

القيم الإبداعية للتصميم في مجال الإتصال المرئي الرقمي في السودان (المجال التجاري)

Creative values of design in the field of digital visual communication in Sudan

(Commercial field)

عزالدين الهادي محمد الجاك¹ عبد الباسط عبد الله الخاتم² ابوبكر الهادي احمد³

1. محاضر بكلية الفنون والتصميم - قسم تكنولوجيا القرافيك - جامعة المستقبل
izzldenehadi@hotmail.com

2. جامعة المستقبل -0912616339-abdelbaset2019@gmail.com

3. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية الفنون الجميلة والتطبيقية bakryhadi@gmail.com

المستخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في مجالات القيم الإبداعية للتصميم الإلكتروني والافتراضي من حيث الأفكار وطرق التنفيذ والنظرة الشاملة لتلك الاعمال، كما هدفت إلى رصد حركة تطور القيم الإبداعية للتصميم في مجال الإتصال الإلكتروني في السودان، وإبراز مواهب المصممين ولفت النظر للأعمال القرافكية ورسالتها المجتمعية والفنية، ونبعت أهمية الدراسة في اثناء المكتبة السودانية والعربية بمادة علمية معاصرة للمهتمين بهذا النوع من الدراسة وخاصة طلاب كليات الفنون، تشير الدراسة لمدي إستخدام تكنولوجيا البرمجيات والتقنيات الحديثة في مجال الميديا، إفترضت الدراسة ان القيم الإبداعية للتصميم في مجال الإتصال الإلكتروني ذات فعالية عالية في ابراز الفكرة والمعلومة، إتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد إستخدمت أدوات الملاحظة والمقابلة، من أهم نتائج الدراسة أن القيم الإبداعية في مجال الإتصال الإلكتروني ذات فعالية عالية في ابراز الفكرة والمعلومة، التصميم الإلكتروني يلعب دوراً هاماً في التأثير الإيجابي لتعديل السلوك لسهولة إستيعابه، وقد أوصت الدراسة بالإهتمام بالأساليب والطرق الحديثة في التصميم ومواكبة المستحدثات والأدوات والبرمجيات التي تحتوي على تصورات هائلة في معالجة وتحسين إخراج العمل الفني الإلكتروني.

الكلمات المفتاحية: القيم الإبداعية، الإتصال المرئي الرقمي، سلوك المستهلك، تكنولوجيا المعلومات.

Abstract:

The aim of this study was to research the fields of creative values of electronic and virtual design in terms of ideas and methods of implementation and the overall view of these works. It also aimed to monitor the movement of the development of creative values of design in the field of electronic communication in Sudan, highlighting the talents of designers and drawing attention to the design works and its community and technical mission, The importance of the study that to enrich the Sudanese and Arabic libraries with a contemporary scientific material

for those interested in this type of study, especially students of the faculties of arts, the study indicates the use of software technology and modern technologies in the field of media. The study assumed that the creative values of design in the field of electronic communication are highly effective in highlighting the idea and the information. The study followed the analytical descriptive method. It used the observation and interview tools. The most important results of the study are that the creative values in the field of electronic communication are highly effective in highlighting the idea and the information. The electronic design plays an important role in the positive impact of behavior modification for its easy understanding. The study recommended to pay attention to the modern methods of design and keep up with innovations, tools and software that contain enormous perceptions in the processing, improvement and implementation of the electronic artwork.

Keywords: Creative values, Digital visual Communication, Consumer's behavior, Information Technology.

المقدمة:

وسائل وتقنية المعلومات هي من مظاهر هذا العصر - بل اصبحت روحه الحقيقية ويتم تطورها تطويراً ملحوظاً ومهماً وسريعاً في كل وقت ، فلا يمر يوم الا كانت في وضع جديد من صناعة تقنية الاتصال الإلكتروني بوسائطها المختلفة المعقدة والبسيطة في عصرنا هذا بعد ان شغلت الناس واصبح اهتمامهم بها ، كما بذلت جهود كثيرة في تطويرها بجانب وسائل الإتصال المطبوعة لكل فروعها وشرائحها لأنها خيار افضل وسهل الانتشار فلا بد تعديل كل القيم الإبداعية الراقية التي تواكب الحداثة والظفرة العلمية الاعلانية العالمية ، كما نجد كثيراً من المهتمين قد عزفوا عن الاساليب التقليدية ويبحثون عن بديل يلبي إحتياجاتهم ولذلك ، ان المجتمع اتجه الي القيم الإبداعية المتطورة للتصميم في مجالات الإتصال الالكترونية ، لذلك يتوجب من المصممين القائمين في هذا المجال عرض الرسائل الاعلانية بشكل فني جذاب وملفت يتماشى مع الحداثة والتطور ويناسب الاهداف والإستراتيجيات الفنية ومن المعروف ان خدمات العروض الالكترونية تتوفر في خدمات الميديا المتاحة الآن. (ولقد عرف السودان خدمة الإنترنت منذ عام 1998).

مما لاشك فيه أن أساليب الإنتاج الفني قد أصبحت متوفرة في الأسواق والمؤسسات الفنية ، ذلك لتوفير المهارة الإلكترونية والبرمجيات الحاسوبية التي بمقتضاها يتمكن غير الدارس للفنون أن يقوم بإنتاج أعمال تصميمية فنية ، ولكنها في غالب الأحوال تكون بسيطة وساذجة ولا تعبر عن جهد فكري فني تصميمي احترافي ، هذا يعني أن الفنون هي دراسة وموهبة يمكن تطويرها وصلها من خلال المعرفة والتقانة الفنية والأكاديمية ، لذا كان من الضروري أن تتكامل المعرفة الأكاديمية مع الأجهزة والمستحدثات الإلكترونية لصناعة الأشكال والتصاميم ، ذلك لأن بالحاسوب طاقات وإمكانات هائلة تعين الفنان على إنجاز أعماله. (عبد المنعم ، 2007م، ص 5)

مشكلة الدراسة:

تحتاج الفكرة والمعلومة الإلكترونية الى تصميم فني ذو قيم فنية ابداعية، الى اي مدى يهتم المصمم السوداني بهذا النهج ؟

أهداف الدراسة:

• البحث في مجالات القيم الإبداعية للتصميم الإلكتروني والإفتراضي من حيث الأفكار وطرق التنفيذ والنظرة الشاملة لتلك الاعمال .

• رصد لحركة تطور القيم الإبداعية للتصميم في مجال الإتصال الإلكتروني في السودان .

• إبراز مواهب المصممين ولفت النظر للأعمال القرافكية ورسالتها المجتمعية والفنية .

أهمية الدراسة:

- اثراء المكتبة السودانية والعربية بمادة علمية معاصرة للمهتمين بهذا النوع من الدراسة وخاصة طلاب كليات الفنون.
- تشيير الدراسة لمدي إستخدام تكنولوجيا البرمجيات والتقنيات الحديثة في مجال الميديا.

فرضيات الدراسة:

- ان القيم الإبداعية للتصميم في مجال الإتصال الإلكتروني ذات فعالية عالية في ابراز الفكرة والمعلومة.
- الاساليب الفنية القرافيكية الإلكترونية تتيح مجالاً أوسع للمصمم مع توفير التكلفة والطاقة والزمن .
- يلعب التصميم الإلكتروني دوراً هاماً في التأثير الإيجابي لسلوك الناس في اقبال المعلومة بسهولة ويسر .
- هنالك معايير وقيم إبداعية للتصميم في مجال الإتصال الإلكتروني لابد من توفرها في التصميم المرئي لإبانة الأفكار والرسالة بصورة سهلة وواضحة .

منهج الدراسة:

إتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي وذلك لرصد دراسة القيم الإبداعية للتصميم في مجال الإتصال الإلكتروني في السودان، كما يتيح للباحث دراسة ورصد وحصر وتصنيف وتحليل القيم الإبداعية والتصميمية في مجال الإتصال الإلكتروني في السودان.

أدوات الدراسة:

- المقابلات الشخصية، الملاحظة.

حدود الدراسة:

- الحدود المكانية : الخرطوم - السودان.
- الحدود الزمانية : 2010 - 2019م .
- الحدود الموضوعية : مجال الميديا الوسائط المتعددة وماتستخدم في الإشارة الى وسائل الاعلان والاتصال المختلفة من تلفزيون وصحافة وسينما وكمبيوتر .
- تتمحور الدراسة في التعرف على القيم الجمالية للتصميم والانماط المستخدمة في التصاميم القرافيكية الإلكترونية .

مصطلحات الدراسة:

1/ القيم الإبداعية : لعل الإحساس بالجمال هو الهدف الأصيل للفلسفة في العصر الحديث .أما في مجال دراسة الفنون التشكيلية , هو الفنان وإبداعاته وصياغته لتصميماته، ورسوماته ،ومجمل حياة الفنانة الفنية (وإن دراسة علم الجمال تضيف الى الأعمال الفنية جمالها ،وبيان كيفية تحقيقها للقيم الجمالية ،والتي تدل على إحساس صاحب العمل الفني بالجمال.) (امال حليم الصراف)

2/ الإتصال المرئي الرقمي : مصطلح يستخدم للتعبير عن شكل من أشكال التواصل الذي يتم من خلال الوسائل البصرية (اللون، النص، الصور، الرسوم البيانية، اللافتات، الاشارات، كما تشمل الوسائل البصرية أيضا التعبيرات والايحاءات،)

3/ سلوك المستهلك : التعرف على دور التصميم الإلكتروني في إيصال الأفكار والمفاهيم التي تؤدي الى إتجاهات وسلوك الجماعات ومدى اقبالهم للمنتج عن طريق التصميم و الإخراج الفني الجيد الذي يجسد الفكرة بإسلوب سهل الإستيعاب لكل فرد من أفراد المجتمع . (عبيدات، محمد 2012 ص13)

4/ تكنولوجيا المعلومات والاتصال الالكتروني : نقل المعلومات والاشكال المصممه والمخرجة بصورة جيدة من شخص الى آخر عبر وسائل الوسائط المتعددة تعد من اهم وسائل الاتصال البصري المرئي ولذلك توجد علاقة قوية جدا بين الاتصال المرئي والوسائط المتعددة فهي تعد شكل من اشكال الاتصال .

5/ المجال التجاري الإلكتروني : e-Commerce نشاط تجاري عبر انظمة الكمبيوتر وشبكات الإنترنت

6/ ترويج : تأثير الرسائل الاعلانية الإلكترونية على الناس عبر التصميم الجيد .

7/ وسائط الاعلان (Multimedia) وهو مصطلح واسع الانتشار يشير إلى استعمال عدة وسائط مختلفة مثل (النص، الصوت، الرسومات، الصور المتحركة، الفيديو، والتطبيقات التفاعلية)

8/ وسائل التواصل الاجتماعي : مجال الميديا الوسائط المتعددة وماتستخدم في الاشارة الى وسائل الاعلان والاتصال المختلفة من تلفزيون وصحافة وسينما وكمبيوتر فيسبوك واتساب الخ

الاطار النظري:

المبحث الاول: خلفية تاريخية عن الإتصال المرئي في السودان :

تمهيد:

يتميز هذا العصر بالتطورات التكنولوجية المتلاحقة والمتسارعة فأحتلت الصورة مركزاً متقدماً في عالم المعرفة والثقافة الاقتصادية واصبحت الوسيلة الاعلامية الاكثر اهمية، فهي ليست بالأمر الجديد على مر العصور وانما تحولت من الهامش الى مركز القوة والهيمنة والسيادة على غيرها من العناصر الثقافية الاخرى ، كما اننا لا نتخيل الوجود الانساني والحياة المعرفية والاقتصادية من دون وجود صورة في كل الوسائل التجارية والتعليمية والفنون المرئية وخصوصاً الرقمية على شاشات الكمبيوتر فصارت الاقوى والاكثر فاعلية والاعمق اثراً في سلوك الافراد والجماعات وتحولت الوسائل الاعلانية التجارية والثقافية من الكلمة الى الصورة لتحقيق الهدف المنشود من تسويق ودعاية واعلان وترفيه وترقية وتعليم من خلال التصميم الامثل عبر الوسائل والوسائط التقنية .

إذا حاولنا ان نقدم دراسة شاملة عن فنّ التصميم في مجال الإتصال المرئي الرقمي فإنه يتعين علينا أن نبدأ من البداية ، ولكي نبدأ علينا أن نقلب صفحات تاريخ الفنّ التشكيلية بصفة عامة وبصفة خاصة التصميم الاعلاني التجاري في السودان .

إن الحديث عن الفنّ التشكيلي من الأمور الجديرة بالدراسة الواعية الصريحة ونحن في أمس الحاجة اليها وعلى الأخص في هذا العصر الذي يواجه فيه العالم مشاكل متعددة تزداد عمقا يوما بعد يوم مشاكل تعوق تقدمة . ومن الخطأ أن نتصور أن الفنّ التشكيلي بطابعه الشمولي العام والتعبيرية بطريقة فردية يمكن أن لا يعكس سوى جهود محدودة ليست ذات نفع كبير وعلينا أن نتذكر أن الفرد في أي مجتمع إنساني محدود الجهد ومادام أنه هو حصيلة مكونات إجتماعية فقد كان الأجدر أن يتبنى العمل الجماعي ويدافع عنه ويتطلع إلى تحقيقه على مدى رائع وفي أحسن صورة ومن هنا تأتي جهوده ثمارها في خدمة مجتمعه. التسمية تكتسب معناها الإفصاحي من مفرداتها كدلالة لغوية ومن جوهرها كدلالة فنية حضارية فماذا تعني كلمة (قرافيك) إنها تسمية غير دقيقة لان تلك الكلمة في موضوعها المتداول حديثا تعني كل الرسوم اليدوية مهما اختلفت المواد ويمكن أن نطلق كلمة قرافيك على التصميمات التي تشمل الدعاية والإعلان من صور وفيديوهات ونصوص ورسوم متحركة ومُلصقات تجارية بأنواعها .

الفنون البصرية في السودان :

أن برنامج التربية الفنية في نظام التعليم في السودان قد بدأ بطيئاً ، ولم تقطن إدارة التربية إلى أهميتها حتى أواخر الثلاثينيات من القرن الفائت ، ليس هذا فحسب حيث لم يتم إدراج الفنون البصرية ضمن المقررات الدراسية بالمدارس بالسودان حتى أواخر الأربعينات من القرن العشرين - وقبل هذا لم يكن الفن من النشاطات المدرسية ، حيث تقوم الجمعيات برعاية ذلك النشاط غير المدرسي - ولقد كان هذا الدور معتبراً ، حيث دلت على أن هنالك مواهب في مجال التشكيل لدى طلاب المدارس من فطرتهم الطبيعية ، حيث برهنوا على اهتمامهم وإنشغالهم الجاد بهذا النشاط ، في عام 1936م اختير مستر قرينلو وهو (ضابط أعمال يدوية) لكي ينضم لمعهد تدريب معلمي المرحلة الابتدائية ببخت الرضا ، وكانت تلك السنة ، سنة فارقة فيما يخص تعليم الفنون وتذوقها في السودان بصفة عامة ، وذلك بسبب قوة فكر وإصرار مستر قرينلو على الرغم من المشكلات التي تقف حيال تحقيق أهدافه الفنية ، وتأسيس التربية الفنية وإدراجها ضمن النظام التعليمي وتطويرها في المدارس السودانية ، رغم ذلك كانت هنالك مواقف محبطة تجاه الفنون وتعلمها بالمدارس حتى في بخت الرضا ومن بين زملاء قرينلو نفسه !). (حسين جمعان، 2006، ص56)

إن الإمكانيات الهائلة التي يظهر بها الحاسوب في معالجة الصورة خاصة الصور التي نستخدمها للإعلانات في تنفيذ الصور المعقدة المليئة بالتفاصيل والمتعددة الألوان والأشكال التي تستخدم كوسيلة اتصال لنقل وتبادل المعلومات والمفاهيم بين المصمم والمجتمع على اختلاف مستوياتهم التعليمية .

يعتبر الربع الأخير من القرن العشرين شاهداً على التطور الهائل الذي حدث في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ، وقد ترك هذا أثراً هائلاً للتطورات في مجالي التصميم والإخراج الفني .

كانت بداية ظهور التكنولوجيا التي أثارت ثورة في عالم التصميم والإخراج ، وقد وفرت أجهزة الكمبيوتر المكتبي والتي تم إختراعها عام 1974م وإنتاجها بشكل واسع وتسويقها في عام 1978م إمكانيات مقدرة ، ومهدت للشركات التكنولوجية الدخول في مجال البرامج والأجهزة المعدات والتي ساهمت بصورة مباشرة في هذا التطور. (خليل أبكر ، 2006، ص40)

مما اثر ذلك تأثيراً إيجابياً على كل التصميمات في مجال الاتصال المرئي الرقمي بإستخدام نظام متكامل من الاجهزة الحديثة والبرامج المختصة في تنفيذ الاعمال القرافية وبصورة واضحة ودقيقة ويمكن قدرته في زيادة عدد المترددين على المواقع الالكترونية التجارية ومواقع التواصل الاجتماعي ويؤدي ذلك الى زيادة ايرادات شركات الاتصال في تسجيل عدد كبير من المشتركين عبر مشاهدتهم تلك التصميمات الجاذبة في المواقع و الصحف والمجلات الالكترونية التجارية .

القيم الابداعية في مجال الإتصال المرئي :

الاتصال المرئي : مصطلح يستخدم للتعبير عن شكل من أشكال التواصل الذي يتم من خلال الوسائل البصرية (اللون، النص، الصور، الرسوم البيانية، اللافتات، الاشارات، كما تشمل الوسائل البصرية أيضاً التعبيرات والايماءات)، ويوصف بأنه وسيلة نقل الأفكار والمعلومات التي يمكن قراءتها أو النظر إليها واكتساب المعنى . كما يعتمد الاتصال المرئي جزئياً أو كلياً على الرؤية، حيث يتم تقييم الاتصال البصري الجيد أساساً على قياس مدى الفهم لدى المشاهد (المتلقي)، وليس على الأداء الجمالي أو الفني. وعادة ما يستخدم الاتصال المرئي جنباً إلى جنب مع الاتصال اللفظي . (محسن عطية... 2005 ،ص،(21)

مجرد مظهر التصميم وتشكيلة وألوانة تجذب النظر على نحو بالغ ، ولهذا كان الجهد مبذول دائماً وأبداً قى تحسين المظهر فى الإنتاج الاعلاني مهما كان رخص هذا الإنتاج .

عن طريق النشر وجودة الطباعة ساهمت الفنون المرئية الرقمية فى تنمية الامم و معارفها القومية والانسانية ونشرها على اوسع نطاق خاصة بعد تطور الفنون الحديثة وخاصة فى عالم التصوير الفوتوغرافي التقنية الرقمية الحديثة مما اثر كثيراً فى دفع ركب التطور فى مجالات العمل الابداعي الجميل والتطبيقي . والتصميم الايضاحي اصبح فى عصرنا هذا مكتمل القواعد والإسلوب وبفضله اصبحت القيم الجمالية الإبداعية عملاً مجدداً او مستمراً ومرتبباً بحياة الناس وتعاملهم الاجتماعى بجوانبه المختلفة ، فكان لابد من التعرف على القيم الإبداعية فى مجال الاتصال المرئي الرقمي لإيصال الأفكار والمفاهيم التي تؤدي الى تعديل إتجاهات وسلوك الجماعات عن طريق التصميم و الإخراج الفني الجيد الذي يجسد الفكرة بإسلوب سهل الإستيعاب لكل فرد من أفراد المجتمع .

كما نجد ان نقل المعلومات والاشكال المصممه والمخرجة بصورة جيدة من شخص الى آخر عبر وسائل الوسائط المتعددة تعد من اهم وسائل الاتصال البصري المرئي ولذلك توجد علاقة قوية جدا بين الاتصال المرئي والوسائط المتعددة فهي تعد شكل من اشكال الاتصال .

حيث للاتصال اكثر من كل فهو شفهي وكتابي وصورة ومرئي وفي هذه الدراسة سوف اركز على الاصال المرئي بالصورة عبر الوسائط المتعددة من خلال مواقع التواصل الاجتماعى فى الانترنت وكيفية الاستفاده من المواقع الاسفيرية تجاريا وذلك بالتصميم الجذاب الذي يحفز للترويج عن المنتجات تجاريا ، والاتصال بالصور والمرئيات أو البصريات، أن الصور أقدر على التعبير من كلمات كثيرة .

المبحث الثاني : الفنون الرقمية والتصميم :

ان العمل الفني لابد ان يكون ثمرة لعملية منهجية خاصة ، هي تنظيم العناصر التي تتألف منها حركته ، فهي كفيلة بأن تخلع عليه طابعا زمنياً يجعل منه موجوداً حياً تشيع فيه الروح ... فمادة العمل ليست مجرد شئى قد صيغ منه هذا العمل، وانما هي غاية فى ذاتها بوصفها ذات كفيات حسية خاصة من شأنها ان تعين على تكوين الموضوع الجمالي .. لابد فى هذا التنظيم الجمالي لعناصر العمل الفني من ان تكون هنالك عناصر ظاهرة بارزة ، واخرى مستترة متوازية بحيث تبرز الاشكال الرئيسية للعمل فوق ارضية من الاشكال الثانوية . (زكريا ابراهيم، 1959 ص38)

فرغم اختلاف الفنون وتنوعها فإنها تصدر جميعا من منبع واحد وهو الابداع والانساني.

الصورة الرقمية : هي تمثيل للصور الثنائية الأبعاد على الحاسوب بواسطة الصفر والواحد (01). و تتكون كل صورة رقمية على الكمبيوتر من البيكسل وهو أصغر وحدة فى الصورة. و كل صورة هي مصفوفة تحتوى على صفوف وأعمدة من البيكسلات وكلما زادت عدد البيكسلات كلما كانت الصورة أوضح . (رفائيل غونزيلز ويول وينترز ، 1992 ص70)

قوة الصورة فى عملية الاتصال :

مهما كانت المقاربة فإن هناك اتفاق على أهمية الصورة فى العملية الاتصالية:

البصر أهم وأكثر حواس الإنسان استخداماً فى اكتساب المعلومات.

قوة الصورة تنطلق من مفهوم التصديق والتكذيب، لأن الرؤية البصرية هي أساس التصديق، ولذلك يقال "ليس راي كمن سمعا". الصورة تخاطب كل البشر، المتعلم والأمي، الصغير والكبير، وتكسر حاجز اللغات، لذلك فهي الأوسع انتشاراً .

تختلف الصورة عن الكلمة المنطوقة أو المكتوبة لأنها ترتبط بشيء ملموس ومحسوس ومحدد، والكلمة مرتبطة بشيء تجريدي، غير ملموس، ويتصف بالتعميم .

تختلف الصورة عن الكلمة المكتوبة في سهولة التلقي، لأن القراءة تتطلب التأمل وإشغال الذهن، أما الصورة فلا تحتاج جهداً ذهنياً كبيراً لتلقيها .

الصورة تختلف عن النص المكتوب، الذي يتطلب تفكيك العلاقات القائمة بين الكلمات، بجهد وتركيز وبطء، بينما الصورة تعطي الرسالة دفعة واحدة.

من أجل ذلك انتشر المثل المشهور الذي يقول: "إن الصورة تساوي ألف كلمة." (رفائيل غونزليز ويول وينترز، 1992 ص45)

تعريف التسويق الإلكتروني:

إن التغيرات التي تشهدها منظمات الأعمال اليوم في نمط الإنتاج وعمليات التبادل وكافة أشكال الاتصال، بل في أسلوب ونمط الحياة لم تشهدها المجتمعات السابقة قبل مرحلة ظهور ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ولم يتمثل التغيير في مجرد حدوثه فقط ولكن لم يكن يمثل ذلك العمق والشمول والسرعة التي أحدثتها تقنيات الاتصال عن بعد أو باستخدام الإنترنت.

وبالتالي من الصعب تحديد معني واضح ودقيق لمصطلح التسويق عبر الإنترنت ويمكن تقديم بعض من هذه المفاهيم كما يلي:

(أ) يقصد بالتسويق عبر الإنترنت "الاستفادة من الخبرة والخبراء في مجال التسويق في تطوير استراتيجيات جديدة وناجحة فورية تمكن من تحقيق الأهداف والغايات الحالية بشكل أسرع من التسويق التقليدي بالإضافة إلي توسع ونمو الأعمال بدرجة كبيرة في وقت قصير وباستثمار أقل في رأس المال".

(ب) كما قد يقصد بالتسويق عبر الإنترنت بأنه "استخدام تكنولوجيا المعلومات للربط الفاعل بين الوظائف التي يوفرها البائعون والمشترون".

(ج) ويعرف التسويق عبر الإنترنت بأنه "أسلوب تجاري حديث للبحث في الحاجة التي يشعر بها كل من الشركات والتجار والمستهلكين علي حد سواء لخفض التكاليف وفي نفس الوقت تحسين السلع والخدمات وزيادة سرعة تقديم الخدمة". كما قد يعرف التسويق عبر الإنترنت من خلال الوظائف التي يؤديها والتي تشمل الاتصال والتواصل مع العملاء والقيام بعمليات البيع والتي تمثل نمودجا مبتكراً من التسويق المباشر وكذا توفير المحتوي من خلال قيام المواقع الإلكترونية بتسديد نفقاتها إما من خلال بيع الإعلان أو عرض مبلغ معين من المال مقابل الدخول إليها. (نظام موسى وآخرون، 2003م 373).

فوائد التجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين:

- تساعد التجارة الإلكترونية في فهم احتياجات العملاء وبالتالي فانها تتيح خيارات التسوق امامهم بشكل واسع وهذا بدوره يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن مقارنة بما تتيحه التجارة التقليدية . علماً ان تزايد عدد العملاء يقابله مساحة اكبر في الاسواق للموردين ، كما تساعد في خلق حافز كبير لزيادة القدرة التنافسية. وتحفز المهتمين بالابحاث لايجاد وسائل واساليب متطورة لاستخدام القسائم والشيكات الإلكترونية اضافة الى تحسين الدرجة التنافسية للموردين في مجال جودة المنتج للعملاء. ايضاً تسهم في اختصار الدورة التجارية اذ يتم الشحن بشكل مباشر من المصنع الى المستهلك النهائي مما يوفر التكاليف ويختصر الزمن بالنسبة للموردين اضافة الى تلبية سريعة لاحتياجات المستهلكين ولاسيما السلع المسلمة

الكرونيًا كالمجلات والصحف هذا بالإضافة الى ما يترافق معها من تخفيض بالاسعار . كما تسمح بالاشتراك في المزايدات الافتراضية بسهولة ويسر . وانها تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والأراء والحصول على الاستشارات من قبل الوسطاء عبر شبكة الانترنت . (علي قاسم حسن العبيدي وآخرون 2011م ، 6).

فوائد التجارة الالكترونية على مستوى المجتمع:

- التجارة الالكترونية تيسر توزيع الخدمات العامة مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية الاخرى بسعر منخفض وكفاءة عالية ، وانها تسمح للناس الذين يعيشون في دول العالم الثالث ان يمتلكوا منتجات وبضائع غير متوفرة في بلدانهم الاصلية ويستطيعون ايضاً من الحصول على شهادات جامعية عبر الانترنت. كما تسمح للفرد بأن يعمل في منزله ويقلل من الوقت المتاح للتسوق مما يعني ازدحام مروري اقل في الشوارع وهذا يساعد على خفض نسبة التلوث البيئي ، وانها تتيح لبعض السلع ان تباع باسعار زهيدة وبذلك يستطيع الافراد اصحاب الدخل المنخفض من شراء مثل هذه البضائع مما يعني انها تساهم في رفع مستوى المعيشة للمجتمع ككل.(علي قاسم حسن العبيدي وآخرون 2011م ، 7).

المبحث الثالث: الجوانب التجارية في الاتصال المرئي :

يعتبر عصرنا هذا عصر العولمة والسرعة في الوصول الى المعلومات والتصفح لمواقع الانترنت واصبح من السهل جداً ان يمتلك الفرد جهاز حاسوب مما جعله في متناول اليد وبأحجام وسرعات مختلفة ومتفاوتة وودلك سهل كثيراً في عملية التصميم والتصفح للمواقع الالكترونية التجارية ومقارنة التصميمات العالمية والاقتباس منها للواكبه ، وبذلك نجد ان من الصعب جداً الاستغناء من الحاسبات الآلية في الاعمال المكتبية والشركات بل اصبح يدخل في جميع ضروب الحياة اليومية والتجارية .

اما الخاصية الأساسية للتكنولوجيا الحديثة في الاتصال المرئي هي ارتباطات تكنولوجيات برمجيات التصميم الحديثة مع تكنولوجيات الاتصالات السلكية واللاسلكية، وكذلك السمعى البصري بمعنى آخر، هو الجمع بين النص والصوت والصورة، وكما هو واضح لقد أصبح مجتمع اليوم يعتمد أكثر على الاتصال المرئي بكل أنواعه، فلقد صار ضرورة ملحة من ضروريات العصر، وبالنظر لما غيرته الثورة التكنولوجية الجارية في الكثير من حياة الأفراد والمجتمعات، إلا أن المجال الاقتصادي ظل أكثر تأثراً بها ، حتى شاع مصطلح الاقتصاد الحديث معبرا عن مدى توغل هذه التكنولوجيات الحديثة في النشاط الاقتصادي في مستواه الكلي والجزئي، فالمحيط بين المؤسسات بل ساهم أيضا في تغيير نمط الحياة الجديد الذي استحدثه هذا الاقتصاد لم يغير فقط في سلوكيات وطبيعة العلاقة استهلاك، كاستخدام أجهزة متعددة الإعلام ووسائل اتصال حديثة أكثر دقة وسرعة، فظهرت بذلك التجارة الإلكترونية كنمط جديد في مجال التعامل بين المؤسسة ومحيطها الداخلي والخارجي .وتزايد بذلك الاهتمام بموضوع التكنولوجيا بعدما كان يتمركز استخدامها وأثرها حول أنساق وأساليب الإنتاج، وخاصة التكنولوجيا المتعلقة بميدان الإعلام والاتصال، وكلما زادت حاجة المؤسسات لهذه الوسائل كلما زادت استمراريتها واستحداثها وبالتالي تطورها، ومع تطور الوسائل الإلكترونية في المجتمعات الحديثة واستخدامها في المعالجة الرقمية للبيانات، زادت أهمية الاتصال خاصة ظاهرة الاتصال عن بعد، والتي تستدعي تطوير وسائل الإعلام والاتصال بشكل أكثر دقة وسرعة، حتى صارت إلى ما هي عليه اليوم، ولا تزال في تطور دائم حيث لم نعد نتحدث عن وسائل الإعلام والاتصال بل عن تكنولوجياته الحديثة، والتي استطاعت أن تحقق بكل كفاءة وفعالية أهداف عملية الاتصال والإعلام بالنسبة للمؤسسات التجارية في عملية التسويق . هو نهج إبداعي يقوم به مصمم أو مجموعة من المصممين بناء على طلب العميل أو الزبون ويتعاون على تنفيذ معطياته المادية (مجموعة من المنتجين) عمال طباعة، مبرمجين، مخرجين، الخ (من أجل إيصال رسالة معينة) أو مجموعة رسائل للجمهور المستهدف.

(يشير مصطلح تصميم الجرافيك إلى عدد من التخصصات الفنية والمهنية التي تركز على الاتصالات المرئية وطرق عرضها .وتستخدم أساليب متنوعة لإنشاء والجمع بين الرموز والصور و /أو الكلمات لخلق تمثيل مرئي للأفكار والرسائل). (ويكيبيديا 6 3:0 – 2019-2-7 ظهراً www.wikipedia)

.وقد يستخدم مصمم الجرافيك تقنيات مثل فن الخط، الفنون البصرية، تنسيق الصفحات للوصول إلى النتيجة النهائية .هذا وغالبا ما يشير تصميم الجرافيك إلى كل من العملية التصميم التي من خلالها يتم إنشاء التواصل وكذلك المنتجات التصاميم. ومن مستخدمى فن تصميمات الجرافيك نجد كل من المجلات، والإعلانات ومنتجات التعبئة والتغليف .فعلى سبيل المثال، قد تشمل مجموعة المنتجات شعار أو عمل فني آخر، ونص منظم وبعض عناصر التصميم الصرفة مثل الأشكال والألوان التي من شأنها صياغة المنتج في قالب واحد .ويعتبر التكوين هو واحد من أهم سمات تصميم الجرافيك وخاصة عند استخدام المواد سابقة التحضير أو العناصر المتنوعة .

الإنترنت واستخدامه في المجال التجاري :

إن من أهم أساسيات التنمية الاجتماعية والاقتصادية للدول المتقدمة والدول النامية على حد سواء هو تشييد وتطوير بنية أساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبالأخص في عصر المعرفة . (<http://www.arabsender.com>)

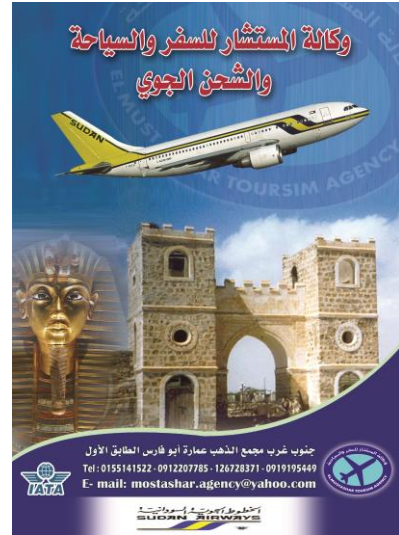
أهمية التسويق الإلكتروني في ترويج المنتجات:

أصبح التسويق الإلكتروني خدمة هامة جدا لكل الشركات والمنتجات لأنه اصبح الطريقة المثلى لإستهداف العملاء والتواصل معهم، فالتسويق الإلكتروني من خلال الشبكة العملاقة المسماه الانترنت ساعد في بناء علاقة قوية ومتينة مع العملاء المحتملين كما اصبح وسيلة للحفاظ على العلاقة مع العملاء الحاليين بالإضافة الى انها وسيلة تسويقية اقل في تكلفتها من التسويق التقليدي وتعطي فرص متساوية للمنافسة مهما كان حجم شركتك فإنه يمكنك منافسة كبرى الشركات. (شاكر تركي امين، 2008، ص4)

اخراج الفكرة بصرياً باختيار الأسلوب :

كلما زادت ثقافة الناس وثقافة المصمم اصبح ذلك ممكناً بمعنى ان المتلقيين لديهم الحس العالي في التقبل والاختيار والانحياز تجاه الاساليب الحديثة أكثر من التقليدية ، وكما ان المصمم له دور كبير في فرض تلك الاساليب من خلال جودتها وقيمتها الجمالية . (مقابلة الدكتور خالد محمد علي)

تتعدد الطرق والأساليب لجعل الفكرة المرئية وهذا يساعد على أن نفصل بين الفكرة التي نحاول أن ننقلها والشكل الذي سينقلها ، واختيار الأسلوب الأمثل يعتمد على طبيعة الرسالة والمستوى التعليمي والثقافي والإجتماعي للمجتمع المستهدف . كما في الشكل رقم (2-9) والشكل رقم (2-10)

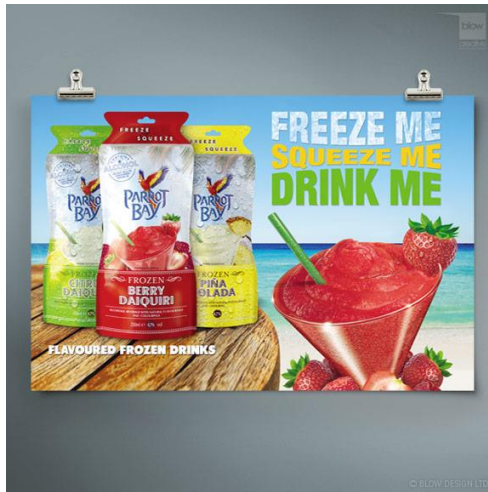


الشكل رقم (2-10) (من تصميم الباحث) الشكل رقم (2-9)

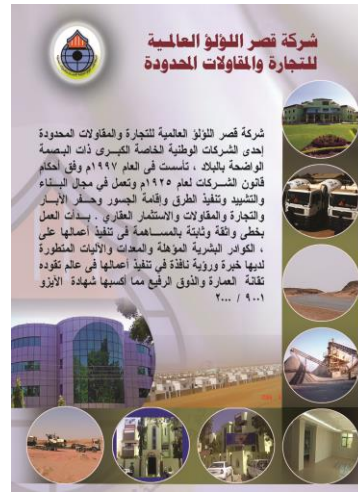
توجد أساليب متعددة للتعبير عن الفكرة بصرياً وتتراوح هذه الأساليب بين ما هو واقعي جداً وما هو شديد التجريد ، وهي مهما تعددت لن تخرج عن الخطوط العريضة للأساليب التالية :

الأسلوب الواقعي (Realistic) :

يسعى المصمم فيه الى نقل فكرة أو واقعة نقلاً دقيقاً بكل تفاصيلها بدون أى اضافة من المصمم وتشمل المعالجات الواقعية الرسوم اليدوية ، والصور الفوتوغرافية والرقمية ، ولكي يبدو الشكل المرسوم ، سواء كان مخططاً أو مصوراً يتعين أن يكون واضحاً بكل معالمه وتفصيلية ، ويكون لونه مأخوذ من العالم الحقيقي . كما في الشكل رقم (2-11) والشكل رقم (2-12)



الشكل رقم (2-12)



الشكل رقم (2-11) (من تصميم الباحث)

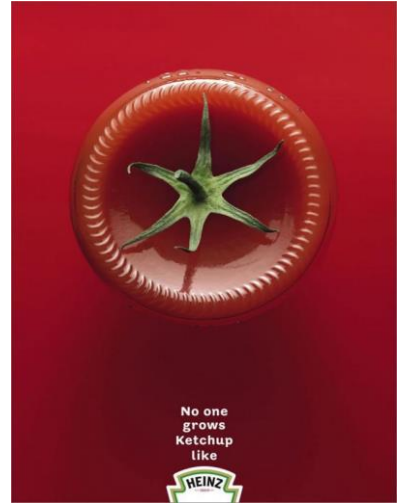
● الأسلوب الرمزي (Symbolic)

الرمزية لها معانٍ متعددة ، قد تعنى التعبير عن فكرة بعلامات بسيطة مميزة ، أى تجسيدها فى جسم رمزى له معان مرتبط بها عند الناس ، فالخير قد يرمز له بسنبلة القمح أو شجرة زيتون ، والشر قد يرمز له بوجه الشيطان . والأسلوب الرمزي فى التصميم هو توظيف الشكل أو الحرف أو اللون لينقل فكرة أو مفهوم ، ونقل الرسالة للمتلقى بتلك الطريقة فى أكثر وسائل الأتصال حيوية ، اذ تنشط تلك الوسيلة ذهن المتلقى بالتفكير المتواصل لكى يدرك ما يرمى اليه الرمز ، وأثناء تفكير المتلقى فى مضمون الرمز قد تطرأ عليه تفسيرات خاطئة ، كلما قرب من ذهن المتلقى ، وبالتالي زاد احتمال وجود فهم صحيح للرمز ، مما ينتج عنه سرعة تجارب المتلقى مع فكرة تصميم الإعلان الالكتروني . (محمود البسيونى1980 ، ص 117)

ولنجاح الرمزية فى التصميم يجب ان يكون لدى المصمم الخبرة الواسعة والمقدرة التقنية على ترجمة المعلومات الى لغة بصرية يفهمها المتلقى بمختلف مستوياته الفكرية والثقافية . كما فى الشكل رقم (2-13) الشكل رقم (2-14)



الشكل رقم (2-14)



الشكل رقم (2-13)

● الأسلوب التجريدى :

التجريد فى تصميم الإعلان الالكتروني هو احداث اسقاطات فى مكونات الشكل بغرض احداث بعض التأثير ولنقل الأفكار عن طريق حد أدنى من التفاصيل .استخدام الأشكال التجريدية فى البناء التصميمي للإعلان الالكتروني يجعله يحمل مفهوم محدد يعبر عن بعض المحتويات الشعورية من خلال التكرار والتوازن واختلاف المساحات والمواقع عنصر واحد مما يوحي بالتوالد ، والأسلوب التجريدى فى التصميم الإعلان الالكتروني هو الذى يهمل كل المظاهر الطبيعية للأشياء اهمالاً مطلقاً ويتجنب جميع عناصر المحاكاة وتحويل الأشياء الى انظمة ايقاعية وتوافقية فى خطوط وأشكال ومساحات وملامس ، ومن المعالجات التجريدية ، الكاريكاتير الذى يحور العالم الحقيقى من أجل التوجيه والنقد ، ويمكن استيعاب فكرة الرسم الكاريكاتيرى للأخرين بوضوح عندما يكون المشاهدون على درايه بالأفكار التى يهدف الكاريكاتير الى نقلها . (محمود البسيونى1980 ، ص 125) كما فى الشكل رقم (2-15) والشكل رقم (2-16)



الشكل رقم (2-16)

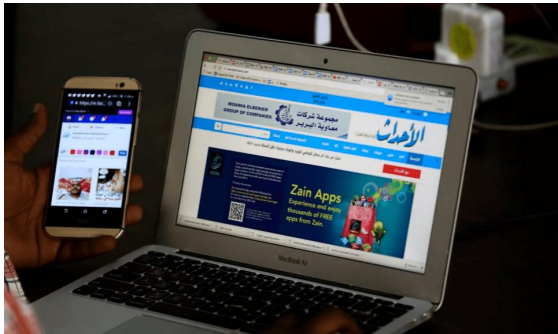


الشكل رقم (2-15)

16|2| الأسس النفسية :

1/ الإتجاه للإعلان الإلكتروني :

يأمل الإنسان العادي لأن يكون على علم بكل شيء فهو يترقب الأخبار لأنها ترضي فيه حب الإستطلاع ولأنه في حاجة إليها ولاشك أن الحياة الحديثه قد أرضته بل فاق رضاه عنها الحدود وعلى الرغم من هذا فقد تعود الإنسان الإعلان المستمر الذي يشمل كل الموضوعات وهي الإعلانات الالكترونية الموجودة في كل وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية عبر شبكة الإنترنت . (ويكيبيديا 6 s - 2019-2-19 ظهرأ www.wikipedia) كما في الشكل رقم (2-19) و الشكل رقم (2-20) .



الشكل (2-20)



(2-19) (من تصميم الباحث)

2/ الحاجة للتأكيد :

إن وسائل الترغيب متعددة فأن كان الإنسان في حاجة إلى منتج وتوصل الى قناعة تامة عبر الاعلان الالكتروني الجاذب، فإنه لا يتردد في شراء الصنف الذي ألح به الإعلان الإلكتروني . كما في الشكل رقم (2-21) و الشكل رقم (2-22) .



الشكل رقم (22-2)



الشكل رقم (21-2)

3/ الرغبة في الإقتناء :

هي الرغبة الحقيقية في الإقتناء للمنتج ذلك أنها الرغبة في التمتع بالشيء المشتبه أكثر منها الرغبة في إحرازه شخصيا ولايكتف الاعلان الالكتروني الذي يستغل مباشرة الرغبة في الإقتناء عن إقتناع الناس في أماكنهم إقتناء هذا الشيء أو ذلك ، كما في الشكل رقم (25-2) والشكل رقم (26-2) .

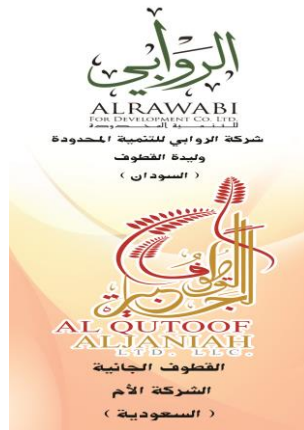


والشكل رقم (26-2)



الشكل رقم (25-2) (من تصميم الاستاذة تسنيم فضل)

4/ الميول المادية : الأمل في حياة أفضل ، يتطلع الإنسان إلى السعادة أو على الأقل إلى اللذة و الاعلانات الإلكترونية التي تستغل هذا الميل الفطري كثيرة جداً وهي تعرض خدمة لسلعه محددة وتبرز سعادة الحياة . كما في الشكل رقم (27) والشكل رقم (28-2) .



الشكل رقم (27-2) (من تصميم الباحث) الشكل رقم (28-2) (من تصميم الباحث)

5/ الإقتصاد :

تعتمد مصانع الشامبو مثلا على حب الإقتصاد فهي تدعي دائما أن أوفر من الصابون العادي وأن يضع نقط منها كافية لعمل رغوة تنظف الشعر كذلك مصانع معاجين الأسنان تحاول أن تقنع المستهلك بأنه إذا إستعملها إنتصر كثيراً وهذا يوضحه الاعلان الإلكتروني الذي يحمل في طياته الصورة والكتابة الإرشادية . كما في الشكل رقم (29-2) والشكل رقم (30-2) .



الشكل رقم (30-2)

الشكل رقم (29-2)

6/ غريزة البحث عن الطعام :

يلجأ إليها المصمم عندما يريد سلعه تؤكل فيقوم بتصوير الطعام موضع الإعلان بالألوان ليسيل لعاب القارئ أو المشاهد . كما في الشكل رقم (35-2) والشكل رقم (36-2) .



الشكل رقم (2-36) .

الشكل رقم (2-35)

إجراءات الدراسة الميدانية:

مجتمع وعينة الدراسة:

يصف عبيدات وآخرون مجتمع الدراسة بأنه (جميع الأفراد أوالأشخاص أو الأشياء الذين يكونوا موضوع مشكلة البحث) (عبيدات ،2003م ،ص223).

ويتكون مجتمع هذه الدراسة من أساتذة كلية الفنون الجميلة و التطبيقية جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وكان عددهم (25) أستاذ و أساتذة وكلية الفنون والتصميم جامعة المستقبل – الخرطوم وكان عددهم (5) أساتذة ليصبح العدد الكلي (30) أستاذ . كما قام الباحث بإجراء مقابلة (10) منهم .

الثبات والصدق الإحصائي:

يقصد بثبات الاختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة. ويعني الثبات أيضاً أنه إذا ما طبق اختبار ما على مجموعة من الأفراد وصدت درجات كل منهم، ثم أعيد تطبيق الاختبار نفسه على المجموعة نفسها وتم الحصول على الدرجات نفسها يكون الاختبار ثابتاً تماماً. كما يعرف الثبات أيضاً بأنه مدى الدقة والاتساق للقياسات التي يتم الحصول عليها مما يقيسه الاختبار .

أما الصدق فهو مقياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين، ويحسب الصدق بطرق عديدة أسهلها كونه يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات. وتتراوح قيمة كل من الصدق والثبات بين الصفر والواحد الصحيح. ومقياس الصدق هو معرفة صلاحية الأداة لقياس ما وضعت له . (عبد الله عبد الدائم .1984،ص335) قام الباحث بإيجاد الصدق الذاتي لها إحصائياً باستخدام معادلة الصدق الذاتي هي:

وقام الباحث بحساب معامل ثبات المقياس المستخدم في الاستبيان بطريقة التجزئة النصفية حيث تقوم هذه الطريقة على أساس فصل إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات ذات الأرقام الفردية عن إجاباتهم على العبارات ذات الأرقام الزوجية، ومن ثم يحسب معامل ارتباط بيرسون بين إجاباتهم على العبارات الفردية والزوجية

يمثل معامل ارتباط بيرسون بين الإجابات على العبارات ذات الأرقام الفردية والإجابات على العبارات ذات الأرقام الزوجية. أعلاه قام الباحث بأخذ عينة استطلاعية بحجم (10) فرداً من مجتمع الدراسة وتم حساب ثبات الاستبيان من العينة الاستطلاعية بموجب طريقة التجزئة النصفية وكانت النتائج كما يلي :

يتضح أن جميع معاملات الثبات والصدق لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية على العبارات المتعلقة بكل فرضية من فرضيات الدراسة، وعلى الاستبيان كاملاً كانت أكبر من (50%) والبعض منها قريبة جداً إلى (100%) مما يدل على أن استبيان الدراسة تتصف بالثبات والصدق الكبيرين جداً بما يحقق أغراض البحث، ويجعل التحليل الإحصائي سليماً ومقبولاً.

تطبيق أداة الدراسة:

يقصد بثبات الاختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة. ويعني الثبات أيضاً أنه إذا ما طبق اختبار ما على مجموعة من الأفراد ورصدت درجات كل منهم، ثم أعيد تطبيق الاختبار نفسه على المجموعة نفسها وتم الحصول على الدرجات نفسها يكون الاختبار ثابتاً تماماً. كما يعرف الثبات أيضاً بأنه مدى الدقة والاتساق للقياسات التي يتم الحصول عليها مما يقيسه الاختبار.

1- عبارات الفرضية الأولى:.....

العبرة الأولى: الاساليب الفنية القرافيكية الإلكترونية ذات مستوى فني عال .

عرض ومناقشة نتائج الفرضية الأولى:

نجد أن حصلت هذه الفرضية على نسبة (60.0%) بمقابل 18 فرداً من عينة الدراسة هدف وضع هذه الفرضية إلى بيان أن عينة الدراسة يوافقون تماماً على أن اسئلة (الاساليب الفنية القرافيكية الإلكترونية تتيح مجالاً أوسع للمصمم مع توفير التكلفة والطاقة والزمن .) حققت نتيجة أغلب الأساليب الفنية القرافيكية الإلكترونية تؤدي إلى إنجاح العمل الفني. كما تؤدي الغرض الفني والرسالي والدعائي .

الهدف. وللتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعة، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً.

عبارات الفرضية الثانية:

العبرة الأولى: أكثر طرق نجاحه في تقديم خدمات الاعلان التجارية بواسطة الانترنت عبر التصميم الإلكتروني الجيد.

عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية من فرضيات الدراسة على الآتي:

نجد أن حصلت هذه الفرضية على نسبة (60.0%) بمقابل 18 فرداً من عينة الدراسة هدف وضع هذه الفرضية إلى بيان أن عينة الدراسة يوافقون تماماً على أن اسئلة (القيم الإبداعية للتصميم في مجال الإتصال الإلكتروني ذات فعالية عالية في ابراز الفكرة والمعلومة) حققت أغلب الأساليب الفنية القيمة الإبداعية للتصميم الإلكتروني التجاري وهي المحرك

الأساسي لأعلى مستويات المهارة في تقديم الخدمات والمنتجات. كما حقق العرض الغرض الفني والإبداعي والرسالي للتصميم الإلكتروني في السودان .

3- عبارات الفرضية الثالثة:

العبرة الأولى: التصميم الإلكتروني التجاري الحديث أكثر رواجاً .

عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثالثة:

وجد أن حصلت هذه الفرضية على نسبة (46.7%) بمقابل 14 فرداً من عينة الدراسة هدف وضع هذه الفرضية إلى بيان أن عينة الدراسة يوافقون تماماً على أن اسئلة (يلعب التصميم الإلكتروني دوراً هاماً في التأثير الإيجابي لسلوك الناس في إيصال المعلومة بسهولة ويسر .) وضع هذه الفرضية إلى بيان أن حققت الهدف ، التصميم الإلكتروني التجاري الحديث يثير اهتمام الفرد ويوجه سلوكه. ولتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى

4- عبارات الفرضية الرابعة :

العبرة الأولى: التصميم الإلكتروني التجاري يجب أن يحمل أفكاراً واضحة ..

عرض ومناقشة نتائج الفرضية الرابعة:

وجد أن حصلت هذه الفرضية على نسبة (60.0%) بمقابل 18 فرداً من عينة الدراسة هدف وضع هذه الفرضية إلى بيان أن عينة الدراسة يوافقون تماماً على أن اسئلة (أسس وأساليب التصميم الإلكتروني) حققت نتيجة أغلب الأساليب الفنية الإبداعية وطرق العرض لا تؤدي الغرض الفني والرسالي للملصق في السودان .

الهدف. ولتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعة، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً.

أهم نتائج الدراسة:

1/ ثبت من إجابات المفحوصين أن القيم الإبداعية في مجال الإتصال الإلكتروني ذات فعالية عالية في إبراز الفكرة والمعلومة .

2/ تحقق الأساليب الفنية الجرافيكية توفير التكلفة والطاقة والزمن .

3/ التصميم الإلكتروني يلعب دوراً هاماً في التأثير الإيجابي لتعديل السلوك بسهولة إستيعابه .

4/ يجب توفير القيم والمعايير في التصميم المرئي لضمان وصول الرسالة بوضوح وسهولة .

التوصيات :

1/ الإهتمام بالأساليب والطرق الحديثة في التصميم ومواكبة المستحدثات والأدوات والبرمجيات التي تحتوي على تصورات هائلة في معالجة وتحسين إخراج العمل الفني الإلكتروني .

2/ التحقق من القيم الفنية الإنتاجية من حيث الأسلوب لضمان نجاح العمل وإدراك الكسب المادي للمؤسسة.

- 3/ الإهتمام بتأكيد الرسالة الإيجابية وتوخي الحذر من إستخدام رموز وإشارات سالبة .
4/ تحديد قيم فنية جمالية وموضوعية تحكم شكل وإسلوب تنفيذ التصميم المرئي .

الدراسات المقترحة :

البحوث المقترحة:

- 1/ القيم الإبداعية والوظيفية لتصميم الإعلانات الإلكترونية التسويقية على الشبكة الدولية؟
2/ الأسس والمعايير العالمية لإدارة المواقع الإلكترونية للمؤسسات التجارية ؟
3/ دورالتصميم الإلكتروني في تحسين المواقع الإلكترونية و إنجاز المؤسسات التجارية .
4/ الإستخدام الأمثل لإدارة المواقع الإلكترونية على ليسر التصفح والوصول الى المحتوى والمضمون .
5/ ما مدى التأثير الإيجابي لإستخدام واجهات ناجحة على مواقع الشركات والمؤسسات التجارية التسويقية عبر شبكة الإنترنت في زيادة حجم المبيعات؟
6/ ما مدى تأثير الفنون الرقمية و الخيال العلمي فى تنمية الجوانب الابتكارية والإبداعية في تصميم المواقع الإلكترونية التجارية .

خلاصة:

بعد عرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من الجانب الميداني و التعليق عليها ، توصل الباحث من خلال هذا الفصل الى ان القيم الإبداعية للتصميم في مجال الإتصال المرئي الرقمي في السودان (المجال التجاري) ذات فعالية عالية في ابراز الفكرة والمعلومة ، كما تعتمد كبرى الشركات والمؤسسات على الاعلان الالكتروني في مجال تسويق خدماتها، وهذا مايدل على ان للإعلان فعالية وإقبال كبير من طرف جمهور المؤسسات والشركات ؛ فهو يتميز بالتفاعل والوصول الى اكبر عدد ممكن من الجماهير ، وهذا ما يؤدي الى نجاح النشاط التسويقي عبر شبكة الإنترنت .

خاتمة :

ثبت أن التطور الكبير الذي شهدته تكنولوجيا المعلومات والاتصال المرئي الرقمي في السودان (المجال التجاري) في ظهور مجتمع جديد جل إهتمامه في مواكبة مستجدات العولمة والتطور التقني كما إتسم ذلك المجتمع بالتواصل التفاعلي الدائم عن طريق الوسائط المعلوماتية المختلفة والإعلانات الإلكترونية الجذابة التي تدهش المتلقي من الوهلة الأولى و التي منحت لمستخدميها فرصة لتغيير أنماط حياتهم الى الافضل وكل ما هو جديد ويتماشى مع اسلوب الحياة الراقي .
إذ نجد أن وضعت بين أيديهم آليات تعامل جديدة حولت جل نشاطاتهم نحو الممارسات الرقمية وإستكشاف عالم الموضة والمواكبة العصرية . فظهر التبادل التجاري والعديد من التطبيقات لتواصل أداء سياستها التسويقية والتخطيط لبرامجها الإعلانية ، فالإعلان الإلكتروني يعتبر كوسيلة حديثة العهد و يشكل نقلة نوعية في مجال العالم الإقتراضي المرئي الرقمي في السودان إذ أن تحتاج الفكرة والمعلومة الإلكترونية الى تصميم فني ذو قيم فنية ابداعية ، فلقد إهتم المصمم السوداني بهذا النهج وأبدع في ذلك خاصة في المجال التجاري فهو يمتاز بالتفاعلية حيث إعتد عليه مختلف المؤسسات والشركات للترويج عن منتجاتها و خدماتها وذلك لتحقيق أكبر قدر من الارباح المادية ونجاح المؤسسة ، فالإعلان الإلكتروني مظهر من مظاهر العصرية والجدب نحو آفاق رغبة وكسب مادي ينهض بالمؤسسات والشركات والاماكن التجارية التي وجدت الأثر الطيب في الإعلان الألكتروني .

المراجع والمصادر :

المراجع العربية:

1. عبد المنعم أحمد البشير. 2007م، مداخل في التدوق والنقد الفني ، مكتبة الخبتي للنشر والتوزيع.
2. عبيدات، محمد. 2012م. سلوك المستهلك مدخل استراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان/الأردن.
3. محسن عطية. 2005م . مفاهيم فى الفن والجمال ، الناشر عالم الكتب جمهورية مصر العربية، القاهرة، ط1.
4. زكريا ابراهيم 1959م. مشكلة الفن ، مكتبة النصر ، القاهرة، ط1.
5. ياسر سهيل. 2012م. التصميم كما يجب ان يكون، جمهورية مصر العربية، القاهرة، ط1.
6. محمود البسيوني. 1980م. ، اسرار الفن التشكيلي الناشر عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع ، ط1
7. رفائيل غونزalez ويول وينترز، 1992م. معالجة الصور الرقمية المجلد 06، حسن الأمين، دار التعارف ، ط1 المركز العربي .
8. علي قاسم حسن العبيدي، جاسم عيدان براك المعموري - جليل كاظم مدلول العارضي، 2011م اثر استخدام التجارة الالكترونية في تخفيض التكاليف التسويقية - دراسة تطبيقية في شركة زين للاتصالات - كلية الادارة والاقتصاد - جامعة كربلاء - جامعة الكوفة).
9. عبد الله عبد الدائم (1984م): التربية التجريبية والبحث التربوي، بيروت، دار العلم للملايين، ط2،
ثانياً: المجالات والدوريات والموسوعات العلمية :

1/ مجلة العلوم الانسانية/ سبتمبر 2013 م عمادة البحث العلمي (قراءات في تاريخ الإعلان التجاري والسياسي في حياة المجتمع السوداني) رريدة مبارك أحمد صالح*جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الفنون الجميلة والتطبيقية - قسم التصميم الإيضاحي.

2/ امال حليم الصراف، (2006م) موجز فى علم الجمال . الأردن. مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع ط1

3/ عبد الله عبد الدائم (1984م): التربية التجريبية والبحث التربوي، بيروت، دار العلم للملايين، ط2، .

4/ نظام موسى سويدان، شفيق إبراهيم حداد(2013 م) مفاهيم أساسية حول التسويق، مفاهيم أساسية حول

السياحة، التسويق السياحي عمان، الأردن ، دار الحامد. دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1

5/ شاكر تركي أمين ، مبادئ فى التسويق الالكتروني .(2013 م) . جامعة الملك عبدالعزيز

ثالثاً : الرسائل والأوراق العلمية :

1/ حسين جمعان . 2009م. الأسلوبية والأصالة في أعمال الفنان إبراهيم محمد الصلحي رسالة دكتوراه في الفنون كلية

الفنون والموسيقى والدراما جامعة جوبا ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية الدراسات العليا.

2/ خليل أبكر موسى . 2006م، استخدامات الحاسوب في التصميم الطباعي ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة

السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية الدراسات العليا.

3/ خالد محمد على . 2007م. المعالجة البصرية للرموز والعلامات المرئية بالحاسوب، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة

السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية الدراسات العليا.

رابعاً المقابلات:

1- خالد محمد علي عبد النور. 2019م. مقابلة، كلية الفنون الجميلة والتطبيقية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الاثنين، 2019/4/8م، الساعة الواحدة والنصف ظهراً.

خامساً : المراجع الأجنبية :

- 1) media and database marketing. International Journal of Advertising, 22, pp. 93–115
- 2) Graphic Communication – جون لوك كتاب الاتصال بواسطة التصميم
Ahmed S Ahmed / Abu Salem / E-Commerce & E-Marketing 2010 e-commerce22
- 3) Schiffman, Leon .G. and Kanuk, Leslie.L, (2009) Consumer Behavior,
- 4) 10thed), Prentice Hall, pp.8–9,175.
- 5) Peltier, J.W., Schibrowsky, John A. and Schultz, Don E. (2003),
- 6) Vellera, Cyrielle and Marie–Laur,G.(2012), Is mental imagery ability an element for identifying creative consumers. Unité Mixte de Recherche CNRS / Université Pierre Mendès France Grenoble Cahier De Recherche n°E3 2.pp 1–14.
- 7) Interactive integrated marketing communication:combining the power of IMC, the new

سادساً: الشبكة العنكبوتية الإنترنت :

- 1) مدونة AT للدعاية والاعلان <http://www.at4adv.com/ar/our-blog>
- 2) <https://bc065.k12.sd.us/Multimedia/Introduction%20to%20Multimedia/History%20of%20Multimedia.pdf>
- 3) <https://bc065.k12.sd.us/Multimedia/Introduction%20to%20Multimedia/History%20of%20Multimedia.pdf>
- 4) <http://www.gate2eight.com/informations/Types-web-sites>
- 4) http://e-commerce20.blogspot.com/2010/10/blog-post_15.html