

إستراتيجية مقترحة لتوظيف البرمجة اللغوية العصبية في تصميم الإعلان الإرشادي A proposed strategy for employing NLP(Neuro Linguistic Programming) in the design of awareness-raising advertising

م.د/ نرمين علي حسني نونو

مدرس بالمعهد العالي للفنون التطبيقية بالتجمع الخامس

Dr. Nermin Ali Hosny Nounou

Lecturer at the Higher Institute of Applied Arts, Fifth Settlement

dr.nermeen.nounou@gmail.com

الملخص:

يُنظر مؤخرًا إلى البرمجة اللغوية العصبية Neuro Linguistic Programming على أنها أحد الموارد لتعزيز فعالية الإدراك. حيث أنها تساعد في تحقيق التميز في الإدراك البصري والمعرفي، وتحسين التواصل ورفع تقدير الذات، وتسهيل النمو الشخصي، وحتى تغيير مواقف الأفراد نحو أمور معينة واتجاهات في الحياة حيث تعد البرمجة اللغوية العصبية أداة تحفيزية عالية الفعالية. تقوم نظرية البرمجة اللغوية العصبية على حقيقة أن الوعي، اللاوعي، الإرادة، الرغبة، الخيال، بنية الجسم، ديناميات العلاقة والتي تمثل جميعها نوعًا من التفاعل بين كيفية ارتباطنا ببعضنا البعض، وكيف نود أن نكون أنفسنا، وكيف نتوصل في نهاية الأمر لتحقيق الذات بناء على ذلك يعرف البرمجة اللغوية العصبية هذه الطرق على أنها بصرية وسمعية وحركية وحسية جسدية وتدوقية للإشارة إلى أنظمة مختلفة لتمثيل الأفعال. وتؤكد الدراسات الحديثة أن البرمجة اللغوية العصبية NLP يمكن أن تساهم في الارتقاء بالكثير من المجالات المرتبطة بشكل مباشر بالأفراد حيث ان لديها ترسانة حقيقية من التقنيات الفعالة القادرة على إحداث تغييرات سريعة في سلوك المتلقي من خلال التأثير على الأداء ومن هذه المجالات مجال الإعلان والتعليم والتسويق وغيرها من المجالات. على ذلك يستهدف البحث توظيف تقنيات NLP في تصميم الإعلان الإرشادي كأحد الأنظمة الإعلانية التي تتطلب تغيير سلوك المتلقي نحو الاتجاه الإيجابي، وتعتمد فكرة البحث على استخدام الجهاز العصبي (علم الأعصاب والدماغ) لإنشاء نموذج بصري يخلق بدوره الإحساس بالواقع ويغير من وجهات النظر والآراء والأفكار حول واقع معين داخل النظام العصبي للمتلقي، بالاعتماد على مبدأ أن الدماغ يتلقى المعلومات من البيئة من خلال الحواس. ونستخدم هذه المعلومات لتطوير قدرات المستشعر "الأفكار" وتخزينها بألية جديدة عند المتلقي "الذاكرة" مما يؤدي إلى تغيير الاتجاهات والسلوك نحو الموضوعات والأفكار.

الكلمات المفتاحية:

البرمجة اللغوية العصبية , الإعلان الإرشادي , تصميم الإعلان

Abstract:

Neuro Linguistic Programming has recently been seen as one resource for enhancing cognition. It helps in achieving excellence in visual and cognitive perception, improving communication and raising self-esteem, facilitating personal growth, and even changing individuals' attitudes towards certain things and directions in life where NLP is a highly effective motivational tool. NLP theory is based on the fact that consciousness, unconsciousness, will, desire, imagination, body structure, relationship dynamics all represent a kind of interaction between how we relate to each other, how we would like to be ourselves, and how we ultimately arrive at self-actualization based on This defines NLP as visual, auditory, kinesthetic, somatosensory, and

gustatory ways of referring to different systems for representing actions. Recent studies confirm that NLP can contribute to the advancement of many areas directly related to individuals, as it has a real arsenal of effective techniques capable of making rapid changes in the recipient's behavior by affecting performance, and these areas include the field of advertising, education, marketing and other domains. Therefore, the research aims to employ NLP techniques in the design of indicative advertising as one of the advertising systems that require changing the recipient's behavior towards a positive direction, and the idea of the research depends on the use of the nervous system (neuroscience and brain) to create a visual model that in turn creates a sense of reality and changes the views, opinions and ideas about the reality Specific within the nervous system of the recipient, relying on the principle that the brain receives information from the environment through the senses. We use this information to develop the sensor's "thoughts" capabilities and store it with a new mechanism at the recipient's "memory" which leads to changing attitudes and behavior towards topics and ideas.

Keywords:

Neuro Linguistic Programming, Awareness-Raising Advertising, Advertising Design

مقدمة البحث:

يلعب الإبداع الإعلاني دورا هاما في إيجاد الحلول للعديد من القضايا التي تهم المجتمع سواء كانت على المستويات الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية، حيث تتناول كيفية علاج هذه المشكلات وتعديل السلوك الغير إيجابي الناتج عنها في المجتمع من خلال تسليط الضوء على الأسباب والعوامل المؤدية لحدوث هذه المشكلات مع استعراض لمناطق الضعف والقصور في القضايا المتعلقة بها إلى جانب إنها تساهم في تقديم الحلول المنطقية لأشد الأمور تعقيدا ببساطة وسلاسة من خلال مخاطبة عاطفة ووجدان المتلقي محور القضية.

ولما كان دور الإبداع الإعلاني هو المساهمة في عرض القضايا الحياتية التي يعيشها المجتمع في محاولة جادة لعرض السلبيات والآثار المترتبة عليها اجتماعيا وذلك من خلال طرح الأفكار الإعلانية وكيفية صياغتها فنيا وصولا إلى توجيه ذهن المتلقي نحو السلوك الإيجابي الامثل للتفاعل مع تلك القضايا، تهتم البرمجة اللغوية العصبية Neuro Linguistic Programming بتحقيق فعالية الإدراك. حيث تساهم تقنياتها المتعددة في تحقيق التميز على مستويات الإدراك البصري والمعرفي، وبالتالي تحسين التواصل الفعال مع الآخرين ورفع تقديرات الذات، وتسهيل عمليات النمو الشخصي والتنمية الذاتية، والعمل بكثافة نحو تغيير مواقف الأفراد نحو الأمور الحياتية المختلفة واتجاهات في الحياة حيث تعد البرمجة اللغوية العصبية أداة تحفيزية عالية الفعالية.

وتقوم النظرية العامة للبرمجة اللغوية العصبية على حقيقة أن الوعي، اللاوعي، الإرادة، الرغبة، الخيال، بنية الجسم، ديناميات العلاقة والتي تمثل جميعها نوعاً من التفاعل بين كيفية ارتباطنا ببعضنا البعض، وكيف نود أن نكون أنفسنا، وكيف نتوصل في نهاية الأمر لتحقيق الذات من خلال طرق إدراك بصرية وسمعية وحركية وحسية جسدية وتدقيقه للإشارة إلى أنظمة مختلفة لتمثيل الأفعال.

مشكلة البحث: -

تنبثق مشكلة البحث على الحاجة لتوظيف استخدام الجهاز العصبي (علم الأعصاب والدماغ) لإنشاء نموذج بصري من خلال تصميم الإعلان الإرشادي للتأثير على النظام العصبي للمتلقى، واستخدام المعلومات البصرية واللفظية لتطوير قدرات المتلقي و تغيير الاتجاهات والسلوك نحو الموضوعات والأفكار.

هدف البحث: -

يستهدف البحث توظيف تقنيات NLP في تصميم الإعلان الإرشادي كأحد الأنظمة الإعلانية التي تتطلب تغيير سلوك المتلقي نحو الاتجاه الإيجابي،

فرضية البحث: -

بفرض البحث أن توظيف تقنيات NLP في تصميم الإعلان الإرشادي كأحد الأنظمة الإعلانية سوف يؤدي إلى تعديل وتغيير سلوك المتلقي نحو الاتجاه الإيجابي والتفاعل الإيجابي مع الإعلان.

منهجية البحث: -

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي .

أولاً: البرمجة اللغوية العصبية (النشأة والمفهوم والعناصر والتقنيات):

في السبعينيات من القرن العشرين، طور جون غريندر ، وهو عالم لغوي ، وريتشارد باندر ، عالم كمبيوتر وعالم رياضيات ، تقنيات تدعم الإدارة الذاتية وأطلقوا عليها اسم البرمجة اللغوية العصبية (NLP) Neuro Linguistic Programming .
الأعصاب وعلم الدلالات العامة، قاموا بإنشاء نوع من العلوم يجمع بين نماذج معينة ومبادئ السلوك المتعلقة بمجال علم النفس التطبيقي (Wefyczko L., :2016)

البرمجة اللغوية العصبية، أو البرمجة اللغوية العصبية، هي مدرسة من التقنيات النفسية التي تتواصل بشكل فعال مع العقل الباطن أو اللاوعي للمستمع .في مصطلحات العصر الحديث، عكس الدماغ.

والنتيجة النهائية هي أنه يمكنك التواصل / الجدل / التفاوض / إقناع الناس (أو نفسك) كثيراً بشكل مذهل أكثر فعالية.

ويمكن تفسير المصطلح على المستوى اللغوي كما يلي: -

البرمجة: لتهيئة أو ضبط الطريقة التي يعمل بها شيء ما.

لغوي: متعلق باللغة.

عصبي: يتعلق بالخلايا العصبية، أو الأعصاب، أداة الاتصال في الدماغ.

ويمكن تعريفها على المستوى الوظيفي بأنها علم نفس التميز، وهي إدارة العقل بصورة نموذجية لتحقيق الأهداف المحددة سلفاً، وهي علم وفن الاتصال والتواصل باستخدام تأثيرات اللغة المسموعة/المرئية في عقولنا ومن ثم سلوكنا ويؤكد إبراهيم الفقي أن هناك تعريفات متعددة للبرمجة اللغوية العصبية ويمكن توضيحها بانها وفقاً لستيف اندرياس مؤلف كتاب (البرمجة اللغوية العصبية هي التكنولوجيا الجديدة للإنجاز) هي دراسة التفوق الإنساني، وهي القدرة على بذل قصارى

جهدك أكثر فأكثر، وهي الطريقة الجبارة والعملية التي تؤدي إلى التغيير الشخصي، وهي تكنولوجيا الإنجاز الجديدة. (إبراهيم الفقي: ٢٠٠٨)

ومن ثم يمكن أن تكون البرمجة اللغوية العصبية أداة قوية للغاية، عند استخدامها بشكل صحيح. فعلى سبيل المثال فإن ديرين براون Derren Brown ، وهو عالم عقلي مشهور عالمياً، يستخدم تقنيات البرمجة اللغوية العصبية للتحدث مع شخص غريب تماماً لمنحه محفظته - في ٢٠ ثانية فقط! يمكن استخدام البرمجة اللغوية العصبية على نفسك وعلى الأشخاص الآخرين، مع وجود مئات من الفرص للقيام بذلك كل يوم مما يجعله أداة جيدة للاتصال الإعلامي بشكل عام والاتصال الإعلاني بشكل خاص، حيث يمثل الطريقة المباشرة للإقناع وتحقيق الاستجابة الفورية. (pete : 2012)

عناصر البرمجة اللغوية العصبية NLP Elements

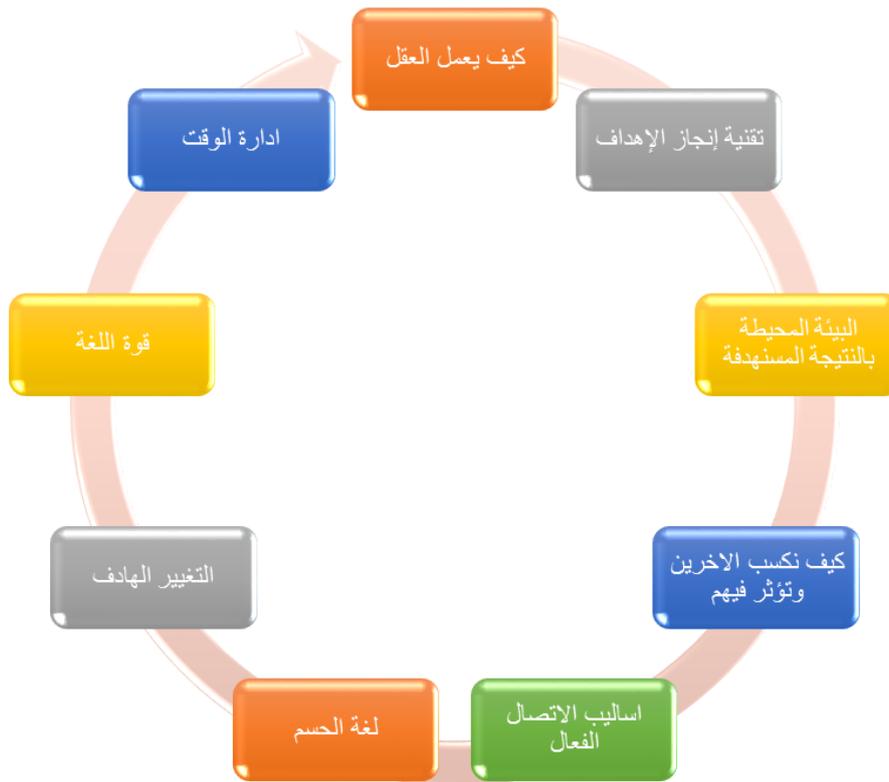
هناك العديد من التصورات والتصنيفات المختلفة لعناصر البرمجة اللغوية العصبية التي يمكن استخدامها للعديد من الأغراض المختلفة والتي يمكن توضيحها كما يلي: -

تصنيف سو نايت Sue Knight (2006) :



شكل (١) عناصر البرمجة اللغوية العصبية عند سو نايت

تصنيف الدر وهيدر **H. Alder & B. Heather**: (2012) Alder H., Heather B.

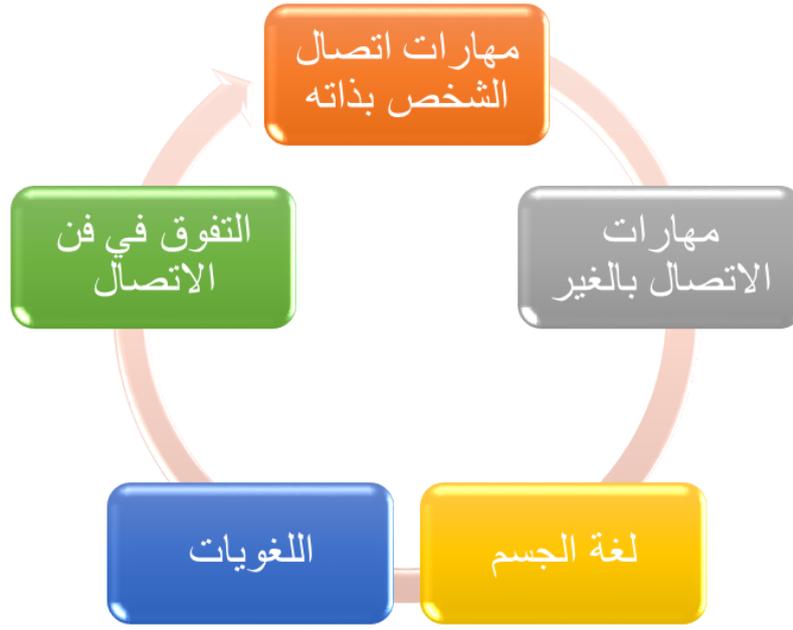


شكل (٢) عناصر البرمجة اللغوية العصبية عند الدر وهيدر

تصنيف جاريات **T. Gariat**: (2014) (Emilia Florina Grosu et al.,)



شكل (٣) عناصر البرمجة اللغوية العصبية عند جاريات



شكل (٤) عناصر البرمجة اللغوية العصبية عند إبراهيم الفقي

تقنيات البرمجة اللغوية العصبية NLP Technique

هناك العديد من تقنيات البرمجة اللغوية العصبية المختلفة التي يمكن استخدامها للعديد من الأغراض المختلفة, ويمكن استخدام كل تقنية من تقنيات البرمجة اللغوية العصبية بمفردها أو بالاشتراك مع تقنيات البرمجة اللغوية العصبية الأخرى لخلق طرق جديدة وفعالة "للدخول إلى داخل العقل", ويمكن توضيح بعض التقنيات التي يمكن توظيفها في تصميم الإعلان من خلال ما يلي:-

أ- الإرساء أو الارتباط الشرطي Anchoring :-

هو أسلوب مفيد في البرمجة اللغوية العصبية للبحث على إطار معين للعقل أو العاطفة، مثل السعادة أو الاسترخاء. عادة ما تتضمن لمسة أو إيماءة أو كلمة "كإشارة مرجعية"، مثل إشارة مرجعية للعاطفة المرغوبة، واستدعائها مرة أخرى لاحقاً باستخدام نفس المرساة. (pete casale : 2012)

الإرساء هو إحدى تقنيات البرمجة اللغوية العصبية التي تربط بين ما نراه ونسمعه ونشعر به وبين عواطفنا. لحسن الحظ، يمكن في الواقع تشكيل المراسي بأي تجربة حسية. الأدلة على هذا الادعاء على نطاق واسع متوفرة في التاريخ الشخصي لكل فرد. حقيقة أنه بمجرد رؤية العنكبوت يمكن للشخص الحصول على الاستجابة الرهابية هي واحدة منها. (Anita Lashkarian, Sima Sayadian, 2015)

تصف التجربة الشهيرة للعالم الروسي إيفان بافلوف Ivan Pavlov أنه يقرع الجرس في كل مرة يتم فيها إطعام كلابه. ربطت الكلاب نفسها تجربة الأكل بصوت الجرس. في وقت لاحق، بدأت الكلاب في إفراز اللعاب بمجرد رنين الجرس. هذا مشابه لما نقوم به عندما نستخدم تقنية NLP للتثبيت أو الأرساء.

ب- مقاطعة النمط Pattern interruption :-

هي تقنية فعالة في البرمجة اللغوية العصبية لتخزين الكلمات الرئيسية في العقل الباطن للمستمع. يمكن دمجها مع تقنيات البرمجة اللغوية العصبية الأخرى مثل التثبيت لبعض الحيل الممتازة، تعمل مقاطعة النمط عن طريق استدراج حديث المستمع

الداخلي أو حتى تسلسل أفكارهم اللاواعي الخالص إلى نمط أو تسلسل. عندما يتم إنشاء هذا النمط، فإنك تقوم بإخراجهم من هذا النمط في لحظة حرجة قبل اكتمال النموذج. هذا يترك العقل الباطن للمستمع في انتظار الجزء التالي من النمط ليحدث.

(Dilts, R. D. & Epstein, T., Dilts R., W. : 2011)

ت- التبديل Swish :-

تقنية فعالة في البرمجة اللغوية العصبية " لتعديل" العلامات العاطفية الخاصة بالمتلقي حيث كل ذكرى لها مشاعر مرتبطة بها. بعض العواطف جيدة (ذكريات جيدة) وبعضها سيء (ذكريات سيئة). تعمل التقنية على تبديل الصورة إلى الذاكرة الجيدة. (Emilia Florina Grosu et al.,:2014)

ث- الإغواء Seduction :-

هو فن كامل من تلقاء نفسه ولكنه تقنية هامة من تقنيات البرمجة اللغوية يمكن للمصمم توظيفها إذا كان لديه فهم شامل لل NLP، فإن الإغواء هي عملية واضحة. يقترح البعض أن استخدام NLP للإغواء غير أخلاقي، وأنا لا ينبغي لنا استخدام "التحكم في العقل" للإغواء، لكن يعارض البعض الآخر بقوة هذه الفكرة حيث يجدونه وسيلة هامة للتواصل ذات التأثير الفعال على الأفراد. حتى وأن كان استخدام الإغواء لبعض أشكال التحكم في العقل. (Vlad Teodor Grosu et al.:2014)

ثانياً: خصائص الإعلان الإرشادي القائم على البرمجة اللغوية العصبية

يؤكد التفاعل المتبادل والمستمر للسلوك، والمعرفة، والتأثيرات البيئية والمجتمعية على أن للسلوك الإنساني محدداته الشخصية والسيكولوجية التي تشكل نظاماً متشابكاً من التأثيرات المتبادلة والمتفاعلة والتي لا يمكن إعطاء أي منها مكانة مغايرة عن الأخرى، ويكون الناس كجزء هام من كيان للمجتمع قادرين على التفكير والابتكار وتوظيف عملياتهم المعرفية لمعالجة الأحداث والمشكلات المجتمعية والإنسانية، من هنا تأتي ضرورة توجيهه من خلال الإعلان الإرشادي لتعديل السلوك وتوجيهه إيجابياً والذي يهدف في المقام الأول إلى مخاطبة عاطفة ووجدان المتلقي معتمداً على أن معظم السلوك الإنساني مقترن باتباع نموذج أو مثال حي وواقعي وليس من خلال العمليات الحياتية الكلاسيكية أو الإجرائية. فبملاحظة الآخرين تتطور فكرة التصميم الإعلاني عن كيفية تكون سلوك ما وبالتالي تعمل المعلومات التي يرسلها المصمم من خلال الإعلان الإرشادي كدليل أو عامل موجه لتصرفات أفراد المجتمع.

حيث أن الذاكرة الفردية هي الذاكرة التي تجعل الإحساس من الماضي يساعد في تشكيل الهوية الشخصية من بين رؤى العالم المتنوعة، أما ذاكرة الجماعة هي عملية ثابتة من التفاوض بين الذكريات الفردية وذاكرة الجماعة بواسطة التحكم في الماضي حيث أن التحركات الحالية للجماعة مع بعض محسوبة ومدركة بالنسبة للجماعة لهم الملكية الشرعية في أفعالهم المستقبلية، وفي النهاية فإن ذكريات الجماعة تواجه منافسة قوية في الميديا الحالية لأنها تتميز بالازدحام والانشغال، حيث أن الميديا الحالية تقدم مجموعة مشتتة ومقطعة من الذكريات، ولذلك تحتاج الجماعة إلى شيء محدد وواضح وقوى لتوجيهها إلى اتجاه محدد تتفق عليه بأكملها، وتشعر الجماعة بأكملها أنها على يقين، لذلك فالإعلان القائم على البرمجة اللغوية العصبية من شدة قوته سيستحوذ على انتباه الجماعة بأكملها إليه دون أن تتأثر بالمشتتات المحيطة،

وهذا سيؤدي إلى نجاح فعالية الإعلان القائم على البرمجة اللغوية العصبية وزيادة أهميته. (Neville Bolt: 2012)

ومن ثم تعتمد خصائص الإعلان الإرشادي القائم على البرمجة اللغوية العصبية على خاصيتين بالإضافة إلى خصائص

الإعلان الإرشادي بشكل عام وهاتان الخاصيتين هما: -(Dilts, R. D. & Epstein, T., Dilts R., W. 2011)

أ- خاصية البرمجة اللغوية العصبية الحسية:

المتلقي وفق خاصية البرمجة اللغوية العصبية الحسية يستقبل أو يرى الإعلان الإرشادي بحواسه ثم يدركها بكل تفاصيلها وبعد ذلك يُترجم المتلقي هذه البرمجة اللغوية العصبية إلى أحاسيس نابغة من وجدانه ثم ينتقل إلى الخاصية الثانية من البرمجة اللغوية العصبية وهي النفسية الوجدانية.

ب- خاصية البرمجة اللغوية العصبية النفسية الوجدانية:

إن كان يمكن الحصول على خاصية البرمجة اللغوية العصبية الحسية الإدراكية بطرق بسيطة نسبياً، فالأمر يختلف بالنسبة للبرمجة اللغوية العصبية النفسية الوجدانية التي يقصد بها إثارة إهتمام المتلقي والتأثير فيه تأثيراً مؤقتاً على الأقل، ويكون سير هذه البرمجة اللغوية العصبية موقوفاً على طبيعة الشخص متلقي موضوع الإعلان وكلما كان هذا الشخص متطوراً، كان حدوث البرمجة اللغوية العصبية سريعاً، ولكنها تكون أعمق أثراً إذا كان الشخص أقل تطوراً.

ثالثاً: دراسة تحليلية لتطبيق تقنيات البرمجة اللغوية العصبية في تصميم الإعلان الإرشادي**1- تقنية الإرساء في تصميم الإعلان الإرشادي -**

ترتبط تقنية الإرساء ارتباطاً وثيقاً بالأفكار السابقة التي ترسبت في ذهن الفرد وبصورة لا يستطيع غالباً أن يتتبع بدايتها ولا تطورها ولا مصادرها ، فحين عندما نرى شيئاً يثير إحساسنا ويجذبنا ، فإننا ننتبه إليه أولاً ثم بعد ذلك تُنظم تلك الإحساسات الجديدة بهذا الشيء في نطاق العملية المعرفية للإنسان وتختلف درجات الإرساء بناء على اختلاف درجات الإدراك والمعرفة لكل فرد عن الآخر ، فدو التعليم العالي يختلف عن التعليم المتوسط أو المنخفض وغيرها من اختلاف خبراتنا الخاصة، ولكن أيضاً الخبرة والمعرفة ليست بالضرورة مرتبطة بالتعليم، فأحياناً نجد شخص غير متعلم ولكن لديه خبرة وثقافة كبيرة مُكتسبة مما حوله من أشخاص وبيئات مختلفة وهذه المعرفة والخبرات المُكتسبة تؤهله في كثير من الأوقات للتعامل مع ما يحيط به في حياته، هذه الخبرات هي ما يحاول المصمم الاستفادة بها وتوجيهها من خلال تقنية الإرساء لتأثير على المتلقي وتعديل سلوكه من خلال ربط الشيء السيئ بمشاكل حياتية قد تكون صحية او مجتمعية او غيرها، ويوضح المثال التالي ذلك:-



شكل (٦) تحقيق الارتباط بين التدخين وزوال الجمال مما يعد توظيف لتقنية الإرساء في تصميم الإعلان الإرشادي

جدول (١) نموذج لتوظيف لتقنية الارساء في تصميم الإعلان الإرشادي

عنصر التحليل	الوصف
هدف التقنية	الربط الشرطي بين التدخين وزوال جمال المرأة
نوع الرسالة المستهدفة	رسالة إرشادية واضحة تحت على الإقلاع عن التدخين
تفسير تأثير البرمجة اللغوية العصبية على المتلقي	لأن المرأة أكثر ما يؤثر في اهتماماتها هو المحافظة على جمالها، ومن ثم فإن استخدام المصمم لزوال الجمال مع ارتباطه الشرطي بالتدخين سيؤثر نفسياً بشكل سريع على قرار المرأة واتجاهاتها نحو المحافظة على جمالها ومن ثم الإقلاع عن التدخين.

2- تقنية مقاطعة النمط Pattern interruption في تصميم الإعلان الإرشادي: -

إن الصورة في الإعلان الإرشادي القائم على البرمجة اللغوية العصبية تمثل الآلية الأساسية للتأثير النفسي العميق، حيث أن الإعلان الإرشادي القائم على البرمجة اللغوية العصبية لا يركز على السعادة والمرح والقوى السحرية للمنتج أو الخدمة المعلن عنها فقط وإنما في أغلب الأوقات يوضح الواقع سواء كان مؤلماً أو جارحاً فإنه مرآة للواقع بشكل مفصل حتى يضمن توصيل الرسالة للمتلقي حتى لو كانت مفاجئة له ، ولذلك نجد استخدام الصور في الإعلان القائم على البرمجة اللغوية العصبية يختلف في وقعه وتأثيره عن الإعلانات التي تعودنا على رؤيتها على مر السنين .



شكل (٧) توظيف تقنية مقاطعة النمط في تصميم الإعلان الإرشادي

جدول (٢) نموذج لتوظيف تقنية مقاطعة النمط في تصميم الإعلان الإرشادي

عنصر التحليل	الوصف
هدف التقنية	الربط بين النمط التقليدي لشكل الإنسان الطبيعي ومقاطعة النمط بتحول شكله إلى مسخ.
نوع الرسالة المستهدفة	رسالة إرشادية واضحة تحث على المحافظة على البيئة وعدم تلوثها.
تفسير تأثير البرمجة اللغوية العصبية على المتلقي	تحقيق التوظيف المثالي لمقاطعة النمط في رسالة إرشادية واضحة تحث، ومن ثم فإن استخدام المصمم لشكل المسخ الذي يرتدي ملابس إنسان تقليدي سيؤثر نفسياً بشكل سريع على المتلقي واتجاهاته نحو المحافظة على البيئة مع تأكيد الجملة الإعلانية على نفس الفكرة "توقف عن تغيير المناخ قبل أن يغيرك انت".

ومن ثم يمكن القول أن توظيف مقاطعة النمط في الإعلان الإرشادي يهدف إلى الإبلاغ والإفادة والإقناع، فإذا ما اقتنع المتلقي اندفع إلى تغيير السلوك، تلك هي الخطة الكاملة للإعلان الإرشادي القائم على البرمجة اللغوية العصبية، ويندر أن تظهر هذه الخطة كاملة في نموذج الإعلان الإرشادي التقليدي، إذ قد تختفي بعض هذه المراحل اختفاء كلياً لا سيما مرحلة الإقناع، لذلك تستخدم البرمجة اللغوية العصبية في الإعلان الإرشادي لتحقيق الإقناع وإن لم يتحقق الإقناع، على الأقل سيحظى بانتهاب المتلقي وستُحفر البرمجة اللغوية العصبية إحساسه وذاكرته للاستجابة المستقبلية للمؤثرات المشابهة.

3- تقنية التبديل Swish في تصميم الإعلان الإرشادي :-

لأن الإعلان الإرشادي القائم على البرمجة اللغوية العصبية له فاعليه كبيرة جداً على وجدان المتلقي، وفي معظم الأحيان يكون هذا سبب رئيسي من أسباب نجاحه وبذلك سيحقق أهم هدف من الإعلان وهو الاستحواذ على انتباه المتلقي، من ثم فإن توظيف تقنية التبديل التي تهتم بتعديل العلامات العاطفية الخاصة بالمتلقي المتضمنة لمشاعر مرتبطة بالذكريات سواء (ذكريات جيدة) أو (ذكريات سيئة).. ومن خلال الإعلان يتم ترك عند المتلقي نوع خاص من المشاعر سواء كان خوف أو كره أو حب أو أي نوع من المشاعر الوجدانية المراد توصيلها إلى المتلقي ومن خلال البرمجة اللغوية العصبية باستخدام تقنية التبديل تعمل التقنية على تبديل الصورة إلى الذاكرة الجيدة لحث المتلقي على رد فعل إيجابي تجاه الإعلان ومن ثم التعديل في السلوك المطلوب، ويوضح المثال التالي ذلك:



شكل (٨) توظيف تقنية التبديل في تصميم الإعلان الإرشادي

جدول (٣) نموذج لتوظيف تقنية التبديل في تصميم الإعلان الإرشادي

عنصر التحليل	الوصف
هدف التقنية	استخدام المقارنة المرتكزة على حقائق والربط بين الحياة/إنقاذ انسان والموت/قتل انسان.
نوع الرسالة المستهدفة	رسالة إرشادية واضحة تحث على المحافظة على سرعة ٣٠ ميل في الساعة أو أقل.
تفسير تأثير البرمجة اللغوية العصبية على المتلقي	استخدام المصمم لشكل الوجه المنقسم لطفل في حالتي الموت والنجاة سيؤثر نفسياً بشكل سريع على المتلقي واتجاهاته نحو المحافظة على القيادة الأمانة مع تأكيد المعلومات الداعمة للإعلان على نفس الفكرة "٣٠/هناك ٨٠% نسبة نجاة، ٤٠/هناك ٨٠% نسبة موت" من المرجح أن تقتل شخصاً ما إذا ضربته بسرعة ٣٠ ميلاً في الساعة بدلاً من ٢٠ ميلاً في الساعة. حوالي نصف وفيات المشاة ناتجة عن تأثيرات ٣٠ ميل في الساعة أو أقل. عند سرعة ٢٠ ميلاً في الساعة، يتمتع معظم الناس بفرصة البقاء على قيد الحياة بنسبة ٩٩٪.

4- تقنية الإغواء Seduction في تصميم الإعلان الإرشادي :-

يعتمد الإعلان الإرشادي القائم على البرمجة اللغوية العصبية على مفاجأة المتلقي وجذب بصره للإعلان ثم الاستحواذ على انتباهه والتغلغل في نفسه وفكره حتى يتمكن الإعلان من توصيل هدفه ، حيث تعتمد تقنية الإغواء في الإعلان كأحد تقنيات البرمجة اللغوية العصبية على ربط بين ما نراه ونسمعه ونشعر به وبين عواطفنا حيث يقوم المتلقي بانتقاء الأشياء التي يدركها وهي التي تجذب وتثير انتباهه ، حيث ينظر نظرة شاملة للشيء الكلي المحيط به سواء كانت الإعلانات بكافة أنواعها أو أي شيء موجود في حياته ودنياه ، ولكنه لا ينتبه إلا إلى بعضها وهو الشيء الذي يكون أكثر إبهاراً له وبصيرته ولحواسه وعقله ، ويستطيع هذا الشيء أن يلفت انتباهه ويميل إلى إدراكه ، وهذه الصفات تتوفر معظمها في الإعلان الإرشادي القائم على البرمجة اللغوية العصبية بتقنية الإغواء. ويوضح المثال التالي ذلك:



شكل (٩) توظيف تقنية الإغواء في تصميم الإعلان الإرشادي

جدول (٤) نموذج لتوظيف تقنية الإغواء في تصميم الإعلان الإرشادي

عنصر التحليل	الوصف
هدف التقنية	تحقيق التوظيف المثالي للإغواء بين الربط بين المفصل والعظام والبطل الأسطوري الذي يدافع عن العظام من الألم.
نوع الرسالة المستهدفة	رسالة إرشادية واضحة تحث على تحسين السيطرة على الألم والعلاج الفعال.
تفسير تأثير البرمجة اللغوية العصبية على المتلقي	استخدام المصمم لشكل البطل الأسطوري اعطى اغواء للمتلقي بجودة المنتج في تحقيق العلاج، ودواء Osteo cerein هو علاج مستهدف لمرضى هشاشة العظام، لإبطاء تقدم المرض مع تحسين السيطرة على الألم على الغضاريف، مع تأكيد الجملة الإعلانية على نفس الفكرة " حماية الغضروف".

رابعاً: دراسة تطبيقية لتوظيف تقنيات البرمجة اللغوية العصبية في تصميم الإعلان الإرشادي "الحفاظ

على البيئة من المهملات"

1- النموذج التطبيقي الأول: -



شكل (١٠) النموذج التطبيقي الأول

جدول (٥) نموذج تطبيقي لتوظيف تقنية الارساء في تصميم الإعلان الإرشادي

الوصف	عنصر التحليل
الربط الشرطي بين التلوث بالمهملات والمستقبل السيء.	هدف التقنية
رسالة إرشادية واضحة تحث على الحفاظ على البيئة من المهملات.	نوع الرسالة المستهدفة
أكثر ما يؤثر في اهتمامات الانسان هو جمالها، ومن ثم فإن استخدام المصمم لزوال جمال البيئة مع ارتباطه الشرطي بالغرق في المهملات مما سيؤثر نفسياً بشكل سريع على قرارا المتلقي واتجاهاته نحو المحافظة على البيئة ومن ثم المحافظة على البيئة.	تفسير تأثير البرمجة اللغوية العصبية على المتلقي

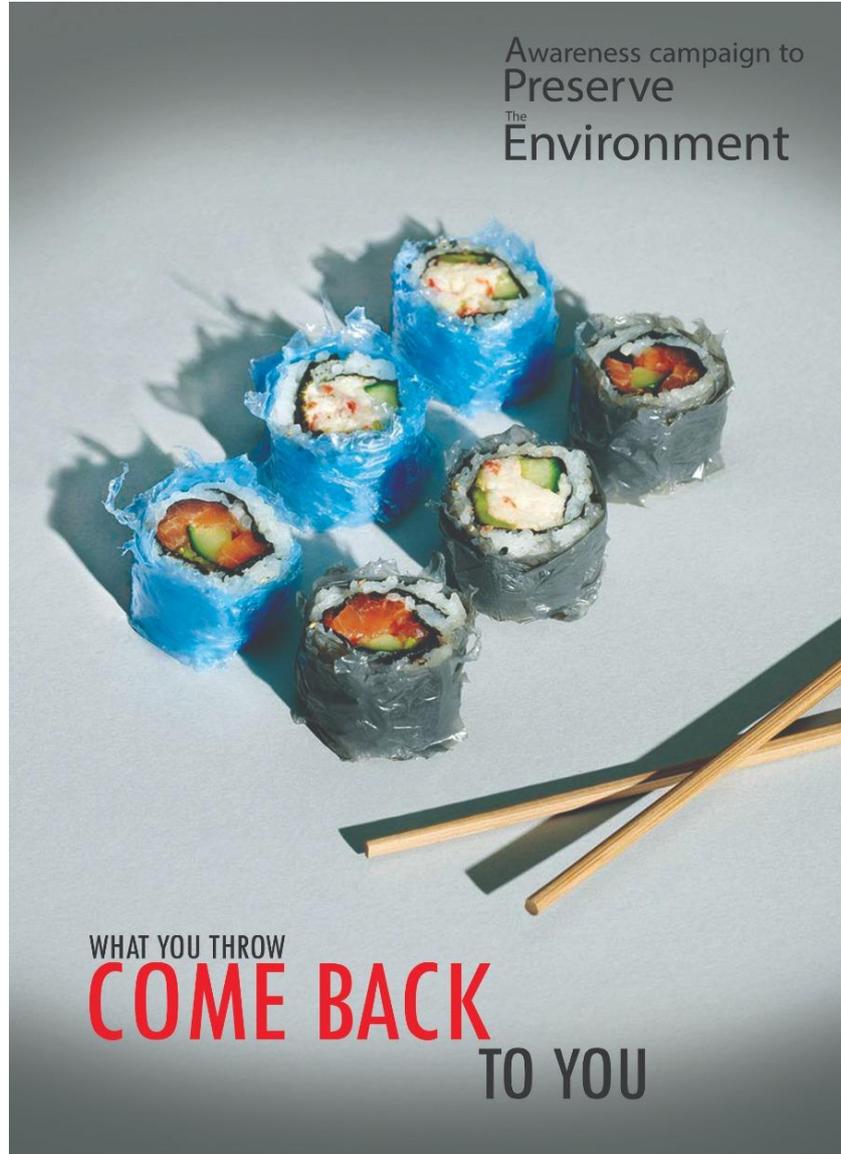
٢- النموذج التطبيقي الثاني: -



شكل (١١) النموذج التطبيقي الثاني

الوصف	عنصر التحليل
الربط بين النمط التقليدي الطبيعي لوجود السلحفاة ومقاطعة النمط بتحول السلحفاة واختناقها داخل الزجاجاة البلاستيكية.	هدف التقنية
رسالة إرشادية واضحة تحث على المحافظة على البيئة وعدم تلوثها.	نوع الرسالة المستهدفة
تحقيق التوظيف المثالي لمقاطعة النمط في رسالة إرشادية واضحة تحث على المحافظة على البيئة باستخدام المواد البلاستيكية الناتجة عن المهملات، ومن ثم فإن استخدام المصمم لشكل الزجاجاة البلاستيكية التي تخنق السلحفاة سيؤثر نفسياً بشكل سريع على المتلقي واتجاهاته نحو المحافظة على البيئة مع تأكيد الجملة الإعلانية على نفس الفكرة "هل تستحق,, توقف عن استخدام البلاستيك".	تفسير تأثير البرمجة اللغوية العصبية على المتلقي

٣- النموذج التطبيقي الثالث: -



شكل (١٢) النموذج التطبيقي الثالث

جدول (٧) نموذج لتوظيف تقنية التبديل في تصميم الإعلان الإرشادي

عناصر التحليل	الوصف
هدف التقنية	استخدام المقارنة المرتكزة على حقائق والربط بين الطعام المميز والمهمات الناتجة عن الانسان والتي قد تكون طعامه ان لم يتوقف.
نوع الرسالة المستهدفة	رسالة إرشادية واضحة تحت على المحافظة على البيئة من المهمات التي ستؤذيك قبل غيرك.
تفسير تأثير البرمجة اللغوية العصبية على المتلقي	استخدام المصمم لشكل الطعام المميز والعصاة اللاقطة للطعام مع استبدال الطعام بالمهمات سيؤثر نفسياً بشكل سريع على المتلقي واتجاهاته نحو المحافظة على البيئة مع تأكيد الجملة الإعلانية على نفس الفكرة "ما ترميه,, سيعود إليك".

نتائج البحث:

- 1- هناك العديد من تقنيات البرمجة اللغوية العصبية المختلفة التي يمكن استخدامها للعديد من الأغراض المختلفة، ويمكن استخدام كل تقنية من تقنيات البرمجة اللغوية العصبية بمفردها أو بالاشتراك مع تقنيات البرمجة اللغوية العصبية الأخرى لخلق طرق جديدة وفعالة "الدخول إلى داخل العقل".
- 2- تعتمد خصائص الإعلان الإرشادي القائم على البرمجة اللغوية العصبية على خاصيتين رئيسيتين بالإضافة إلى خصائص الإعلان الإرشادي بشكل عام وهاتان الخاصيتين هما خاصية البرمجة اللغوية العصبية الحسية وخاصية البرمجة اللغوية العصبية النفسية الوجدانية.
- 3- ترتبط تقنية الإرساء ارتباطاً وثيقاً بالأفكار السابقة التي ترسبت في ذهن الفرد ويحاول المصمم الاستفادة بها وتوجيه تقنية الإرساء لتأثير على المتلقي وتعديل سلوكه من خلال ربط الشئ السيئ بمشاكل حياتية قد تكون صحية او مجتمعية او غيرها.
- 4- يهدف توظيف تقنية مقاطعة النمط في الإعلان الإرشادي إلى الإبلاغ والإفادة والإقناع، فإذا ما اقتنع المتلقي اندفع إلى تغيير السلوك، تلك هي الخطة الكاملة للإعلان الإرشادي القائم على البرمجة اللغوية العصبية، لذلك تستخدم تقنية مقاطعة النمط في الإعلان الإرشادي لتحقيق الإقناع.
- 5- تعمل تقنية التبديل على استبدال الصورة إلى الذاكرة الجيدة لحث المتلقي على رد فعل إيجابي تجاه الإعلان ومن ثم التعديل في السلوك المطلوب.
- 6- تعتمد تقنية الإغواء في الإعلان كأحد تقنيات البرمجة اللغوية العصبية على ربط بين ما نراه ونسمعه ونشعر به وبين عواطفنا حيث يقوم المتلقي بانتقاء الأشياء التي يدركها وهي التي تجذب وتثير انتباهه من خلال الإعلان الإرشادي القائم على البرمجة اللغوية العصبية فيتم مفاجأة المتلقي وجذب بصره للإعلان ثم الاستحواذ على انتباهه والتغلغل في نفسه وفكره حتى يتمكن الإعلان من توصيل هدفه.

توصيات البحث:

- 1- التوجه نحو توظيف تقنيات البرمجة اللغوية العصبية المختلفة في تصميم الإعلان لخلق طرق جديدة وفعالة تستهدف مخاطبة العقل "للدخول إلى داخل العقل" والتأثير على المتلقي.
- 2- ضرورة الاستعانة باستراتيجية الإعلان الإرشادي القائم على البرمجة اللغوية العصبية الحسية والنفسية الوجدانية لتمكين الرسائل المستهدفة كم التأثير العميق على المتلقي.

مراجع البحث:

1. إبراهيم الفقي (٢٠٠٨) البرمجة اللغوية العصبية, إبداع للإعلام والنشر, القاهرة.
1. Ibrahim Alfaqi (2008) albarmajat allughawiat aleasabiati, 'iibdae lil'ielam walnashri, alqahirati.
2. Anita Lashkarian, Sima Sayadian(2015)The Effect of Neuro Linguistic Programming (NLP) Techniques on Young Iranian EFL Learners' Motivation, Learning Improvement, and on Teacher's Success,Procedia - Social and Behavioral Sciences,Volume 199
3. Alder H., Heather B.(2012) NLP w 21 dni, Dom Wydawniczy REBIS Sp. Z o. o., Poznań.
4. Dilts, R. D. & Epstein, T., Dilts R., W. (2011), NLP and the creativity, Edit. Alessio Roberti, Roma, Italy
5. Emilia Florina Grosu, Vlad Teodor Grosu, Carmen Aneta Preja, Boros Balint Iuliana(2014) Neuro-linguistic Programming Based on the Concept of Modelling, Procedia - Social and Behavioral Sciences 116 (2014) 3693 – 3699
6. Neville Bolt (2012) The violent image, insurgent propaganda and the New Revolution aria " ,published in united kingdom by c.hurst & co.(publishers) ltd.
7. Sue Knight (2006) NLP at work: Neuro Linguistic Programming: the difference that makes a difference in business, London, Boston: N. Brealey Pub.
8. Vlad Teodor Grosu, Emilia Florina Grosu, Tatiana Dobrescu(2014)The New Dimension of Educational Leadership – Modelling Excellence Through Neuro –Linguistic Programming Techniques, Procedia - Social and Behavioral Sciences 141 (2014) 500 – 505
9. Wętyczko L., (2016). Neurolinguistic programming in the process of self-management. , Journal of Science of the gen. Tadeusz Kosciuszko Military Academy of Land Forces, 48 (2), p. 139-158