

تأثير الميديا على أساليب وتقنيات تصميم نوافذ العرض التجارية

أ.د/ محمد محمود أحمد شحاتة

أستاذ التصميم المتفرغ ورئيس قسم الإعلان سابقا كلية الفنون التطبيقية -جامعة حلوان

أ.م.د/ أمل محمد حسنين سراج

الأستاذ المساعد بقسم الإعلان كلية الفنون التطبيقية -جامعة دمياط، والمنتدبة بكلية الفنون التطبيقية - جامعة ٦ أكتوبر

أ.م.د/ هبة عبد المهيمن محمد عوض

الأستاذ المساعد والقائم بعمل رئيس قسم الإعلان -كلية الفنون التطبيقية - جامعة دمياط

م/ غادة عادل أحمد حماد

أخصائي نشر ومصمم دعائية وإعلان بمركز ضمان الجودة وتقييم الأداء - جامعة دمياط

ghadaadelh@gmail.com

ملخص البحث:

يهدف هذا البحث إلى تقديم صورة علمية منهجية عن تصميم نوافذ العرض التجارية التي يتم تطبيقها في المعارض والمراكز التجارية في شكل أجنحة عرض منفصلة لعرض منتجات وخدمات شركة ما، وبيان أحدث الأساليب المستخدمة في تصميم وتنفيذ السيناريو التصميمي لنافذة العرض بشكل يعزز التفاعلية بين حواس الإنسان الخمس، وذلك عن طريق استخدام خامات وتقنيات حديثة بأشكال مبتكرة لجذب الأنظار وإغراء المستهلكين للشراء، حيث تقوم التصميمات التفاعلية التي ينصب كامل تركيزها على جمهور المستهلكين بوضع أشكال مختلفة لسلوك التعامل معهم وذلك حتى يتم التأثير عليهم بكل طريقة ممكنة لزيادة فرص الإقناع وتغيير سلوك المستهلك تجاه المنتج أو الخدمة محل العرض. وساعد على تقديم هذا التصور العلمي عمل دراسة تحليلية لعينة نموذجية من نوافذ العرض التجارية حول العالم فيما بين عامي ٢٠١٦م و٢٠١٨م، تم اختيارها بناءً على عدة معايير هي: الفكرة التصميمية، الأسلوب، التقنيات المستخدمة في التصميم، تنوع مساحات نوافذ العرض، بالإضافة إلى حداثة التصميم والتنفيذ، ومن خلالها تم التوصل إلى عدة نتائج، أهمها أن التنوع في استخدام التقنيات المختلفة في تصميم نوافذ العرض التجارية ما بين التقنيات المسرحية، السينمائية (السينوغرافيا)، والتفاعلية يساعد على تحفيز تفاعل حواس الانسان الخمسة بشكل أكبر مع العرض، كما أنه من الضروري توافق التقنيات المستخدمة في تصميم نافذة العرض التجارية مع السيناريو التصميمي بحيث يخدم الفكرة التصميمية المقترحة ويساعد على إثرائها، بالإضافة إلى أن تصميم وتنفيذ نافذة عرض تجارية مبتكرة باستخدام التقنيات المختلفة، سواء كانت المسرحية أو السينمائية (السينوغرافيا) أو التفاعلية، لا يرتبط بالضرورة بكم حجم الفراغ التصميمي لنافذة العرض، حيث أنه يمكن عمل سيناريو تصميمي مبدع ومعزز بالتقنيات والأساليب الحديثة في مساحات تصميمية محدودة أيضاً.

الكلمات المفتاحية: المعرض التجاري - الميديا - التصميم التفاعلي - الفراغ المجسم - الأحداث الإعلامية - تصميم العرض الفني - أجنحة العرض.