

ملخص البحث

ركزت الدراسة الموسومة "وظائفية تصميم الاعلانات البيئية في المدينة الحديثة" على موضوع الوظائفية التي عنيت بتحقيق السمات النفعية والجمالية والتعبيرية والتي ادت دورها في ابراز القيم الشكلية ولإحتياج العالم لهذا النوع من الاعلانات من أجل الترويج عن سلع في وقت أصبحت فيه السلعة جزءاً من الفن إذ تم امتزاج استخدام المطبوعات مع الخامات المتنوعة وأضيفت مواد ذات تقنية عالية ومواد صناعية كي تحسن انجاز الاعلانات وكان للتطور التكنولوجي أثره على تطور الاعلانات والتي تظهر في اماكن عرض مختلفة وكذلك بطرائق عرض مختلفة، وكانت مشكلة البحث تتجلى في التساؤل الآتي:

ماهي الوظائفية في تصميم الإعلان البيئي في المدينة الحديثة؟

وتتجلى أهمية الدراسة في تعزيز الجانب الثقافي والنفعي والجمالي للبيئة في المدينة الحديثة وامكانية إسهام البحث في إفادة الأشخاص العاملين في مجال الاعلان استخدام تصاميم مستوحاة من البيئة وامكانية إفادة الطلبة والمصممين كذلك في زيادة وعيهم الثقافي فيما يخص الاعلانات وقد كان هدف البحث هو التعرف على وظائفية تصميم الاعلانات البيئية في المدينة الحديثة، إذ اشتملت حدود الدراسة موضوعياً: وظائفية تصميم الاعلانات البيئية في المدينة الحديثة لمدن أمريكية ثلاث وهي مدينة "نيويورك" ومدينة "لوس انجيلوس" ومدينة "دالاس" كونها من المدن الحديثة والرائدة في هذه الاعلانات وللعامين ٢٠١٦ و ٢٠١٧ وقد تكونت الدراسة من اربعة فصول تضمن الفصل الاول منها مشكلة البحث وأهميته وأهدافه وحدوده وتحديد المصطلحات، أما الفصل الثاني فقد مثل الإطار النظري والدراسات السابقة واشتمل على ثلاثة مباحث جاء المبحث الاول تحت عنوان: الوظائفية في تصميم الإعلانات البيئية، في الوقت الذي عني المبحث الثاني بموضوعه: تصميم الاعلانات البيئية في المدينة الحديثة اما المبحث الثالث فقد تناول موضوعه:

اتجاهات فنون ما بعد الحداثة وانعكاساتها الوظائفية في تصميم الاعلانات البيئية في المدينة الحديثة.

أما الفصل الثالث فقد اشتمل على إجراءات البحث ومنهجيته، إذ اعتمد المنهج الوصفي في عملية وصف وتحليل العينات والتي مثلت نسبة (٢٥%) من مجتمع البحث الذي صنف الى ثلاث مناطق مدينة نيويورك وعددها (٥) عينات ومدينة لوس انجيلوس وعددها (٤) عينات ومدينة دالاس وعددها (٥) عينات والبالغ عددها (١٤) عينة من الاعلانات البيئية وهي العينات المتاحة والتي أوجدتها الباحثة، وقد إعتمدت الباحثة من مؤشرات كانت محصلة المصادر والمراجع العربية والاجنبية التي اطلعت عليها الباحثة فضلاً عن بعض المواقع الالكترونية التي نشرت فيها دراسات ومقالات، في حين تضمن الفصل الثالث وصف وتحليل العينة بنماذجها الاربعة عشر وبحسب استمارة محاور التحليل التي وضعتها الباحثة.

أما نتائج البحث واستنتاجاته فقد احتواها الفصل الرابع بين طياته ومن أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة هي التلازم بين تصميم الشكل والوظيفة ، إذ حققت الاعلانات البيئية تلبية حاجات ضرورية على الرغم من تجسيد بعض المفردات كما هي في الحقيقة كالعينات (٤)(٥)(٦)(٧)(٩)(١٠) وقد أدت تلك الاعلانات في العينات السابقة الذكر وظائفها النفعية والخدمية وأيضاً الجمالية والتعبيرية وفيها تكامل الشكل مع المضمون نتيجة التجسيد الدقيق للمفردات المستخدمة في تلك الاعلانات البيئية، وأيضاً من أهم النتائج : تحققت وظيفة التذكير بجودة نوع المنتج المعطن عنه في جميع عينات التحليل ولكن وظيفة الارشاد والتعليم لم تتحقق إلا في الاعلانات البيئية في العينات (١)(٨)(٩)(١٠)(١١) نتيجة طرح موضوع الاعلان البيئي بطريقة تتسم بالدقة وكونها غير تقليدية وبحسب البحث هنالك وظائف تحققت كالوظيفة النفعية والخدمية والجمالية والتزيينية إلا أن هنالك قصوراً في الوظيفة الرمزية والوظيفة التعبيرية وذلك بسبب كونها اعلانات بيئية تم طرح فكرتها بطريقة بعيدة عن الغموض ومباشرة، وقد اختتم البحث بالتوصيات والمقترحات ومن ثم الملاحق والمصادر باللغتين العربية والاجنبية.