

الذكاء الإجتماعى فى تصميم الإعلان و تأثيره على المتلقى

كريمان حمدى الشال أ.د: نجوى يحيى العدوى أ.د: مصطفى حسين كمال

مساعد هيئة تدريس -المعهد العالى للفنون التطبيقية- السادس من اكتوبر- مصر
أستاذ التصميم - قسم إعلان- كلية الفنون التطبيقية- جامعة حلوان- مصر
أستاذ التصميم - قسم إعلان- كلية الفنون التطبيقية- جامعة حلوان- مصر

Submit Date: 2020-05-17 10:15:47 | Revise Date: 2021-04-25 13:59:48 | Accept Date: 2021-05-17 00:35:10

DOI: 10.21608/jdsaa.2021.30300.1049

مستخلص البحث:-

التصميم يعمل على مبدأ الإتصال و التواصل منها ما هو توعية و إرشاد أو ترويج من خلال تخصصات الفنون التطبيقية مثل (إعلان، ديكور، زجاج،تصميم صناعى) من خلال قدرة التصميم على الجذب، والتأثير اعتمادا على تسهيله لعمية إيصال معلومة مفهومة و واضحة لكل طبقات المجتمع. وهنا يأتى دور المصمم فى فهمه الجيد للمجتمع و قيم المجتمع و هذاما يجب على المصمم أخذه فى الإعتبار عند التصميم أن يتم التصميم فى ضوء المعايير السليمة و قيم المجتمع الثقافية و الإجتماعية و الأخلاقية. وهذا ما يطلق عليه (الذكاء الإجتماعى) لدى المصمم لفهمه وإدراكه للمجتمع و مراعاته للحالة النفسية للمتلقى .و الذكاء الإجتماعى نظرية تم تحديدها فى (نظرية الذكاءات المتعددة). و تم تعريف الذكاء الإجتماعى أن له القدرة على تذكر المعلومات أو تجهيزها و إستدعائها من أشخاص اخرين فيما يتعلق بمداركهم و أفكارهم و مشاعرهم و إجاباتهم و سماتهم الشخصية.وهى قدرة لها أهمية قصوى عند أولئك الذين يتعاملون مباشرة مع الآخرين مثل المدرسين و مصممي الإعلان. من هنا جاءت مشكلة البحث : تكمن مشكلة البحث فى الإجابة على التساؤلات الآتية:-هل الذكاء الإجتماعى له دور فى تصميم الإعلان؟
-هل يمكن الوصول لإتجاهات جديدة فى تصميم الإعلان عن طريق فهم الذكاء الإجتماعى؟

الكلمات المفتاحية:-

(نظرية الذكاء الإجتماعى- الذكاء العاطفى-
الحالة النفسية للمتلقى).
Social Intelligence Theory, Emotional Smartness, The psychological State of the Recipient

المقدمة

عند تحقيق مفهوم الذكاء الإجتماعى فى تصميم الإعلان يساعد فى نجاح الإعلان لأن المصمم فهم خصائص كل طبقات المجتمع هذا ما يطلق عليه (الذكاء الإجتماعى) لدى المصمم لفهمه و إدراكه للمجتمع و مراعاته للحالة النفسية للمتلقى. و هذا ما يجب على المصمم أخذه فى الإعتبار عند التصميم أن يتم التصميم فى ضوء المعايير السليمة و قيم المجتمع الثقافية و الإجتماعية و الأخلاقية.

أهداف البحث

يهدف البحث إلى:

- 1- التأكد من وجود علاقة بين الذكاء الإجتماعى و تصميم الإعلان.
- 2- التأكيد على مراعاة الحالة النفسية للمتلقى.

أهمية البحث :

ترجع أهمية البحث إلى :

- 1- التأكد من دور الذكاء الإجتماعى فى تصميم الإعلان.
 - 2- تطبيق مفهوم الذكاء الإجتماعى للحصول على علاقة ناجحة بين المصمم و المتلقى.
- ## منهجية البحث :
- المنهج الوصفى لإعلانات تخص قضايا المجتمع.

نشأة الذكاء الإجتماعى:

« فى أربعينيات القرن العشرين كان مفهوم الذكاء الإجتماعى يندرج تحت مفهوم الإدراك الإجتماعى . هذا ما أكده تايلور إذ أشار أن مفهوم الإدراك الإجتماعى ينطوى على ثلاث مهارات هى: 1-1- القدرة على التمييز بين الحالات النفسية للأفراد. 1-2- القدرة على التنبؤ بالمواقف الإجتماعية.

و فى خمسينيات القرن كان الإهتمام بالذكاء الإجتماعى ضعيف، و فى ستينيات القرن العشرين إهتم (جيلفورد و زملائه) بالذكاء الإجتماعى و توصلوا إلى عدد من القدرات تنتمى إلى ما يسمى بالمحتوى السلوكى، إذ ذكر أن الذكاء الإجتماعى هو القدرة على تذكر و تجهيز المعلومات لدى الأفراد فيما يتعلق بمدرجاتهم، أفكارهم، و مشاعرهم. و تميزت فترة السبعينيات من القرن العشرين بالنظر إلى الذكاء الإجتماعى أنه تكوين متميز فى الذكاء العام. و فى فترة الثمانينيات من القرن العشرين ظهر التوجه الحديث نحو بحوث الذكاء الإجتماعى و نظرياته إذ ظهرت المفاهيم المتعددة للذكاء الإجتماعى و التى تنطوى على المدركات الداخلية و الخارجية ، الظروف البيئية، و المهارات الإجتماعية . إذ أن مفهوم الذكاء الإجتماعى عاد للظهور فى الوقت الحاضر بعد غيابه زادت عن نصف قرن». (عبد اللطيف، 1991، 30)

مفهوم الذكاء الإجتماعى:

«مجموعة من القابليات التى تنطوى على العادات و المفاهيم الإجتماعية و التعامل مع البيئة بنجاح». (كتفى، 2015، 33) «القدرة على إدراك الحالات المزاجية للآخرين و إدراك توجهاتهم و دوافعهم و مشاعرهم». (رهبينو، 2012، 12) . «و قبل ذلك كانت بداية الإهتمام بهذا النوع من الذكاء على يد ثورناديك 1920 (عالم نفس أمريكى) عندما أشار إلى وجود مظهر من مظاهر الشخصية ، يتميز عن ما هو متعارف عليه من صور

الذكاء العلمى ، أو الذكاء المجرى ، أطلق عليه اسم الذكاء الإجتماعى فقد أكد على هذا المفهوم فى تقسيمه الثلاثى للذكاء يتلخص فيما يلى: 1-1- الذكاء الميكانيكى: كما يبدو فى المهارات العلمية اليدوية الميكانيكية. 2-1- الذكاء المعنوى: كما يبدو فى القدرة على فهم و إستخدام الرموز و المعانى المجرىة.

1-3- الذكاء الإجتماعى: كما يبدو فى القدرة على فهم الناس و التفاعل معهم» (السيد، 1994، 183).

قد أعلن (جان جاك روسو) * (كاتب و أديب فرنسى) منذ القرن الثامن عشر فى كتابه الكلاسيكى عن التعلم. عن طريق مخاطبة جميع ذكاءاتهم المتعددة. فيمكنهم مخاطبة أصحاب كل ذكاء بالطريقة التى تناسبهم . و حدد (نواحي التفكير) الخاصة بكل أنواع الذكاءات.

1-1- مثل (الذكاء اللغوى): عن طريق المحاضرات و الكتب و المناقشات الجماعية.

1-2- (الذكاء الجسمى الحركى): عن طريق الحركات الإبداعية و التقليدي

1-3- (الذكاء المنطقى الرياضى): عن طريق مسائل الرياضيات البراهين العلمية.

1-4- (الذكاء الموسيقى الإيقاعى): الألحان و الإيقاعات و النغمات.

1-5- (الذكاء الشخصى الداخلى): التعمق داخل النفس.

1-6- (الذكاء الإجتماعى): هو التفاعل مع أفكار الآخرين.

- و التفاعل مع أفكار الآخرين له أهمية كبيرة للمصمم.

«و تم تعريف الذكاء الإجتماعى أن له القدرة على تذكر المعلومات أو تجهيزها و إستدعائها من أشخاص آخرين فيما يتعلق بمداركهم و أفكارهم و مشاعرهم و إتجاهاتهم و سماتهم الشخصية. و هى قدرة لها أهمية قصوى عند أولئك الذين يتعاملون مباشرة مع الآخرين مثل المعلمين و الأطباء و مصممي الإعلان». (social intelligence principles) (can master، 2017،) و هذا هو أساس البحث كيف يمكن للمصمم. إستخدام الذكاء الإجتماعى لتوصيل فكرته و الهدف من الإعلان و كيف تأثر الإعلان بمفهوم و خصائص و نظريات الذكاء الإجتماعى.

مفهوم الإعلان:

«هو الجهود غير الشخصية و التى يدفع عنها مقابل لعرض بعض الأفكار أو السلع أو الخدمات و ترويجها بواسطة شخص معين» (تعريف لجنة التعاريف التابعة لجمعية التسويق الأمريكية، 20). تعريف آخر بالجمع بين عنصرى الإخبار و التأثير فى الإعلان» (الحديدي، 1987، 33) .

«إن المتلقى أو المستهلك عموما هو محور و أساس المجتمع فلا يمكن لشركة أن تنجح أو تستمر لولم يشترى المستهلك ذلك الإنتاج» (السلمى، 1978، 78) و من هنا هناك إتجاهين لدراسة سلوك المستهلك و هما:

1-1- الإتجاه الإقتصادى:

«إختلف آراء الخبراء و الباحثين حول أهمية التحليل الإقتصادى لسلوك المستهلك كأساس الدراسة . إن الإقتصاد لا يهتم بدراسة سلوك الأفراد قدر إهتمامه ببناء نظرية تقوم على فكرة الإنتفاع و غيرها من (المفاهيم الإقتصادية». (Lazar، 1966، p 49)

1-2- الإتجاه السلوكى لدراسة سلوك المستهلك:

يقترح هذا الإتجاه أن سلوك الفرد ينتج عن التفاعل بين عاملين أساسيين هما: 1- الفرد ذاته.

2- البيئة و الظروف المحيطة.

أهم العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك:

« أنماط التفكير»

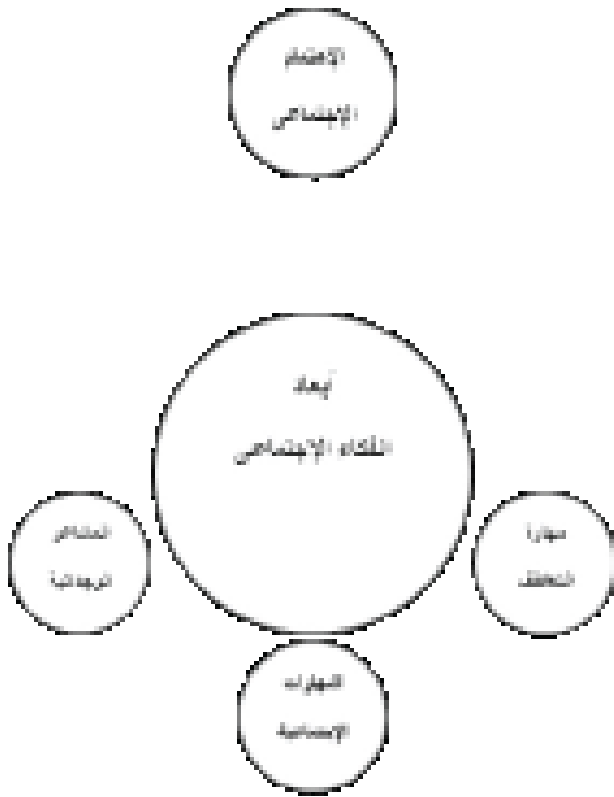
١-٣- النظرية المعرفية الإجتماعية: أعطى باندورا عالم نفس أمريكي إهتماماً بالغاً للنظرة الإجتماعية من خلال إهتمامه بدراسة الفرد في تفاعله مع الآخرين من خلال علاقاته الإجتماعية و مدى فهمه للآخرين يصبح لديه سياق إجتماعي .

(http://najrannow.com, ٧-٢٠٢٠)

« لذا فإن السياق الإجتماعي له أهمية بارزة من خلال إظهار فعالية المعايير الإجتماعية، فضلا أن المؤثرات البيئية تلعب دورا كبيرا في إتجاهات الفرد، من خلال السياق الإجتماعي نفهم توجهات و أفكار المجتمع و ينشئ هذ السياق و يتكون ابتداء عبر الأفكار الموروثة على شكل الأعراف و التقاليد.»

(http://najrannow)

«أبعاد الذكاء الإجتماعي»: (أبو عشمه، ٢٠١٣، ٣٥)



1-1 الإهتمام الإجتماعي: يشير إلى مستوى ميول و إهتمامات الأفراد داخل أي مجموعة بشرية، وإستخدام مهارات التفاعل الكفاء مع الآخرين. (رهيبيو، 11)

2-1 المهارات الإجتماعية: هي أي مهارة تمكن الإنسان من التفاعل و التواصل من المهارات السلوكية و المعرفية و الإجتماعية و هي عادات و سلوكيات مقبولة إجتماعيا و هي مهارات ليست موروثة يكتسبها الفرد عند التفاعل الإجتماعي. (Ar.m.Wikipedia.or,2020)

3-1 مهارة التعاطف: تشير إلى فهم أفكار و مشاعر الآخرين. سوف يتم عرض مجموعة من الإعلانات تم من خلالها مناقشة مواضيع هامة تخص المجتمع، مثل العنف ضد المرأة ، القضاء

١-1- التفكير البديهي : يطلق علي هذا النمط من التفكير اسم التفكير الطبيعي وسمي هذا النوع من التفكير بهذا الاسم لانه ينظر الي الامور علي طبيعتها وبشكلها المجرد مما يجعل التفكير بهذه الطريقة يتسم بإهمال الجزيئات و عدم التعرض للتفاصيل التي تحوتها كافة الاحداث المرتبطة بالموضوع الذي يفكر فيه الانسان بهذه الطريقة.»

١-٢- التفكير العاطفي : هو ذلك النوع من التفكير الذي يخضع لآراء الناس ومعتقداتهم الخاصة ومن أهم صفاته انه ينطلق من رغبات الافراد وأهوائهم الخاصة وهذا ما يجعله في بعض الاحيان بعيداً عن الحيات فهو ينظر الي كافة الامور من زاوية واحدة فقط وتتسم خصائص التفكير العاطفي بالسطحية والتسرع وحسم المواقف علي طريقة صح و خطأ.

١-٣- التفكير الناقد: يعد هذا النمط من أكثر أنماط التفكير شمولية فهو ينظر إلى الأمور بشكل تكاملي يراعي فيه كافة الأحداث والظروف والمتغيرات التي تختص بموضوع التفكير بالإضافة إلى أن هذا النمط يستعين بما يتصل بموضوع التفكير من الاحداث التي سبق حدوثها في الماضي .

١-٤- التفكير المنطقي : يمثل التحسن الذي طرأ علي طريقة التفكير الطبيعي من خلال المحاولة الجادة للسيطرة علي التفكير الفطري والصفة الاساسية للتفكير المنطقي أنه يعتمد علي التعليل لفهم واستيعاب الاشياء ويلاحظ ان وجود علة أو سبب لفهم الامور لا يعني أن السبب وجيه أو مقبول (AB) و أنماط التفكير المختلفة تحدد إتجاهات المستهلك

«يمكن تعريف الإتجاهات بأنها الميول المكتسبة التي تتعكس في شكل سلوك فالإتجاه يشير الي ميل المتلقي نحو أشياء أو أشخاص أو مواقف معينة ، فالإهتمام بالموسيقي إتجاه ، وحب لعبة كرة قدم إتجاه ،الميل إلى العدوان أو الإنعزال أو التعاون جميعهما إتجاهات ويؤكد الباحثون أن الإتجاهات تمثل متغير تابع للقيم ومن ثم يمكن تغيير إتجاهات المتلقي إذا أمكن تغيير قيمة شيء تمثل أساس إتجاهاته لذلك تلاحظ أن كثير من الإعلانات تعمل علي تدعيم قيم جديدة وتأكيدا بهدف محاولة تغير اتجاهات الجمهور المستهدف تجاه السلعة او الخدمة المعلن عنها.» (خميس، ٢٠١٥، ٥٥)

«و يرتبط الذكاء الإجتماعي بمفهوم اخر هو التعاطف و الذي يعتبر جوهر الذكاء الإنفعالي ، فالتعاطف يعنى فى جوهره فهم الأحداث الإنسانية و الإجتماعية ، هو مفهوم أقرب إلى «لعب دور الاخر» عن طريق فهم حالته المعرفية و الوجدانية. و تصور فى عقلك نفس المشاعر التي يشعر بها هذا الشخص الذي تشعر بالتعاطف معه.» (المغازي، محمد، ٢٠٠٣، ١١)

«مفهوم التعاطف يأخذنا إلى مفهوم (الذكاء العاطفي) و هو مصطلح يعبر عن قدرة الفرد على التعرف على المشاعر الشخصية و مدى (KarlaJenninngs, ٢٠١١، ١٣) تأثيرها على الأشخاص من حوله»

«لقد إتفق الباحثون و المختصون أن الذكاء الإجتماعي و العاطفي يعنى توفر مجموعة من المهارات الشخصية لدى الفرد تتعلق بتعامله مع الآخرين منها : الإدارة القوية و التصميم و المثابرة و القدرة على تحريك دوافع الآخرين من خلال تحفيزهم للوصول إلى الهدف.» (هيكل، ٢٠١٠، ٢٠)

من أهم نظريات الذكاء الإجتماعي:

١-1- النظرية المعرفية: يشير مصطلح المعرفة إلى مجموعة من العمليات العقلية المتكاملة بالإدراك عن طريق الإحساس و التخيل و التميز و إصدار الحكم و التوصل إلى إستنتاج. (القانى، أحمد، ٢٠١٣، ٢٠)

١-٢- النظرية السلوكية : ترتبط السلوكية بالمقام الأول بالسلوك الذي يمكن ملاحظته على عكس الأحداث الداخلية مثل التفكير و العاطفة.

(الإبراهيمي، ٢٠١٧، ٢٠)

- حملة للقضاء على التدخين.
- عام: 2019
- إعلان خارجي.



"شكل رقم (2)"

"http://m.elwatannews.com, 2020"

على التدخين. و الإعلان عن منتجات أثارت الجملة الاعلانية ضجة كبيرة من قبل الجمهور و أثرت سلبا على المتلقي, و هل تم استخدام كلا من الذكاء الإجتماعي و الذكاء العاطفي في تصميم الإعلان, و من خلال دراسة النظريات التوصل إلى إستنتاجات لمدى فهم المعلم للمتلقى إجتماعيا وعاطفيا و معرفته لسياق المجتمع.

- إعلان عن منتج صني.

- عام: 2017.

نماذج من حملة إعلانية مستمرة توضح مدى تأثيرها بقضايا المجتمع و إتباع العادات و التقاليد و الذكاء الإجتماعي :
إعلان خارجي.



شكل رقم (1)

لا ابتكار نمط "Alghad.tv, 2020"

<p>1- إختيار المصمم في الحملة كالتصميم على شخصين على طريقتين تصويرية على شخصين مثل جملة تلكه صوت , إصبعها صبح تلكه إلقاء التلقي بحضوره المبرر .</p>	<p>معلومات الإعلان</p>
<p>1- تلكات المستخدمة في الإعلان ذات تباين لإسحاب التباين فالتباين 2- هذه تلكات أعطت خدمة كبيرة لتلقي 3- كما استخدم المصمم مفهوم المرونة والإختلافات الخاصة بالمشروع به و شكون التباين العكس بكون ذلك الإختلافات أرت على إتجاهات التباين 3- نوع المصمم في ترسيخها لتهدت من الإعلان و الإختلافات لتصبح مألوف فتكاد الإجتماعي.</p>	<p>خاتمة التصميم بالتكاد الإجتماعي</p>

<p>1- إختيار هذا الإعلان خدمة كبيرة لا يوجد علاقة بين المنتج و المرونة 2- كما إختيار المصمم للتباين الإختلاف بكونه مألوف و إختيار المصمم على استخدام جملة إعلانية ذات التباين العكس و خاصة التباين 4- ليس للجملة الإعلانية علاقة بالمنتج و ظهرت ضرورة لتهدت أرتو حلولة</p>	<p>معلومات الإعلان</p>
<p>1- لم يراعى الحملة التفضية المتكاد و تم وصلها لتهدت من التباين بالمهنية و التخصصية 2- كما يهتم المصمم بمفهوم التباين و التباين يظهر جوهري لتكاد الإختلافات 3- التباين يظهر في جوهري لهم الأحدث الإنسانية و الإجتماعية 4- كما يهتم المصمم بالتباين مفهوم التكاد الإجتماعي هو مفهوم أقرب إلى "تعب دور الآخر" من طريق فهم حقله المبررة و فوجنتية و تتوار إلى حقله نفس المتأثر التي يظهر بها هذا التباين الذي تظهر بالتباين معه 5- كما يهتم المصمم في التوصل المتضمن المتكاد للإعلان.</p>	<p>خاتمة التصميم بالتكاد الإجتماعي</p>



القادسية.

شكل رقم (3)

“https://www.youm7.com2021”

Websites:

- (alarabiya.net.(Accessed:4July2020-[1]
(A.r.m.wikipedia.org. (Accessed :3May2020-[2]
Developing social skills and relationships.ncld. -[3]
(org. (Accessed :3Jun2020
lajenninngs,karla,6waystoraiseyourmotional-[4]
(intelligence,(Accessed :3May2020
rsfeid,lazarap.f(n.d) 66_somehistoricalnoteson-[5]
the study of actiionquoted in nicosiafm,consumer
-decision processes marketing&advertising
(http://najrannow.com ,(Accessed :3May2021-[6]
Report of the definitions of committee the journal-[7]
(of marketing-1998. (Accessed :3November2021
(Social intelligenence principles master.(3July2020-[8]

مفهوم الإعلان	مقالة النداء على المصمات بلغة تكل مفاهيم الجمهور خاصة للنداء (إعلان خارجي:2021)
عقبة التصميم بالغة الاجتماعي	الأستقامة يسلل مسرف و محبوب من كافة الأتدب المصري و له السيطرة على عدد كبير من القلوب و على أنه لسهجه لها الإعلان و هناكلير من التكل الاجتماعي لسهرة لإمكانيات الجمهور لم استخدام لغة الصادية وناظر كلمة فصلت المصمم ليهيا و ده لستخدم المصمم قيم المصممة و الإعلانات و الصادية من خلال التكم المصرية و الإعلانات العالمة بالمصمم و الصادية من خلال الإتاحة بللمن بملكه لسه كبير من حب القلوب له و من خلال الإتصال الفكري و التوجه نجاح المصمم من ترسيخ فكرة الصلة و ساعدت فكرة الإعلان التكلير على الجاهلات لعلتي و التكم المصممة في الرسالة : ساعدت على خلق ارتباط منظم بللمن من الإعلان بوما لتيحمة الصلة بللمن منها و ده لستخدم المصمم التكلير الاجتماعي من خلال فهمه لتيحمة لعلتي و قناعته مع القلوب و كملل التصب .

مناقشة النتائج :

- لا بد من مراعاة الحالة النفسية للمتلقى وذلك لتجنب التأثير السلبي للمتلقى.
- يجب على المصمم استخدام أبعاد الذكاء الاجتماعي عند التصميم.
- فهم المصمم لعادات و تقاليد المجتمع يساعد على فهم الإعلان.
- فهم المصمم لثقافة المتلقى الموجه له الإعلان يساعد على نجاحه.

المراجع References :

أولا : المراجع العربية

- كنفى, جميلة(2015):الذكاء الاجتماعي و علاقته بمهارات الإتصال التعليمية بالجامعة الجزائرية- رسالة ماجستير-كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية-جامعة محمد خضير.
- عبد اللطيف ,أبو حطب (1991) الذكاء الشخصي ,المؤتمر السابع لعلم النفس مكتبة الأنجلو المصرية.
- اللقاني,أحمد(2013) المناهج بين النظرية و التطبيق,دار عالم الكتب.
- أبو عشمه,إبراهيم(2013) الذكاء الاجتماعي و الذكاء الوجداني و علاقتهما بالشعور بالسعادة لدى طلبة الجامعة في محافظة غزة- رسالة ماجستير-كلية التربية- جامعة غزة.
- الإبراهيمي ,محمد (2017) مدخل إلى الفلسفة العامة:جامعة محمد البشير.
- السلمى,على (1978), الإعلان:مكتبة غريب.
- السيد,فؤاد (1994):الذكاء -دار الفكر العربي.
- هيكلمحمد(2010) :الذكاء العاطفي و الاجتماعي ,مركز تطوير الأداء و التنمية.
- رهيوب,سحر(2012):. بحث بعنوان-دور الذكاء الاجتماعي في تقرير المهارات الاجتماعية للعاملين,كلية الإدارة و الإقتصاد,جامعة