يهدف البحث إلى الوصول إلى محددات تحكم نجاح الدور التكاملي بين فلسفة تصميم وهندسة التفكير في المطبوعات الإعلانية. وفي سبيل هذا اتبع البحث المنهج الاستقرائي والاستنتاجي لتقديم حلول لمشكلة البحث.



شكل (١) : عملية التصميم .

جديدة وعديدة لحل مشاكل التصميم، وسيتمكن من تغير وجهة نظره تجاه أي مشكلة بالنظر إليها من زوايا مختلفة، وبذلك تتحقق هندسة التفكير:

- أعمال العقل للتفكير في العالم واحتياجاته.
- التعايش الصحيح مع الخبرات اليومية بحيث لا تندثر بين جنبات العقل.
- الإدراك السليم للوصول إلى التفكير الإيجابي .
- تفعيل دور الحواس سواء الملموسة أو الفكرية.
- دمج الإرشادات العقلية المستخلصة من عملية التفكير مع الخبرات الإنسانية للحصول على صورة عقلية جديدة" (٧)، تمثل رؤية المصمم لفكرة الجديدة .
- وتهدف عملية هندسة التفكير إلى تدريب المصمم على:**
- تخزين المعلومات والمعارف المكتسبة وتذكرها بطريقة منظمة واستكشافية" (٨).
- استحضار منظم للمعارف المكتسبة.
- انتقاء وتنظيم المعارف المكتسبة.
- "إعادة ترتيب المعلومات المتوفرة بأسلوب منطقي ومنظم.
- التمثيل الناجح للمعلومات المرئية.
- استكشاف الأنماط والعلاقات فيما بين المعلومات.
- اكتشاف المعاني الضمنية لعناصر التصميم". (٨).

The receiver and thinking engineering : وهندسة التفكير

"أخذ التفكير في العصر الحديث أبعاداً من التقدم جعلت التصميم ذا بعد يستطيع أن يصل إلى قلب المتلقي وعقله معاً، بل ركزت بشكل أساسي على احترام العقل ومخاطبته باللغة التي يستطيع تقبلها، فالمتلقي اليوم تحكمه وسائل اتصال مختلفة عن العصور السابقة، ومتقدمة بالقدر الذي يجعل مجال الرؤية متسعاً من جراء سرعة المتغيرات التي تستقبلها عين المتلقي في اليوم الواحد، بل إن الإعتياد البصري أخذ مأخذاً مغايراً لما كانت العين معتادة عليه في السابق، مما يؤكد نسبية الأفكار الإعلانية، بمعنى أن ما كان غير معتاد للعين أن تتقبله في بداية هذا القرن أصبح اليوم معتاداً، بل تراه العين أكثر من مرة في وسائل الاتصال المرئي، فأصبحت عين المتلقي المعاصر لا ترضى بعشوائية الفكرة أو الفكرة المعتادة". (٣- ص ٣١).

فالتصميم في العصر الحديث يتناول فكر المصمم ويصوغه في سياق يكون للعقل دوراً ليس قليلاً فيه، وإن اختلفت المدارس والتوجهات الفكرية في هذا القول، ولكن أدوات العصر الذي نعيشه ومستوى وعي المتلقي المعاصر، قد وضعت للتفكير منزلة في التنسيق بين الأفكار التصميمية، وفي اختيار الخطوط التي تكون الشكل، وتحدد شكل الفراغ، وكميته واتساقه مع حجم الموجودات. (٣- ص ٣١).

كل هذا جعل العبء كبيراً على مصمم المطبوعات الإعلانية في استخدام أساليب غير تقليدية وغير نمطية، وفقاً لمضمون الرسالة الإعلانية المطلوب توصيلها للمتلقي، وبالقدر الذي يصل للمتلقي ويقبله بسهولة وتلقائية،

هندسة التفكير في تصميم المطبوعات الإعلانية

Thinking engineering in advertising publications

"إن معرفة النظم وأسس التحليل الفني ليست كافية لفهم عمليات التفكير التي تؤدي إلى نجاح التصميم، وبالتالي فإن فهم تلك العمليات الفكرية أمر بالغ الأهمية لتحسين منهجيات التصميم". (٥- ص ١٠٤)

ويمكننا تعريف هندسة التفكير على أنه: "هو عملية منهجية يقوم بها المصمم القادر على الابتكار والتقييم وفقاً لمجموعة من العمليات العقلية التي تحدد الشكل والوظيفة، لتحقيق أهداف المؤسسة بما يتوافق مع احتياجات المستخدمين والعملاء، ويحكمه في ذلك مجموعة محددة من الإعتبارات".

هذا التعريف يعزز هندسة التفكير بإعتباره دراسة العملية التي تعتمد على المنهجية، والقائمة على مفاهيم التصميم والموصفات التي تجعل من الممكن تحقيق أهداف المؤسسة. (٥- ص ١٠٤)

"هندسة التفكير هو أسلوب منهجي منظم لتحقيق النجاح، قائم على تقديم بعض المبادئ الهامة وإظهار كيفية استخدامها للوصول إلى الإستنتاجات السليمة، التي تساعد المصمم في إيجاد وجهات نظر جديدة و مذهلة أحياناً وقد تبدو غريبة في أحيان أخرى". (٦)

هذا وقد وضعت الباحثة تعريفاً إجرائياً لهندسة التفكير على أنه: مجموعة الخطوات الإجرائية التي يخضع لها التصميم ليخرج في صورته النهائية، وفق تسلسل منطقي نقدي مترابط.

ويتيح تطبيق هندسة التفكير- في تصميم المطبوعات الإعلانية- التعبير عن الأفكار الإعلانية للقضايا المختلفة، وإيجاد أفكاراً فريدة وأصيلة وملائمة ومقبولة اجتماعياً، وقابلة للتطبيق كحلول لمشكلات إعلانية، وتحدث كنتيجة لتفاعل عمليات عقلية ونفسية متداخلة، وتستند إلى مجموعة من المتغيرات الإجتماعية والسمات الشخصية والقدرة العقلية للمصمم" (١- ص ١٧).

"وبالتالي يمكننا القول أن هندسة التفكير تحسن احتمالات إتخاذ قرارات جيدة، وناجحة وتقلل من احتمالية حدوث خيارات خاطئة في التصميم". (٦)

The designer and thinking engineering وهندسة التفكير

"ترتسم هوية المصمم في الوجود نتاج ثمرات عقله وخبراته اليومية، وتفكره في العالم المحيط من حوله وبهذا تتشكل ملايين الأفكار التي يقتبسها العقل. إن هذا التعايش اليومي للعقل مع هذا الكم الهائل من المعلومات في عصر التفجر المعرفي يثير قواعده العقلية بمثيرات نهبي له هندسة التفكير بنفوذ أفكار جديدة أكثر نضوجاً" (٧). "حيث تتيح هندسة التفكير الفرصة لاستثمار ما اكتسبه المصمم من مهارات بالممارسة والتطبيق في مجالات التصميم المختلفة" (٨).

"ويحكم التفكير مجموعة من الخطوات متى سار المصمم وفق هذه الخطوات فإنه سيكون قادراً على توليد أفكار

ومن هذه المحددات ما يلي:

١ - التعبير عن مضمون الرسالة الإعلانية بما يضمن زيادة معدلات تذكرها:

بحيث تساهم المطبوعات الإعلانية في زيادة القدرة على تذكر مضمون الرسالة الإعلانية، فالفرد طبقاً لنظرية تمثيل المعلومات يتعرض يومياً لقدر كبير من المعلومات الحسية، يأخذ منها جزءاً صغيراً، ويتجنب بعضاً منها.

ويمكن أن يتحقق ذلك في التصميم بوسائل متعددة:

§ تأكيد الهوية البصرية.

§ وحدة اللون.

§ وحدة الكتابات

§ التنسيق الموحد لعناصر التصميم في المطبوعات

المختلفة... إلخ. شكل (2).

ويجمع كذلك بين البعد الفلسفي الدلالي والخطوات التنظيمية للتفكير.

"فيكون التصميم الناجح هو الذي يحقق للمتلقي فهم أفضل وصياغة أفضل لمشاكل التصميم". (٥-ص ١١٢)

محددات تساهم في نجاح الدور التكاملي بين فلسفة التصميم وهندسة التفكير في المطبوعات الإعلانية:

قامت الباحثة باستنتاج مجموعة من المحددات التي تساهم في نجاح الدور التكاملي بين فلسفة التصميم وهندسة التفكير في المطبوعات الإعلانية بالاعتماد على نجاح مجموعة من التجارب التصميمية التي قامت الباحثة بتصميمها وتم تنفيذها فعلياً لدى العديد من الجهات الرسمية، كذلك بالاعتماد على نجاح مجموعة من المطبوعات الإعلانية التي قامت الباحثة بتصميمها وتم تنفيذها فعلياً وحصلت من خلالها الباحثة على مراكز متقدمة في مسابقات رسمية.



شكل(2): تصميم مطبوعات ملتقى جامعة حلوان العاشر لتشغيل شباب الخريجين

النموذج ١	
الجهة المعلقة	جامعة حلوان
المطبوعات المنفذة	§ إعلان جداري (banner) § دعوة إعلانية.
فلسفة التصميم	مرور عشر سنوات على اقامة ملتقى جامعة حلوان لتشغيل الخريجين
نمط التفكير	التركيز على المعلومات الهامة لتأكيد الهوية المرئية ولزيادة معدلات تذكر الرسالة الإعلانية، نتيجة انتقاء وتنظيم المعارف المكتسبة لدى المصمم، والتي تساعد في الاختيار السليم.
شرح الفكرة	حرصت الباحثة على التركيز على رقم ١٠ باعتباره الملتقى العاشر للجامعة لتشغيل شباب الخريجين وقد جاء التركيز على شكل الخريجين وعلامة الذرة في جميع المطبوعات لتأكيد الرسالة الإعلانية وضمان سهولة تذكرها. بتأكيد اللون، واستخدام أسلوب معالجة جرافيكية موحد بين المطبوعات ككل..... إلخ.
معلومات عن التصميم	المطبوعات من تصميم الباحثة وتم تنفيذها وطباعتها في الملتقى.

بالمتلقي، لمنح التصميم قدراً من التجديد والإبتكار، والبعد عن النمطية والتقليدية.. شكل(3).

٢ - استخدام العلامات الدالة والأشياء المميزة
يفضل أن يحرص المصمم على الاستفادة من مجموعة الرموز والعلامات المرتبطة ببيئة



شكل(3): تصميم مطبوعات ملتقى التوظيف الأول لكلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان .

النموذج ٢	
الجهة المعنية	كلية الفنون التطبيقية
المطبوعات المنفذة	§ ملصق إعلاني. § دعوة إعلانية.
فلسفة التصميم	الانطلاق خارج حدود الدولة
نمط التفكير	الابداع باستخدام رموز وعلامات غير تقليدية ، وذلك بالاستفادة من قدرة المصمم على اكتشاف المعاني الضمنية لعناصر التصميم .
شرح الفكرة	جاء تركيز الباحثة في التصميم على شكل الكرة الأرضية وشكل الذرة، لتأكيد حرص الكلية على تميز خريجها واتاحة فرص عمل وتوظيف لهم داخل وخارج مصر.
معلومات عن التصميم	المطبوعات من تصميم الباحثة وتم تنفيذها وطباعتها في الملتنقى.

على شكل رسم بياني أو مخطط أو صورة إلخ ، وفق معطيات كل تصميم. شكل (4).

تمثيل المعلومات بصورة ملانمة وفق معطيات كل تصميم. حيث يمكن تمثيل المعلومات المتضمنة في المطبوع بصور مختلفة ومتنوعة كوضعها في جدول أو تصويرها



شكل(4): تصميم مطبوعات ملتقى جامعة حلوان الثامن لتدريب وتشغيل خريجي الجامعة .

النموذج ٣	
الجهة المعلنه	جامعة حلوان
المطبوعات المنفذة	\$ إعلان جداري (banner) \$ غلاف كتيب. \$ دعوة إعلانية.
فلسفة التصميم	الدور المحوري لجامعة حلوان لتشغيل خريجي الجامعة
نمط التفكير	تحليل عناصر التصميم والاستفادة بوسائل تمثيل المعلومات، والاستفادة بنتائج تفكير المصمم وخبراته في التمثيل الناجح للمعلومات المرئية.
شرح الفكرة	حرصت الباحثة على استخدام أكثر من أسلوب لتمثيل المعلومات، والتي شملت: صورة لشكل خريطة العالم في خلفية التصميم، يعلوها رسم بياني يوضح موقف جامعة حلوان بالنسبة للجامعات الأخرى، ثم مجموعة من رسوم الشخصيات والتي تمثل شباب الجامعة... إلخ، وبهذا تنوعت أساليب تمثيل المعلومات إلا أن الباحثة حرصت على أن تبدو متوافقة ومنسجمة فيما بينها.
معلومات عن التصميم	المطبوعات من تصميم الباحثة ونفذت في الملثقي.

وضع المعلومات وفق القدرة الاستيعابية التي يقتضيها كل مطبوع بما يسمح بسهولة تقبلها وإستيعابها من قبل المتلقي. شكل(5).

٤ - التوظيف السليم للمعلومات وفق إرجونومية كل مطبوع:

الاستفادة بإمكانيات عرض المعلومات التفصيلية في المطبوعات المختلفة بما يتوافق مع طبيعة كل مطبوع، فتم



شكل(5): تصميم مطبوعات مؤسسة بنك مصر للتنمية وخدمة المجتمع

النموذج ٤	
الجهة المعلنه	مؤسسة بنك مصر للتنمية وخدمة المجتمع
المطبوعات المنفذة	\$ ملصق إعلاني \$ وريقة إعلانية (الوجه الأمامي والوجه الخلفي) \$ مطوية (طيتين - ٦ صفحات)

عرض معلومات تفصيلية عن خدمات مؤسسة بنك مصر للتنمية وخدمة المجتمع لتأكيد قوتها.	فلسفة التصميم
الاستفادة بما تتيحه هندسة التفكير للمصمم من قدرة على تخزين المعلومات والمعارف المكتسبة وتذكرها بطريقة منظمة واستكشافية تخدم غرض الرسالة الإعلانية	نمط التفكير
الاستفادة بمساحات التصميم لعرض معلومات المؤسسة، وقد اختلف توزيع المعلومات حسب طبيعة كل مطبوع. مع وجود معلومات تفصيلية في أرضية الغلاف الأمامي للمطبوعات، مما يدل على إنجازاتها وخدماتها المتنوعة.	شرح الفكرة
المطبوعات من تصميم الباحثة وحاصلة على جائزة المؤسسة.	معلومات عن التصميم

§ المجاز.... إلخ. شكل(6).

أ-التشبية: من خلال الاستشهاد بدلالات عناصر تجمعها والجهة المعلنة معاني ودلالات مشتركة.

٥- الإستفادة بالصيغ الدلالية لعناصر التصميم:
تتنوع مجموعة الصيغ الدلالية التي يمكن للمصمم الإستفادة منها في تصميم المطبوعات الإعلانية ومنها:
§ التشبية.
§ الكناية.



شكل(٦): تصميم مطبوعات مؤسسة بنك مصر للتنمية وخدمة المجتمع

النموذج ٥	
مؤسسة بنك مصر للتنمية وخدمة المجتمع	الجهة المعلنة
§ ملصق إعلاني	المطبوعات المنفذة
التعبير عن خدمات المؤسسة المتنوعة.	فلسفة التصميم
التشبية، وذلك بالإستفادة مما تتيحه هندسة التفكير للمصمم من استكشاف الأنماط والعلاقات فيما بين المعلومات.	نمط التفكير
حيث تم تشبيه مؤسسة بنك مصر للتنمية وخدمة المجتمع بالشجرة المثمرة والتي تطرح ثمارها في كثير من المجالات (كالصحة والتعليم وخدمة البيئة والثقافة والتنمية الاقتصادية إلخ).	شرح الفكرة
المطبوعات من تصميم الباحثة وحاصلة على جائزة المؤسسة.	معلومات عن التصميم

بالموضوع، ولكن المصمم ينجح في إضفاء المعنى الذي يربطه بنشاط الجهو المعلنة. شكل(٧).

ب - الكناية:
حيث يقوم المصمم بالإستفادة بعناصر ذات معاني ودلالات قد تكون غير ذات صلة مباشرة



شكل (٧): تصميم مطبوعات مؤسسة بنك مصر للتنمية وخدمة المجتمع

النموذج ٦	
الجهة المعلقة	مؤسسة بنك مصر للتنمية وخدمة المجتمع
المطبوعات المنفذة	<ul style="list-style-type: none"> § ملصق إعلاني § ورقة إعلانية (الوجه الأمامي والوجه الخلفي) § مطوية (طيتين - ٦ صفحات)
فلسفة التصميم	تفرد المؤسسة.
نمط التفكير	الكنائية، وذلك بالاستفادة مما تنتجه هندسة التفكير للمصمم من استكشاف الأنماط والعلاقات فيما بين المعلومات.
شرح الفكرة	قامت الباحثة باستخدام شكل البصمة كناية عن الإنسان المتفرد، فالبصمة شيء فريد لا يمكن تكراره مثل مؤسسة بنك مصر لخدمة المجتمع وتنمية البيئة المتفردة في مجالاتها.
معلومات التصميم	المطبوعات من تصميم الباحثة وحاصلة على جائزة المؤسسة.



شكل (٨): تصميم ملصق عن ثقافة السلام هي لغة الحوار.
٦- تنمية مهارات الفهم البصري والقراني لمعلومات المطبوع
المطبوع الناجح هو الذي يساهم في تسريع المدركات

ج- المجاز:
حيث يقوم المصمم بالاستفادة أيضاً بالدلالات والمعاني التي تنقلها العناصر المختلفة، ولكن يكون بها قدر من المبالغة وعدم الواقعية. شكل (٨).

النموذج ٧	
الجهة المعلقة	جهاز شئون البيئة
المطبوعات المنفذة	§ ملصق إعلاني
فلسفة التصميم	السلام بين الشعوب.
نمط التفكير	المجاز، وذلك بالاستفادة مما تنتجه هندسة التفكير للمصمم من استكشاف الأنماط والعلاقات فيما بين المعلومات.
شرح الفكرة	تم رسم الحمامة مجازاً كورقة شجر للجمع بين دلالاتي السلام والخير، للتعبير عن (ثقافة السلام هي لغة الحوار).
معلومات عن التصميم	المطبوعات من تصميم الباحثة.

العقلية، والرؤى التأملية والتخيلية للمتلقي، وينمي لديه القدرة على التعرف، والتمييز... إلخ. وفي سبيل هذا قد يلجأ المصمم إلى عمليات مثل الإشتقاق، التلخيص، التجريد، الكشف عن المضمون... إلخ، بما يشجع المتلقي على أعمال عقله لإستنتاج أشكال ومعاني الأشكال المجردة. شكل(٩).

النموذج ٨	
الهيئة العامة للاستعلامات	الجهة المعلنة
ملصق إعلاني داخلي	المطبوعات المنفذة
الامان والرعاية	فلسفة التصميم
التجريد والتلخيص ، وذلك بالإستفادة بقدرة المصمم على انتقاء وتنظيم المعارف المكتسبة. وإعادة ترتيب المعلومات المتوفرة بأسلوب منطقي ومنظم	نمط التفكير
قامت الباحثة بتلخيص شكل الأم المحتضنة لطفلها الرضيع للدلالة على الحب والاحتواء ، كما تم استخدام الفرع الأخضر المجرد للدلالة على الأمان.	شرح الفكرة
التصميم فائز بالمركز الأول للهيئة.	معلومات عن التصميم



شكل(٩): تصميم مطبوعات إعلانية للهيئة العامة للاستعلامات عن أهمية الرضاعة الطبيعية

النموذج ٩	
المركز الثقافي الهندي بالتعاون مع السفارة الهندية بمصر	الجهة المعلنة
ملصق إعلاني	المطبوعات المنفذة
الحرية	فلسفة التصميم
التركيب والتداخل ، وذلك بالإستفادة بقدرة المصمم على انتقاء وتنظيم المعارف المكتسبة. وإعادة ترتيب المعلومات المتوفرة بأسلوب منطقي ومنظم	نمط التفكير
حيث تم تركيب مجموعة من عناصر التصميم شملت صورة غاندي - كرمز للدفاع عن الحرية- والشاب الثائر وعلم مصر وشباب الثورة في الميدان.	شرح الفكرة
المطبوعات من تصميم الباحثة، وفائزة بجائزة تقديرية من السفارة الهندية والمركز الثقافي الهندي.	معلومات عن التصميم

أ- التركيب والتداخل:

ويكون بتركيب العديد من المشاهد والقطاعات فوق بعضها البعض. شكل(١٠).

٧- التنظيم المرئي لعناصر التصميم وفق خبرات المصمم:

يتم ذلك من خلال مجموعة من العمليات المتنوعة كالتركيب - التداخل- التصنيف- الترتيب- السبب والمسبب..... إلخ .



شكل (١٠): تصميم ملصقات إعلانية عن غاندي وروح الثورة.

النموذج ١٠	
وكالة الامم المتحدة لإغاثة وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين	الجهة المعلنة
§ وريقة إعلانية (الوجه الأمامي) § نشرة إعلانية (الوجه الأمامي والخلفي)	المطبوعات المنفذة
عرض مدى تنوع خدمات الوكالة	فلسفة التصميم
التصنيف، وذلك بالاستفادة بقدرة المصمم على انتقاء وتنظيم المعارف المكتسبة وإعادة ترتيب المعلومات المتوفرة بأسلوب منطقي ومنظم.	نمط التفكير
حيث حرصت الباحثة على تصنيف الخدمات المقدمة من وكالة الامم المتحدة لإغاثة وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين وذلك من خلال عرض أوجه الأنشطة المجتمعية التي تقدمها منظمة الأونروا والتي شملت ما يلي : (تعليم- صحة- إعاشة- قروض- خدمات)	شرح الفكرة
المطبوعات من تصميم الباحثة.	معلومات عن التصميم

تقدمها الجهة المعلنة ، مع التركيز على كلاً منها .
شكل (١١).

التصنيف:
يعني أن يتم توضيح وتصنيف مجموعة الخدمات التي



شكل (١١): تصميم مطبوعات وكالة الامم المتحدة لإغاثة اللاجئين (الأونروا) .

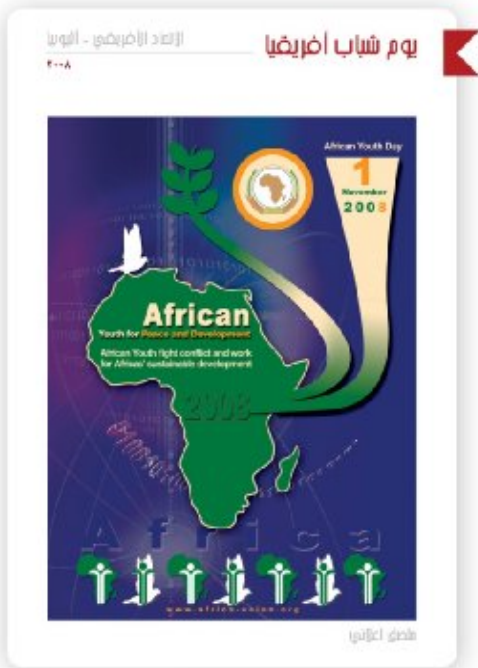
النموذج ١١	
الجهة المعلنة	وزارة التعاون الدولي
المطبوعات المنفذة	طابع بريد
فلسفة التصميم	معا للقضاء على الألغام
نمط التفكير	السبب والمسبب، وذلك بالاستفادة بقدرة المصمم على انتقاء وتنظيم المعارف المكتسبة وإعادة ترتيب المعلومات المتوفرة بأسلوب منطقي ومنظم
شرح الفكرة	جاءت جميع أفكار طابع البريد قائمة على وضع صورة للسبب في وجود الظاهرة وهو (الألغام)
معلومات عن التصميم	التصميم من أعمال الباحثة وقد فاز بالمركز الثاني في مسابقة لوزارة التعاون الدولي

التصميم فائز بجائزة الابداع والتميز للشباب الأفريقي.

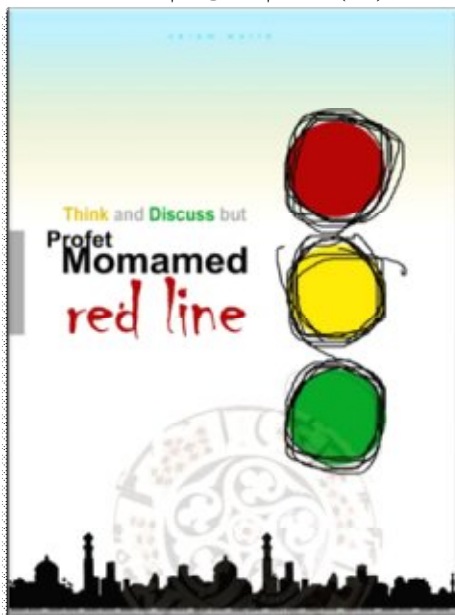
معلومات عن التصميم

ج- السبب والمسبب: شكل (١٢).

د- الترتيب في الأولويات: شكل (١٣).



شكل (١٣): تصميم ملصق يوم شباب أفريقيا .



شكل (١٤): تصميم ملصق إعلاني عن تجنب الإساءة للرسول.



شكل (١٢): تصميم طابع بريد لمكافحة الألغام- وزارة التعاون الدولي .

النموذج ١٢	
الجهة المعلنة	الاتحاد الأفريقي بآثيوبيا
المطبوعات المنفذة	طابع بريد
فلسفة التصميم	الشباب (السلام والتطوير)
نمط التفكير	لترتيب المنطقي وفقاً للأولويات، بالإعتماد على ما تتبحه هندسة التفكير للمصمم من إعادة ترتيب المعلومات المتوفرة بأسلوب منطقي ومنظم.
شرح الفكرة	حرصت الباحثة على ترتيب عناصر التصميم وفقاً لأولوياتها بأسلوب يراعي اتجاه حركة العين بما يضمن سهولة انتقالها بين عناصر التصميم، فجاء التركيز على قارة أفريقيا بالحجم الكبير، تلاها التركيز على تاريخ الاحتفال بيوم شباب أفريقيا، تلاها حماسة السلام ثم الفرع الأخضر ثم مجموعة الشباب في أسفل التصميم

من الخطوات ذات الترتيب المنطقي. إلا أن هذه المحددات ليست إلزامية للمصمم، إلا أن اتباعها يساهم في تحقيق النجاح وقد استندت الباحثة في ذلك إلى نجاح التصميمات المقدمة في البحث في كثير من المسابقات الرسمية.

ولهذا ترى الباحثة أن الاستفادة بمجموعة المحددات التي وضعتها والتي تحكم الدور التكاملية بين فلسفة التصميم وهندسة التفكير في المطبوعات الإعلانية، يساعد في وصول الرسالة الإعلانية بصورة سليمة للمتلقي، حيث تم اختبار وتطبيق وتنفيذ نماذج التصميمات المقدمة في البحث في الجهات المختلفة بعد مفاضلتها مع نماذج أخرى من مصممين آخرين، وهو ما يؤكد حصولها على تأييد ورضا الجهات المعلنة.

مما سبق يتضح لنا أن البعد الفلسفي والفكري لعناصر تصميم المطبوعات الإعلانية أمراً هماً في نجاح المطبوعات الإعلانية، فعملية التصميم ليست مجرد عملية فنية بل هي عملية عقلية يحكمها الكثير من التنظيم والتخطيط والإعداد المنهجي وفق آليات تفكير سليمة. وقائمة على مجموعة من الخطوات والعمليات المنظمة التي تحكم وضع العناصر للتعبير عن دلالات معينة.

ويجب أن يحرص المصمم على اقناع المتلقي بصدق إدعاءات الرسالة الإعلانية عن طريق استخدام عناصر تبرهن وتضيف إلى مصداقية الرسالة الإعلانية، بما تقدمه من أدلة مرئية تساعد على زيادة التفاعل وسرعة اتخاذ القرار، ومن ثم تقبل مضمون الفكرة بسهولة.

ومن ثم يعد تكامل كلا الجانبين - فلسفة التصميم وهندسة التفكير - له دور كبير في نجاح تصميم المطبوعات الإعلانية.

المراجع References:

1. بهنسي، السيد (٢٠٠٧م)، "ابتكار الأفكار الإعلانية"، عالم الكتب، مصر.
2. سعد، عزت (١٩٩١)، "فلسفة تصميم المنتجات ذات الطبيعة الهندسية"، الناشر المؤلف، مصر.
3. وهبة، فاروق (٢٠٠٧م)، "حوارات في لغة الشكل"، الهيئة العامة لقصور الثقافة، سلسلة آفاق الفن التشكيلي، مصر.
4. Brereton, Margot & Mc Garry, Ben (April 2000), An observational study of how objects support engineering design thinking and communication, implications for the design of tangible media. In: Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems.
5. DYM, CLIVE L. and others (January 2005), Engineering Design Thinking, Teaching, and Learning, The research Journal of Engineering Education- Volume 94, Issue 1.
- 6- N. E. Walker: Engineering Thinking - <http://engineeringthinking.wordpress.com>
- 7- غاري، ضياء كمال (٢٠١٢)، هندسة التفكير و الإبداع. <http://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2012/07/15/265899.html>

8- التفكير... ومهارات التفكير

<http://www.memar.net/vb/showthread.php?s=49b7c7f44321f0704c8bdd6f81b524e7&t=562>

٨- قدرة التصميم على إثارة التساؤلات :

كأن يكون التصميم قادراً على خلق مجموعة من التساؤلات تستلزم التركيز والتدقيق من قبل المتلقي لحين فك شفرة دلالات العناصر الجرافيكية المستخدمة في التصميم، مما يشجعه على متابعة المطبوع للوصول والتعرف على إجابات هذه التساؤلات. شكل (١٤).

النتائج Results:

توصل البحث إلى وضع مجموعة من المحددات التي تساهم بتطبيقها في نجاح الدور التكاملية بين فلسفة التصميم وهندسة التفكير في المطبوعات الإعلانية، ومنها:

١. التعبير عن مضمون الرسالة الإعلانية بما يضمن زيادة معدلات تذكرها.
٢. استخدام الإشارات الدالة والأشياء المميزة.
٣. تمثيل المعلومات بصورة ملائمة وفق معطيات كل تصميم.
٤. التوظيف السليم للمعلومات وفق إرجونومية كل مطبوع.
٥. الاستفادة بالصيغ الدلالية لعناصر التصميم.
٦. تنمية مهارات الفهم البصري والقرائي لمعلومات المطبوع.
٧. التنظيم المرئي لعناصر التصميم وفق خبرات المصمم.

٨. قدرة التصميم على إثارة التساؤلات.

تهدف عملية هندسة التفكير إلى تدريب المصمم على:

- § تخزين المعلومات والمعارف المكتسبة وتذكرها بطريقة منظمة واستكشافية.
- § استحضار منظم للمعارف المكتسبة.
- § انتقاء وتنظيم المعارف المكتسبة.
- § إعادة ترتيب المعلومات المتوفرة بأسلوب منطقي ومنظم.
- § التمثيل الناجح للمعلومات المرئية.
- § استكشاف الأنماط والعلاقات فيما بين المعلومات.
- § اكتشاف المعاني الضمنية لعناصر التصميم.

- تصميم المطبوعات الإعلانية ليست مجرد عمل فني جذاب يثير المتلقي بل هي منظومة متكاملة تجمع بين الفلسفة والفكر لخلق مزيج متكامل ناجح.
- إن دراسة هندسة التفكير ليست مجرد دراسة عمليات التفكير التي تؤدي إلى نجاح التصميم، بل إن فهم تلك العمليات الفكرية أمر بالغ الأهمية لتحسين منهجيات تصميم المطبوعات الإعلانية.
- التصميم الناجح للمطبوعات الإعلانية - القائم على التكامل بين فلسفة التصميم وهندسة التفكير- يحقق للمتلقي فهم أفضل وتقبل أفضل لحلول مشاكل التصميم.
- متلقي العصر الحديث يصعب عليه تقبل المطبوعات الإعلانية ذات التفكير النمطي.

الخلاصة: discussion:

وجدت الباحثة أن تطبيق مجموعة من المحددات التي تحكم الدور التكاملية بين فلسفة التصميم وهندسة التفكير في المطبوعات الإعلانية، يساهم في نجاح المطبوعات الإعلانية ويحقق لها التفرد والتميز، فالتصميم الناجح هو ما يجمع بين البعد الفلسفي والبعد الفكري الهندسي المنظم القائم على مجموعة