

أثر استخدام المعايير التصميمية للإعلان المطبوع في تحقيق القيم الجمالية والتعبيرية

The impact of the use of the design criteria of printed advertising in achieving aesthetic and expressive values

أ.م.د / محمد جمال محمد عبدالمقصود

استاذ مساعد بقسم الجرافيكس والوسائط المتعددة- كلية الإعلام – جامعة الإمام محمد بن سعود

moh_gamal_75@hotmail.com

المخلص:

يعرف النظام على انه سياق ترتب بمقتضاه الوحدات والأجزاء بعلاقات متناسقة منتظمة وبذلك تكتسب هذه الوحدات شكلاً معيناً ناتجاً عن فعل النظام. ويؤكد هوفت (Sommer Hoft) إن الغرض من النظام هو وجود غاية موجهة وهذا يتعدى الناتج التكويني إلى تحقيق الفعل الأبتكاري والإبداعي. وبذلك من خلال النظام يستطيع المصمم تحقيق الجمالية لإعماله التصميمية إذ إن هناك تلاحماً بين الجمال والنظام والجمال هو ناتج دال على النظام والتنظيم . وهو ما تسعى اليه الدراسة استكشاف مجموعة من المعايير والضوابط المترابطة كالجمال والمنفعة والأمان والإيقاع والتوفير والتراكيب وغيرها بحيث تكون هذه المعايير هي المقياس الأول لنجاح أو فشل أي تصميم إعلاني.

مشكلة البحث

غياب المنهج العلمي والمعايير التصميمية للإعلان المطبوع والتي تتلاءم مع المحتوى التصميمي في تصميمات الإعلان يؤدي إلى فشل الإعلان والرسالة الإعلانية وعدم تحقيق الهدف من الحملة الإعلانية.

هدف البحث

وضع أسس منهجية لمجموعة من المعايير التصميمية والتي يمكن من خلالها التأكيد على أحد أهم عناصر تشكيل الإعلان مستنداً على منهج علمي ودراسة موضوعية لتحليل الأبعاد التصميمية للإعلان وكيفية الوصول بها إلى صياغة تصميمية ناجحة.

منهجية البحث

يستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي مستعيناً ببعض التصميمات التطبيقية من أجل الوقوف على حقائق المشكلة وتحقيق هدف البحث.

فروض البحث

يفترض البحث أن :

1. فاعلية العلاقة بين الأسس والمعايير التصميمية لتشكيل تصميم إعلاني ناجح وقدرة المتلقي على استقبال الفكرة علاقة اساسية لنجاح التصميم.
2. إتباع المنهج العلمي في تصميم الإعلان يحقق نجاح التصميم .

الكلمات المفتاحية: المعايير تصميمية - التصميم الإعلاني - المحتوى الإعلاني - البعد التصميمي - الإبداع الفني.