

**استخدام أنماط فن الشارع كوسيلة إعلانية موجهة للطفل**

إ.د / تامر عبد اللطيف

أستاذ التصميم ورئيس قسم الإعلان -كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان

[proftamer@gmail.com](mailto:proftamer@gmail.com)

إ.م.د / مي علي ندا

أستاذ مساعد بقسم الإعلان -كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان

[dr.mainada@yahoo.com](mailto:dr.mainada@yahoo.com)

رنا محمد فوزى

مدرس مساعد بالمعهد العالي للفنون التطبيقية

[lroro48@yahoo.com](mailto:lroro48@yahoo.com)**ملخص البحث**

فى ظل الثورة التكنولوجية أصبح الابداع هو أساس أى عمل فنى مما أدى إلى البحث عن أفكار غير تقليدية تكسر جميع القيود المتسلسلة حول مفهوم الاعلان بشكله البسيط المتعارف عليه ليخرج من هذا النمط إلى أنماط أخرى صادمة عند استيعاب المتلقى لها لتحقيق الهدف المرجو منها ببعض المجهود الذهنى بإستغلال جميع ما هو فى البيئة محيط بنا وبعوض أنواع الفنون التى ظهرت ما بعد الحدائه وصنعت ضجة فى وقتها ومازال التطوير مستمر بها ليستغلها مصمم الاعلان فى وقتنا الحاضر فى توليفها مع فن الاعلان فى طابع درامى او فكاهى حسب نوع المنتج أو الخدمة لينال إعجاب المتلقى ويستحوذ على فئات جديدة لمتلقين جدد .

ولأن التكنولوجيا ساهمت فى رفع مستوى الابداع والابتكار فى تصميم الاعلان التى بدورها انتجت أفكار غير نمطية فريده من نوعها تعمل على تشغيل ذهن المتلقى ليصبح جزء من صناعه الاعلان فكان واجباً على الاعلان ان يدخل هذا العصر الجديد فى تطويع الوسائل التكنولوجية الحديثة فى صناعه تفاعلية الاعلان .

استغل فن الشارع جميع الانماط والاشكال والفنون والتقنيات فى إنتاج أنماط جديدة مختلفة منبثقة من الانماط المعتاد عليها ليحدث ضجة فى صناعة الاعلان ومنها يلفت الانتباه وبالتالي يحدث إثارة للاهتمام ومن خلالها يتم الادراك والتفاعل مع الفكرة لاقناع المتلقى بشكل اسرع وثابت فى الذهن فى هذا البحث سوف يتم مناقشة كيفية تطويع البيئة ذاتها فى إنتاج اعلان فن الشارع **street art advertising** و دور فن الشارع فى تأثيث الشارع بشكل مختلف قابل تطبيقه فى صناعة إعلان وأيضاً مدى استفادة فن الشارع من فنون ما بعد الحدائه والفنون المنبثقة منه وأثرها فى إنتاج شكل جديد وغير تقليدى للاعلان للفت انتباه الطفل وإثارة إهتمامه عند التعرض للرسالة الإعلانية .

**كلمات مفتاحية :**

فن الشارع , ثقافة الطفل , الاختراق الإعلاني