

**التفكير الابتكاري لاضفاء قيمة جمالية للشعار المتحرك**

أ.د/ عطيات بيومي الجابري

أستاذ متفرغ بقسم الإعلان-كلية الفنون التطبيقية-جامعة حلوان

أ.د/ محمد شريف صبري

أستاذ متفرغ بقسم الإعلان-كلية الفنون التطبيقية-جامعة حلوان

م.م/ أميرة مصطفى محمد غازي

مدرس مساعد بكلية الفنون التطبيقية - جامعة ٦ أكتوبر

[amira.gahzi@gmail.com](mailto:amira.gahzi@gmail.com)**ملخص البحث:**

تعد الحركة من الناحية الذهنية جزءاً جوهرياً للفن وانها احدى المصادر الرئيسية للتعبير فاذا اعتبر الحركة جزءاً من طبيعة الحياة، فان الحركة هي جوهرها والزمن وهو لب الحركة ومقياس الحياة. وأن التحريك من الاعمال الفنية والتي تعتبر هدفاً وظيفياً عرضه تحريك العين عليها والسيطرة على كل عمل فني لانتاج علاقة بين الحركة وبين عناصر الفن الاخرى. وللحركة قوانين تدفعنا لظهار معالمها ، فالحركة في التصميم تخضع الى قانون ثابت ، أي قانون يرتبط بقوانين الحياة لذا فعلى المصمم ان يكافح من اجل تحقيق الحركة في التصميم فنستطيع ان ندرك اوضاع معينة غير مستقرة وندرك ان التغيير يمكن ان يكون قريب الحدوث. فالعين دائماً تتحرك في المجال المرئي من خلال فقرات تقف عندها قصيراً أو طويلاً تبعاً لما يجذبها من انتباه، وتستطيع العين ان تتبع نظاماً ومعدلاً خاصاً بها وتستطيع ان تقرر بالضبط ما اذا كان الخط يميل في حركته الى الأعلى أو الى الأسفل .

ويتحقق الفكر الابتكاري في تحريك الشعار من خلال الفكر الإبداعي أو أن يكتسب لأنه عملية ذهنية يتحكم فيها العقل في بوتقة واحدة من خلال التجربه وعمل اسكتشات وفي النهاية الوصول الى الحركة الجديدة لجذب انتباه المتلقي اثناء رؤيته وتحقيق قيمه الجماليه للشعار . فكل الابتكارات والاختراعات في تاريخ البشرية جاءت من خلال التفكير المستمر والدقيق للوصول الى الفكر الابتكاري وتحقيق القيمة الجمالية له. فقد تتضمن الحركة في التصميم فكرتين هما : التغيير والزمن فقد يحدث هذا التغيير في المجال المرئي أو الذهني في عملية الإدراك للشعارات المتحركة والتي تخدم الشركات بشكل أفضل لذلك فقد يحدث التطور لهذه الشعارات بأشكال وأنماط مختلفة، مما يحقق القيمة الجمالية.

**الكلمات المفتاحية:**

(التفكير الابتكاري - القيمة الجمالية - الشعار -الشعار المتحرك).