

أثر الثقافة البصرية العالمية في إدراك اللون ودورها في دعم المشاركة المجتمعية للرسالة الإعلانية

The Effect of Global Visual Culture on Color Perception and its role in Supporting Community Participation in the Advertising Message

م.د / منار محمد يحيى القاضي

مدرس بقسم الإعلان- كلية الفنون التطبيقية، جامعة 6 أكتوبر

كلمات دالة: Keywords

اللون- الثقافة البصرية- المشاركة المجتمعية- اليوم العالمي Color- Visual Culture- Community Participation- The World Day

ملخص البحث: Abstract

إن استخدام اللون كعنصر رئيسي من عناصر البناء التصميمي في تحقيق الإدراك البصري للرسالة الإعلانية والتي تتوافق مع المضمون الدلالي ككيان موحداً في دعم المشاركة المجتمعية للرسالة الإعلانية حيث تترسخ المعاني اللونية في البنية الثقافية للمتلقي والتي تؤثر بشكل كبير في جذب الإنتباه، وذلك بالتركيز على دور المشاركة المجتمعية لأحداث اليوم العالمي كأحد أهم أدوات تحقيق الدور الإيجابي للرسالة الإعلانية تجاه المجتمع، وإثارة مجموعة من الإستجابات العاطفية التي تدفع بالمتلقي للإستجابة للرسالة الإعلانية، حيث يعكس اللون الثقافة البصرية العالمية من خلال التعبير البصري عن الفكرة الإعلانية تجاه الأنشطة والفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي بما تحمله من دلالات رمزية في تكوين إنطباعات بصرية معينة تجاه هذه الأحداث والقضايا العالمية التي تهتم بنشر الوعي المجتمعي والثقافي، معتمداً على التجارب والخبرات السابقة للأفراد، وحدث نوع من التأثير النفسي الذي يساعد المتلقي على عملية التذكر، وإحداث التأثيرات السيكولوجية المتنوعة باعتبارها من المؤثرات الثقافية والاجتماعية الهامة في المجتمع التي تساهم في تفسير الرسالة الإعلانية وتؤثر بطبيعتها في اتجاهات وسلوكيات المتلقي. يمكن تلخيص مشكلة البحث في : كيفية التعبير عن الثقافة البصرية العالمية في إدراك اللون وما يحمله من دلالات رمزية تجاه الفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي كأحد أهم الأدوات الإتصالية والتأثيرية التي تحقق الدور الإيجابي للرسالة الإعلانية في دعم أهداف المشاركة المجتمعية؟ ترجع أهمية البحث إلى: دراسة الدور الذي يلعبه اللون في دعم مكونات الثقافة البصرية العالمية للرسالة الإعلانية التي تساهم في تكوين اتجاهات إيجابية تجاه الفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي. يهدف البحث إلى : دراسة أثر الثقافة البصرية العالمية في إدراك اللون من خلال التعبير البصري للرسالة الإعلانية التي تساهم في تكوين اتجاهات إيجابية تجاه الفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي. يفترض البحث أن: دراسة أثر الثقافة البصرية العالمية في إدراك اللون وما يحمله من دلالات رمزية من خلال التعبير البصري للرسالة الإعلانية سوف يكون لها دور فعال في تكوين اتجاهات إيجابية تجاه الفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي ودعم أهداف المشاركة المجتمعية. يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي في الإطار النظري، بالتعرف على دور اللون كعنصر من عناصر البناء التصميمي في تحقيق الإدراك البصري للرسالة الإعلانية التي تساهم في دعم أهداف المشاركة المجتمعية، والدراسة التحليلية للبحث، والمدمع بدراسة تطبيقية تتمثل في التعبير عن الثقافة البصرية العالمية للرسالة الإعلانية في إدراك اللون الذي يمثل الفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي ودورها في دعم أهداف المشاركة المجتمعية للرسالة الإعلانية التي تؤثر في اتجاهات وسلوكيات المتلقي.

Paper received September 10, 2023, Accepted November 9, 2023, Published on line November 1, 2024

مشكلة البحث: Statement of the Problem

يمكن تلخيص مشكلة البحث في:

كيفية التعبير عن الثقافة البصرية العالمية في إدراك اللون وما يحمله من دلالات رمزية تجاه الفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي كأحد أهم الأدوات الإتصالية والتأثيرية التي تحقق الدور الإيجابي للرسالة الإعلانية في دعم أهداف المشاركة المجتمعية؟

أهداف البحث: Research Objectives

يهدف البحث إلى:

دراسة أثر الثقافة البصرية العالمية في إدراك اللون من خلال التعبير البصري للرسالة الإعلانية التي تساهم في تكوين اتجاهات إيجابية تجاه الفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي.

أهمية البحث: Research Significance

ترجع أهمية البحث إلى:

دراسة الدور الذي يلعبه اللون في دعم مكونات الثقافة البصرية العالمية للرسالة الإعلانية التي تساهم في تكوين اتجاهات إيجابية تجاه الفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي.

فروض البحث: Research Hypotheses

يفترض البحث أن:

دراسة أثر الثقافة البصرية العالمية في إدراك اللون وما يحمله من دلالات رمزية من خلال التعبير البصري للرسالة الإعلانية سوف

المقدمة: Introduction

تعد الرسائل الإعلانية البصرية أحد الأنشطة الإنسانية الإتصالية التي تساهم في دعم المشاركة المجتمعية للإعلان من خلال نقل المعلومات والمعاني والأفكار والمشاعر بين أفراد المجتمع التي تتطلب مهارات الثقافة البصرية لإدراكها، وذلك بتجميع المعلومات عن طريق الحواس وتنظيمها للتعبير عن معنى الدلالات الرمزية و البعد الجمالي للون التي تهدف إلى تحقيق الوعي الإنساني، وذلك بدراسة الدور الذي يلعبه اللون في دعم مكونات الثقافة البصرية بإدراك المعنى للمثيرات الحسية التي تعتمد على التجارب والخبرات السابقة، والذي يهدف إلى نشر الوعي المجتمعي وتكوين اتجاهات إيجابية تجاه الأحداث والقضايا العالمية، وتعزيز الأفكار والأفعال المختلفة مثل السعادة والصحة والسلام..، حيث يقوم الوعي الإدراكي للمتلقي في تفسير المعنى البصري للون كنوع من أنواع الإستجابة للمثيرات الحسية، والتركيز على الثقافة البصرية لإدراك المتلقي للون التي تمثل الفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي، كأحد أهم الأدوات الإتصالية والتأثيرية التي تستدعي تعبيرات نفسية وعاطفية تحقق الإستجابة اللونية التي يساهم بدوره في التفاعل مع الألوان في العالم الواقعي، وتحديد معنى للألوان وإقامة روابط مع العالم من حولنا.

أهداف اللون:

- زيادة جذب الإنتباه للرسالة الإعلانية.
- إحداث تأثير عاطفي لدى المتلقي.
- ترمز لأفكار معينة.

الإدراك البصري للون:

هو قيام الوعي الإدراكي للمتلقى في تفسير المعنى البصري للون كنوع من أنواع الاستجابة للمثيرات الحسية للون بواسطة الضوء الداخل للعين، وتحديدًا الخلايا المستقبلية للضوء (الشبكية)، ليتحول إلى إشارات كهروكيميائية تنتقل إلى الدماغ عبر العصب البصري، لآمن حيث أنها حسية فحسب بل كرموز ومعاني تستهدف القيام بسلوك معين، حيث يقوم الإدراك بتفسير هذه المثيرات والمحفزات البصرية وصياغتها، وتفسيرها، وتحليلها.

عوامل الإدراك البصري:

- العادات وإتجاهات وسلوكيات المتلقى التي تؤثر في أنماط الاستجابة للمثيرات الحسية.
- العمليات الذهنية والوجدانية التي تساعد في تنظيم المثيرات الحسية ومعالجتها.
- جذب إنتباه المتلقى.

المشاركة المجتمعية:

مجتمع التواصل الاجتماعي هو مجموعة من الناس تعيش معاً وتتفاعل مع بعضها، حيث تتفق النظريات الاجتماعية للمجتمع بالمشاركة في مبدأ الصداقة والمصلحة المشتركة كمطلب أساسي لمفهوم المشاركة المجتمعية في القضايا والأحداث ذات صلة بالمجتمع.

أهداف المشاركة المجتمعية:

يكون لها دور فعال في تكوين إتجاهات إيجابية تجاه الفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي ودعم أهداف المشاركة المجتمعية.

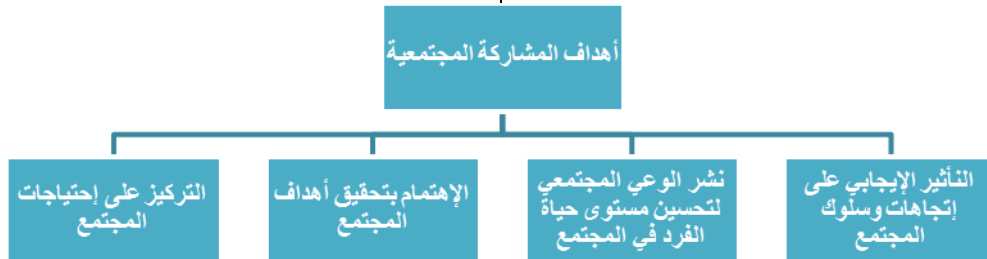
منهج البحث: Research Methodology

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي في الإطار النظري، بالتعرف على دور اللون كعنصر من عناصر البناء التصميمي في تحقيق الإدراك البصري للرسالة الإعلانية التي تساهم في دعم أهداف المشاركة المجتمعية، والدراسة التحليلية للبحث، والمدعم بدراسة تطبيقية تتمثل في التعبير عن الثقافة البصرية العالمية للرسالة الإعلانية في إدراك اللون الذي يمثل الفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي ودورها في دعم أهداف المشاركة المجتمعية للرسالة الإعلانية التي تؤثر في إتجاهات وسلوكيات المتلقى.

الإطار النظري Theoretical Framework

اللون Color:

هو الإدراك الحسي البصري للعناصر البصرية في الإعلان كأحد أهم الأدوات الإتصالية والتأثيرية التي تستدعي تعبيرات نفسية وعاطفية لتحقيق الإستجابات وإدراك المعنى للمثيرات الحسية التي تعتمد على التجارب والخبرات السابقة للأفراد، من خلال الدلالات الرمزية بين كل لون والمشاعر التي يرمز إليها تبعاً للموقف الإعلاني نتيجة الإرتباط بين الألوان ومعانيها الراسخة في ذهن المتلقى سواء الموروثة أو المكتسبة، إلى جانب البعد الجمالي للون الذي يعبر عن طبيعة الأحداث المجتمعية التي تساهم في تحقيق الوعي السيكولوجي والوظيفي للون والتعبير بصرياً عن الرسالة الإعلانية.



مخطط (1) يوضح أهداف المشاركة المجتمعية

والقضايا العالمية- المشاركة المجتمعية لجميع أفراد المجتمع في الأحداث والقضايا العالمية

الثقافة البصرية العالمية Visual Culture:

هي التواصل بين جميع الثقافات خاصة مع وجود مخزون بصري ثقافي مشترك وتقديمها من خلال الدلالات والمفاهيم العالمية المشتركة، كما يمكن تعريف "الثقافة البصرية" للون بأنها "إعادة تشكيل المعلومات المرتبطة بالخبرات البصرية التي تساهم في تفسير الدلالات الرمزية للون". (تصريف الباحثة)

فعاليات اليوم العالمي World Day Events: تُعد الأيام العالمية أداة قوية للمناسبات التي تهدف إلى نشر الوعي والمعرفة حول القضايا العالمية، والتي تساهم في معالجة المشاكل العالمية التي يواجهها العديد من الناس في جميع أنحاء العالم، وكذلك الاحتفال وتعزيز الإنجازات الإنسانية العالمية.

أهداف فعاليات اليوم العالمي:

الوعي بالقضايا العالمية- المعرفة لإكتساب أفراد المجتمع الخبرات المتنوعة- الإتجاهات وتكوين إتجاهات إيجابية تجاه الأحداث مكونات الثقافة البصرية العالمية للرسالة الإعلانية:

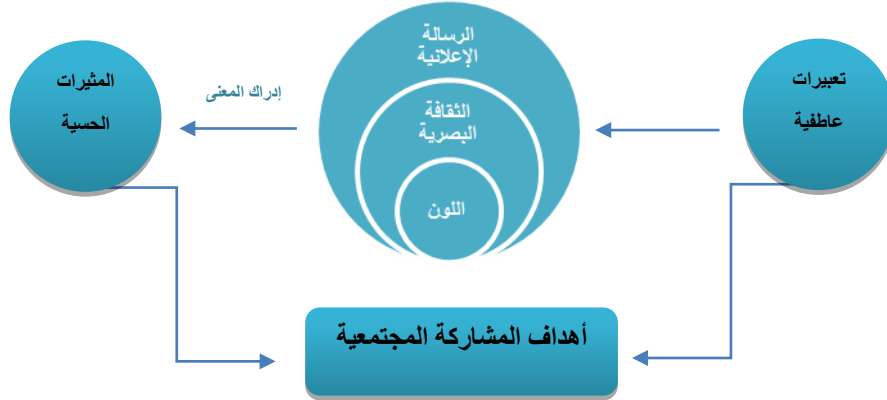


مخطط (2) يوضح مكونات الثقافة البصرية العالمية للرسالة الإعلانية

الرسالة الإعلانية:

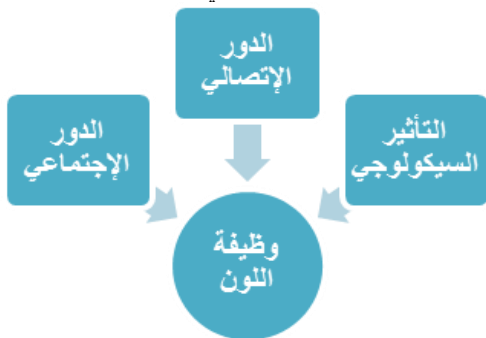
الرسالة الإعلانية تعني وضع الفكرة في أشكال مناسبة للموقف الإعلاني والتي تشمل الرموز والعلامات المرئية والصور والألوان، حيث يعتمد توظيف اللون أثناء صياغة الرسالة الإعلانية على التأثير العاطفي، الذي يُعد أسلوباً حسياً دلاليًا محرراً ومؤثراً في المجتمع، ويتأثر بثقافة وعادات وتقاليد المجتمع، التي تهدف إلى تشكيل وعي المتلقي والتواصل وإقناعه من خلال ربط المعلومات بالأحداث المجتمعية.

- 1- التفكير البصري: من أهم المهارات الإتصالية التي تمثل السلوك الإنساني، حيث يعتمد على ما تراه العين وما يتم إرساله من معلومات عن الرسالة الإعلانية، وذلك بتنظيم تلك المعلومات المرتبطة بالخبرات الحسية البصرية التي تساهم في إدراك الألوان.
- 2- التعلم البصري: يرتبط بالتعبير البصري للرسالة الإعلانية من خلال التفاعل مع اللون لتحويل الأفكار المجردة إلى محسوسة.
- 3- الإتصال البصري: وجود تبادل للمعنى بين ما يراه المتلقي في التعبير البصري للرسالة الإعلانية والعلاقات المرتبطة بالجوانب الحسية للون.

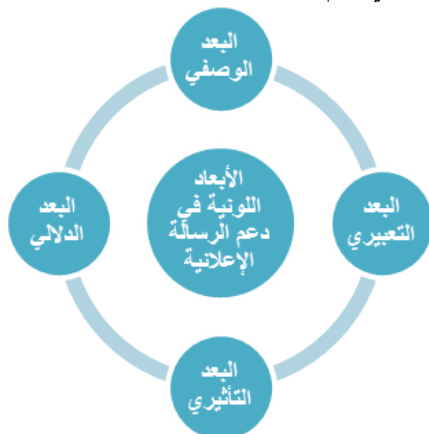


مخطط (3) يوضح أثر الثقافة البصرية للون في الرسالة الإعلانية لدعم أهداف المشاركة المجتمعية (تصميم الباحثة)

- الدور الاجتماعي للإرتباط بلون معين يساهم في تكوين صورة ذهنية معينة لدى المتلقي.



مخطط (5) يوضح وظيفة اللون في دعم الرسالة الإعلانية الأبعاد اللونية في دعم الرسالة الإعلانية:



مخطط (6) يوضح الأبعاد اللونية في دعم الرسالة الإعلانية

1- البعد الوصفي:

يعتمد على مستوى التأثير العقلي للمتلقي في فهم المحتوى البصري تجاه الرسالة الإعلانية، وذلك من خلال التعبير عن دلالات اللون التي تمثل الأحداث المجتمعية بشكل طبيعي وواقعي لإقناع المتلقي.

النظريات المفسرة للون في دعم الرسالة الإعلانية:

- 1- نظرية بناء المعنى تهدف إلى بناء معنى إنساني من خلال تعبير اللون عن الرسالة الإعلانية بمعاني مرتبطة بالمتلقي.
- 2- نظرية المشاركة العاطفية التي تعمل على تحفيز اللون للعاطفة الإيجابية في دعم الأحداث المختلفة التي تؤثر على احتياجات المتلقي الاجتماعية.
- 3- النظرية السلوكية تهدف إلى تحفيز اللون للأحداث المجتمعية إلى القيام بسلوكيات إيجابية تساهم في دعم الرسالة الإعلانية بما يحقق أهداف المشاركة المجتمعية التي تؤثر في المجتمع.
- 4- النظرية الإنسانية ان تتفق الحركة الإنسانية للأحداث المجتمعية مع اللون في دعم الرسالة الإعلانية لتنمية ونشر الوعي الإنساني لدى المتلقي.
- 5- نظرية المشاركة المجتمعية تتفق النظريات المجتمعية إلى سد حاجة الإنتماء للمتلقى باعتبار العاطفة والتعاون والصدقة والمصلحة المشتركة مطالب أساسية لمفهوم المجتمع.



مخطط (4) يوضح النظريات المفسرة للون في دعم الرسالة الإعلانية

وظيفة اللون في دعم الرسالة الإعلانية:

- إحداث تأثيرات سيكولوجية حيث يساعد المتلقي على استدعاء المعاني في فهم الرسالة الإعلانية.
- الدور الإصلاحي للون الذي يساهم في دعم الرسالة الإعلانية المشاركة المجتمعية لدى المتلقي.



شكل (7) حملة Stabilo Boss التي اعتمدت على صور فوتوغرافية بالأبيض والأسود مع قلم التمييز اللوني Stabilo Boss باللون الأصفر المميز الذي يجذب الإنتباه إلى قصص النساء المميزة الغير عاديات بشكل طبيعي وواقعي لإقناع المتلقي بالرسالة الإعلانية التي تمثل مجموعة من النساء المميزات وقصصهن وإنجازتهن ومساهمتهن المميزة في تحقيق النجاح لأزواجهن ولأنفسهن

2- البعد التعبيري:

يعتمد على التعبير عن الأفكار والمشاعر من خلال توظيف اللون كرمز تعبيري مميز يؤكد على الأحداث والقضايا المجتمعية في توصيل الرسالة الإعلانية.



شكل (8) اعتمدت حملة "LEGO" بعنوان "Heart, Lungs, Kidney" في كندا في ديسمبر 2018 على توظيف اللون كرمز تعبيري مميز يؤكد على القضية المجتمعية في التبرع بالأعضاء للتأكيد على الرسالة الإعلانية التي تعبر عن مشاعر المتلقي من خلال جعل الأشخاص هم القطع المفقودة في حياة شخص ما

3- البعد التأثري:

تعتمد على توظيف اللون لإحداث تأثير حسي معين تجاه الأحداث والقضايا المجتمعية من خلال التأثير على الجوانب العاطفية للمتلقي لجذب الإنتباه للرسالة الإعلانية.

البعد الدلالي:

4- تعتمد على التعبير الدلالي للون الذي يمثل فعاليات اليوم العالمي لإثارة إهتمام المتلقي بالقضية المجتمعية التي تؤكد على الرسالة الإعلانية.



شكل (10) إعلان عن مركز دبي للتوحد اعتمد على التعبير الدلالي للون الأزرق لشريط التوعية بمرض التوحد الذي يدل على الذكاء والعمق الذي يتمتع به مرضى التوحد وذلك لإثارة إهتمام المتلقي بالقضية المجتمعية التي تؤكد على الرسالة الإعلانية " تقبلني كما أنا" التي تساهم في إمكانية التعامل وتقبل مرضى التوحد



شكل (9) إعلان لشركة "Hyundai" اعتمد على توظيف اللون الوردي لشكل شريط التوعية بسرطان الثدي الذي يدل على الرحمة والأمل والرعاية وذلك بالتأثير على الجوانب العاطفية للمتلقي من خلال الربط بين قيادة المرأة للسيارة والتوعية بسرطان الثدي الذي يؤكد على الرسالة الإعلانية التي تهدف إلى تحقيق السلامة والوقاية والكشف المبكر، وذلك للمساهمة في دعم قضايا المرأة في المجتمع

قامت الباحثة بتحليل مجموعة من فعاليات اليوم العالمي الهامة في المجتمع والتي تساهم في تفسير الرسالة الإعلانية التي تهتم بنشر الوعي المجتمعي وتؤثر بطبيعتها في اتجاهات وسلوكيات المتلقي.

الدراسة التحليلية:
الترجمة البصرية للألوان التي تمثل فعاليات اليوم العالمي ودورها في دعم الرسالة الإعلانية :

اللون الذي يمثل التعبير الدلالي للون الذي يمثل فعاليات اليوم العالمي	اللون الذي يمثل فعاليات اليوم العالمي	فعاليات اليوم العالمي
<p>سبب إختيار اللون الأزرق في التعبير عن فعاليات اليوم العالمي للتوحد كرمز يزيد من التركيز والنشاط والقدرة على التعلم والفهم والتذكر حيث يدل على الذكاء والعمق الذي يتمتع به مرضى التوحد.</p>	<p>اللون الأزرق</p>	<p>اليوم العالمي للتوحد – إبريل من كل عام التوحد هو اضطراب ذهني يصيب الطفل في أول 3 أعوام من عمره، ما يؤدي لصعوبة التواصل مع الآخرين والتفاعل معهم، وتختلف أعراضه ودرجة حالته من طفل لآخر.</p>   <p>1</p>
<p>تساهم شركة "ماكدونالدز" في الإحتفال بفعاليات اليوم العالمي لمرضى التوحد تحت شعار "أضيئوا العالم باللون الأزرق" لذلك قاموا بإضاءة فروعهم المختلفة باللون الأزرق للتوعية باليوم العالمي لمرضى التوحد والتضامن ومساندة مرضى التوحد.</p>	<p>الترجمة البصرية للرسالة الإعلانية</p>	<p>2</p>
<p>سبب إختيار اللون البنفسجي في التعبير عن فعاليات اليوم العالمي للمرأة الذي يرمز إلى العدالة والكرامة.</p>	<p>اللون البنفسجي</p>	<p>اليوم العالمي للمرأة – 8 مارس من كل عام الإحتفال باليوم العالمي للمرأة يهدف إلى إحياء ذكرى تكريم لإنجازات المرأة وتعزيز دعم المرأة عالمياً، والمساواة بين الجنسين.</p>  <p>2</p>
<p>تساهم شركة لبيع المجوهرات بالإحتفال بفعاليات اليوم العالمي للمرأة بتوظيف اللون البنفسجي كرمز تعبيرى مميز ومؤثراً في المجتمع يؤكد على الأحداث المجتمعية لفعاليات اليوم العالمي للمرأة، ودعم الرسالة الإعلانية التي تهدف إلى تشكيل وعي المتلقي والتواصل وإقناعه.</p>	<p>الترجمة البصرية للرسالة الإعلانية</p>	<p>2</p>

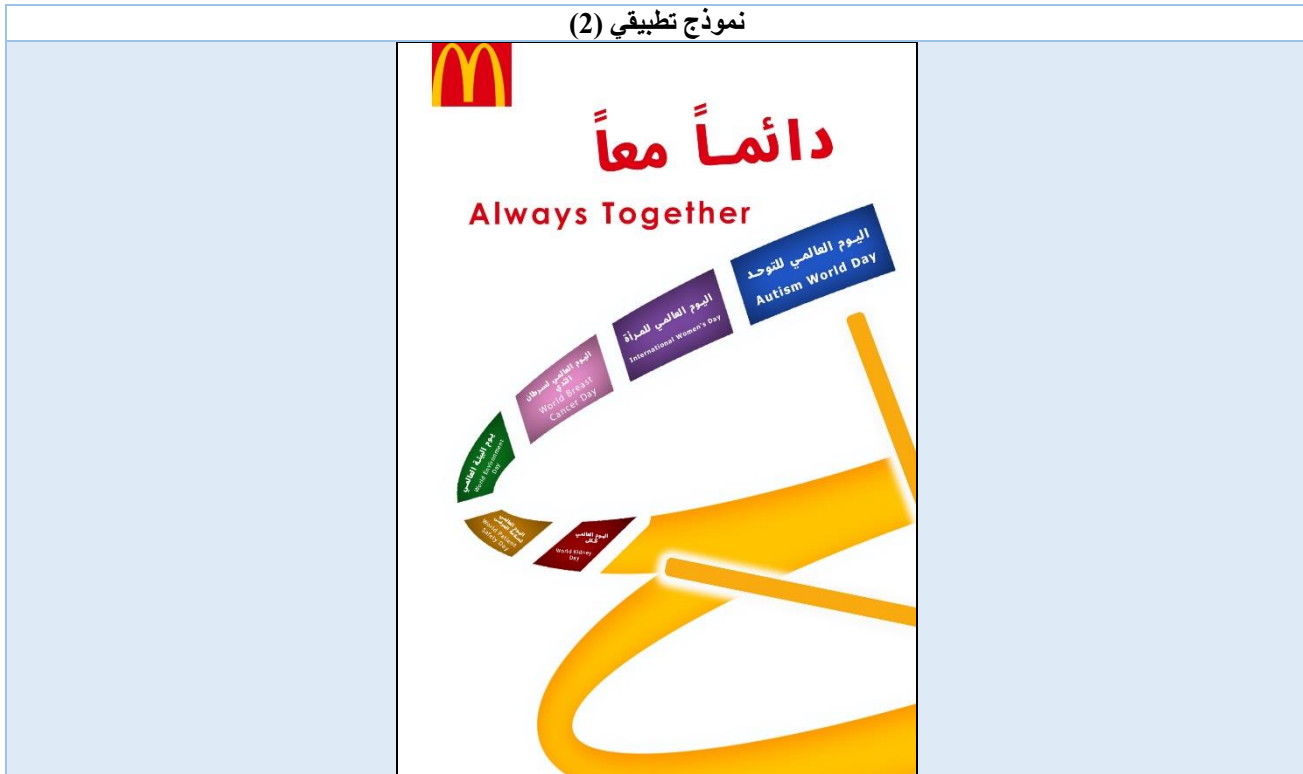
<p>سبب إختيار اللون الوردي في فعاليات اليوم العالمي لسرطان الثدي المتمثل في شريط التوعية الوردي الذي يرمز إلى الرحمة والأمل والحب فهو يمثل الرعاية.</p>	<p>اللون الوردي</p>	<p>اليوم العالمي لسرطان الثدي – فبراير من كل عام الإحتفال بفعاليات اليوم العالمي لسرطان الثدي هي مبادرة عالمية خيرية يهدف إلى رفع التوعية والدعم وتقديم المعلومات لدعم مرضى سرطان الثدي.</p> 	<p>3</p>
<p>تساهم شركة "جهينة" بالإحتفال بفعاليات اليوم العالمي لسرطان الثدي بتوظيف شريط التوعية باللون الوردي للتعبير الدلالي بالعطاء الصحي للقضية المجتمعية التي تؤكد على الرسالة الإعلانية بأهمية العطاء في الحياة بدعم مرضى سرطان الثدي.</p>		<p>الترجمة البصرية للرسالة الإعلانية</p>	
<p>سبب إختيار اللون البرتقالي في التعبير عن فعاليات اليوم العالمي لسلامة المرضى ويعتبر رمز الاحتفال هو إضاءة المباني باللون البرتقالي الذي يجعله مناسب ومرح للمرضى، حيث يؤثر هذا اللون على الحالة النفسية والإستجابات العاطفية للمتلقى باعتباره من الألوان الدافئة التي لها دور فعال في إثارة الأشخاص الذين يعانون من الاكتئاب والتوترات العصبية.</p>	<p>اللون البرتقالي</p>	<p>اليوم العالمي لسلامة المرضى – سبتمبر من كل عام الإحتفال بفعاليات اليوم العالمي لسلامة المرضى هي مبادرة عالمية تهدف إلى رفع الوعي وتعزيز التغيير الإيجابي حول مجالات سلامة المرضى.</p>  	<p>4</p>
<p>تساهم الشركات والهيئات الصحية بالإحتفال باليوم العالمي لسلامة المرضى بإضاءة المنشآت والمعالم الشهيرة باللون البرتقالي كرمز تعبيرى يساهم في التأثير على الجوانب العاطفية للمتلقى للتأكيد على الرسالة الإعلانية في دعم كافة معايير مكافحة العدوى والسلامة والجودة العالمية في الرعاية الصحية لعلاج المرضى.</p>		<p>الترجمة البصرية للرسالة الإعلانية</p>	
<p>سبب إختيار اللون الأخضر في التعبير عن فعاليات يوم البيئة العالمي كرمز يعبر عن الروابط الإيجابية مع الطبيعة، حيث يدل على النمو والحماية والصحة.</p>	<p>اللون الأخضر</p>	<p>يوم البيئة العالمي – يونيو من كل عام الإحتفال بيوم البيئة العالمي الذي يهدف إلى مواجهة تغير المناخ، والتوعية بتطوير مباني صديقة للبيئة من خلال إنارة موفرة للطاقة واستخدام الخلايا الشمسية وزيادة الوعي بتقليل إنبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون.</p> 	<p>5</p>
		<p>الترجمة البصرية للرسالة الإعلانية</p>	

<p>تساهم الشركات كبنك "CIB" بالتوعية ليوم البيئة العالمي الذي يؤكد على الرسالة الإعلانية "أخضر بالفعل"، وذلك بتوظيف اللون الأخضر كرمز تعبيرى يؤكد على التحول نحو عالم مستدام بيئيًا وصديقًا للبيئة للاستجابة لأزمة المناخ العالمية وتحقيق أهداف التنمية المستدامة.</p>			
<p>سبب إختيار اللون الأحمر في التعبير عن فعاليات اليوم العالمي للكلى الذي يرمز إلى النشاط والحيوية وزيادة الوعي الصحي لأمراض الكلى.</p>	<p>اللون الأحمر</p>	<p>اليوم العالمي للكلى – مارس من كل عام الإحتفال باليوم العالمي للكلى (WKD)، وهو حملة توعية عالمية تهدف إلى زيادة الوعي بأهمية كليتنا على صحتنا وتقليل تأثير أمراض الكلى والمشاكل المرتبطة بها في جميع أنحاء العالم.</p> 	<p>6</p>
<p>توظيف لشكل حذاء رياضي على هيئة الكليتين للتأكيد على الرسالة الإعلانية "Run for them" التي تؤكد على هدف التوعية باليوم العالمي للكلى في تسبب السمنة للفشل الكلوي، وأن الجري يُعد من أكثر الطرق فعالية لمحاربة السمنة التي تعتبر أحد أسباب أمراض الكلى.</p>		<p>الترجمة البصرية للرسالة الإعلانية</p>	

الإطار التطبيقي: Applied Framework

<p>نموذج تطبيقي (1)</p>	
	
<p>إعلان عن منتج أقلام "BIC" الزرقاء – تصميم الباحثة</p> <p>تساهم شركة "BIC" في الإحتفال بفعاليات اليوم العالمي لمرضى التوحد تحت شعار "Finding Blue Unique" توظيف شريط التوعية الأزرق مع المنتج المعلن عنه كرمز دلالي يمثل فعاليات اليوم العالمي للتضامن ومساندة مرضى التوحد، وإثارة إهتمام المتلقي بالرسالة الإعلانية التي تؤكد على الذكاء والعمق والتميز الذي يتمتع به مرضى التوحد، حيث تم الربط بين طبيعة المنتج المعلن عنه أقلام BIC الزرقاء مع اللون الأزرق الذي يزيد من التركيز والنشاط والقدرة على التعلم.</p>	<p>بيانات الإعلان</p> <p>الترجمة البصرية للرسالة الإعلانية</p>

نموذج تطبيقي (2)



بيانات الإعلان

الترجمة البصرية للرسالة الإعلانية

إعلان عن شركة "ماكدونالدز" - تصميم الباحثة

تساهم شركة "ماكدونالدز" في الإحتفال بفعاليات اليوم العالمي للتوعية بالأحداث والقضايا العالمية التي تهتم بنشر الوعي المجتمعي، وتعكس الثقافة البصرية العالمية للون من خلال التعبير البصري عن الفكرة الإعلانية بما تحمله من دلالات رمزية لونية تحت شعار "دائماً معاً" للتعبير عن كافة الأنشطة والفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي.

نتائج البحث: Results

- 1- يساهم اللون كأحد أهم أدوات تحقيق الدور الإيجابي للرسالة الإعلانية في دعم مكونات الثقافة البصرية وتكوين اتجاهات إيجابية تجاه الفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي.
- 2- يعكس اللون الثقافة البصرية من خلال التعبير البصري للفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي بما تحمله من دلالات رمزية تساهم في زيادة الوعي المجتمعي وتحقيق أهداف المشاركة المجتمعية.
- 3- إثراء الثقافة البصرية من خلال إثارة مجموعة من الإستجابات العاطفية التي تحقق الإستجابة اللونية للرسالة الإعلانية لإدراك المتلقي للفعاليات المرتبطة بشعار اليوم العالمي والتي تساهم بدورها في التفاعل مع العالم الواقعي، وتحديد معنى للألوان وإقامة روابط مع العالم من حولنا.
- 4- يساهم اللون في التعبير البصري عن طبيعة الأحداث المجتمعية عالمياً من خلال تحقيق الوعي السيكولوجي والوظيفي للون في الرسالة الإعلانية.

المراجع: References

- 1- حسن عبده، عبير " الوعي الإدراكي للمتلقى وسميوطيقا الإعلان"، مجلة الفنون والعلوم التطبيقية- جامعة حلوان، المجلد السابع عشر- العدد3، 2005
- 2- صلاح الدين خليل، أميرة "التفكير البصري كأحد أنماط التفكير الغير لفظي ومدى تأثيره على العملية الإتصالية"، مجلة الفنون والعلوم الإنسانية، كلية الفنون الجميلة، جامعة المنيا، العدد السابع، يونيو 2021
- 3- عبد الحميد شاور، هناء "التصميم الجرافيكي وسيلة إتصال للتأثير على المجتمعات منذ القرن الثامن عشر وحتى القرن

- العشرين"، بحوث في التربية الفنية والفنون، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، المجلد21، العدد2، 2021
- 4- محمود رضوان، مي"استراتيجية تصميمية لتحقيق الهوية البصرية لإعلانات التوعية المطبوعة وتأثيرها على المتلقي"، رسالة دكتوراه، كلية الفنون التطبيقية، قسم الإعلان، جامعة حلوان، 2013
- 5- مختار عبد العزيز، دعاء "تصميم الإعلانات والحراك الثقافي في مصر"، رسالة ماجستير، كلية الفنون التطبيقية - قسم الإعلان، جامعة حلوان، 2014
- 6- ناجي عبد المنعم، هشام "إستراتيجيات تصميمية جديدة للإعلان التلفزيوني في ظل المتغيرات الثقافية في المجتمع المصري"، رسالة دكتوراه، كلية الفنون التطبيقية - قسم الإعلان- جامعة حلوان، 2010
- 7- Richard J. Varey and Michael Pirson," Humanistic Marketing", palgrave macmillan publishers,England,first edition,2014
- 8- Soojin Kim,Yongjun Sung, "The Effect of Colors on Brand Personality in Advertising", The Korean Journal of Advertising and promotion Research,vol.2,No.2,2013
- 9- <https://mawdoo3.com/>
- 10- <https://www.emaratalyoum.com/online/follow-ups/>
- 11- <https://www.un.org/en/observances>
- 12- <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/kidney>

- 16- <https://www.elbalad.news/3768703> لماذا يضيء
2019- سلمي العالم بالأزرق في اليوم العالمي للتوحد؟
عبد الناصر
- 17- <https://eventologists.co.uk/the-psychology-of-colour-in-events/>
- 18- <https://mediaoffice.ae/en/news/2021/April/18-04/Advertising-screens-and-outdoor>
- 19- <https://in.pinterest.com/>
- 13- <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/br-east-cancer-csr>
- 14- <https://www.strategicplay.com/colorful-lego-bricks>
- 15- https://www.invisionapp.com/inside-design/stabilo-boss-ad-campaign/?utm_source=social&utm_medium=blog