

التأكيد على دور الذكاء الإجتماعى فى تصميم الإعلان

أ.د/ مصطفى حسين كمال

أستاذ التصميم قسم الإعلان كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان

أ.د/ نجوى يحيى العدوى

أستاذ التصميم قسم الإعلان كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان

م.م/ كريمان حمدى الشال

معاون هيئة تدريس المعهد العالى للفنون التطبيقية- السادس من أكتوبر

kaaremanelshal@gmail.com

ملخص البحث Abstract:

إن النفس البشرية فى وجودها الظاهرى نفس جماعية . تتحرك مع الجماعة أو بالجماعة, يمكن إكتشاف نوع جديد بين الحقيقة النفسية و الحقيقة الإجتماعية , و عند ذكر الحقيقة الإجتماعية يجب أن نأخذ فى إهتمامنا قيم وعادات و تقاليد المجتمع و تكون من أول إهتمامات المصمم عند تصميم الإعلان , و يطلق على هذه العلاقة الذكاء الإجتماعى لدى المصمم لفهمه قيم المجتمع و الإلتزام بأخلاقيات المجتمع و مسايرة المعايير الإجتماعية و الحالة النفسية للمتلقى , أن يراعى المصمم كل طبقات و خصائص المجتمع , أن يشعر المصمم بالمسئولية الإجتماعية تجاه أفراد المجتمع المقصود بالإهتمام بالإرتباط العاطفى بالجماعة التى ينتمى إليها الفرد, ذلك الإرتباط يخالطه الحرص على تماسك و إستقرار الجماعة و الإنفعال بالجماعة حيث يدرك الفرد ذاته أثناء إنفعاله بالجماعة و الشعور بالتوحد مع الجماعة و الفهم هو الوعى و الإدراك من ناحية مؤسساتها و نظمها و عاداتها و قيمها و وضعها الثقافى , وكذلك فهم تاريخها الذى بدونه لا يتم فهم حاضرها و لا تصور مستقبلها, و فهم الفرد المغزى الإجتماعى الذى يقوم به , و العوامل التى تؤثر فى الجماعة, أن يعتمد المصمم على الأصالة لأن الأصالة تعتمد بصفة أساسية على الذكاء الإجتماعى أى الأصالة تكون على قدر كبير من الإرتباط بعادات و تقاليد المجتمع , و يمكن أن نضفى بمعايرنا نحن القيمة على الأفكار التى تنتمى إلينا, وأن يتم التصميم فى ضوء المعايير السليمة و قيم المجتمع الثقافية و الإجتماعية و الأخلاقية, وإدراكه للمجتمع و مراعاته لتغيير الظرف الإجتماعى, أن يساعد الإعلان على تغيير إتجاهات و سلوك المتلقى و هذا هو المطلوب من مصمم الإعلان أن يكون على دراية بالإتجاهات النفسية و الإجتماعية الخاصة بالمجتمع و مراعاته لفروق الطبقات الاجتماعية و فروق الثقافة و العادات و التقاليد .

الكلمات المفتاحية:

الإعلان, الذكاء الإجتماعى, المتلقى