

هوية الإبداع في الإعلان في التصميم الجرافيكي وتأثيرها على الوظيفة

The identity of creativity in advertising in graphic design and its impact on the job

م.د/ ايمان فكرى محمد عكاشة

المدرس بقسم الجرافيك - كلية الفنون الجميلة - جامعة المنصورة

Dr. Eman Fekry Mohamed Okasha

Lecturer in the Graphic Department - Faculty of Fine Arts - Mansoura University

fosy7777777@yahoo.com

مستخلص البحث

أصبح الإعلان اليوم ضرورة من ضروريات الإنتاج وتسويق المنتجات لا سيما أن المستهلكين أمام كمّ كبير من السلع والبضائع متعددة الأنواع والمصانع، الأمر الذي جعل بالمستهلك حاجة إلى دليل مرشد ومشجع على شراء المنتج. وانطلاقاً من أهمية الإعلان في تسويق المنتجات أو الخدمات والترويج لها لا بد من أسس تقوم عليها صناعة الإعلان وتصحيحه، ولا بد من أن يتأسس الإعلان على خطط علمية، ودراسات استطلاعية لمتطلبات المستهلكين واتجاهاتهم، وتحديد الأهداف التي يراد من الإعلان تحقيقها، وهذا يعني أن صناعة الإعلان عملية تجمع بين العلم والفن وتقوم على أساس البحث العلمي في مجال السوق والتسويق، وتخضع لعملية تطوير وتطور مستمرة لا تعرف الركود لأن حاجات الناس متغيرة، وميولهم تختلف باختلاف الزمان والمكان، زد على ذلك السباق المحموم بين مؤسسات الإنتاج والخدمات على ولوج قلب المستهلك واستحالاته لمنتجاتها وخدماتها مستغلة في ذلك التقنيات الحديثة في تصميم الإعلانات ونشرها، ويحدث هذا عن طريق تأهيل المصمم جيداً من خلال دراسة المواد التي ترفع من مهاراته المهنية والإبداعية، وهنا نتكلم هوية المبدع في التصميم الإعلاني من خلال تصميمه جرافيكياً، ومدى انعكاس هذا على وظيفته.

ولو بحثت عن تلك الموجة العارمة التي تحتاح وتهدم تلك الأسس والقواعد و التقاليد الفنية والتصميمية معا تجد أنها تتمثل في الأسباب التالية :-

أولاً :- تقليص تعلم بعض (التقنيات الجرافيكية) الفنية القديمة التي تنمى الحس الفني والجمالي لدى طالب الفنون بحجة انها من تاريخ التخصص الجرافيكي وليس لها أهمية في الوقت الحالي بالنسبة للدخول في سوق العمل، وبالتالي يجب تقليصها وتقنينها، وإضافة برامج الحاسوب الجديدة التي تمكن الطالب من دخول سوق العمل بسهولة.

ثانياً :- دخول العديد من غير المتخصصين في الفنون والتصميم إلى مجال العمل بدون رقابة أو قواعد مهنية تسمح بممارسة مهنة المصمم، بحجة الحصول على دورات في برامج الجرافيك وأنواعه.

ثالثاً :- دخول رجال الأعمال في مجال إنتاج المطبوعات والتصميمات، وسيطرة المادة في الإنتاج.

الكلمات المفتاحية:

هوية، ابداع، التصميم الجرافيكي، دراسة اكااديمية، تقنيات جرافيكية

Abstract:

Advertising today has become one of the necessities of production and marketing of products, especially that consumers are in front of a large number of goods and merchandise of various types and factories, which made the consumer need a guide and encouragement to buy the product.

Based on the importance of advertising in marketing and promoting products or services, there must be foundations on which the advertising industry is based and corrected. Advertising must be based on scientific plans, exploratory studies of consumers' requirements and trends, and defining the goals that advertising is intended to achieve. This means that the advertising industry is a process that brings together It is between science and art and is based on scientific research in the field of market and marketing, and is subject to a continuous process of development and development that does not know stagnation because people's needs are changing, and their tendencies vary according to time and place. This includes modern technologies in advertising design and publishing. This happens by qualifying the designer well through studying materials that raise his professional and creative skills, and here we talk about the identity of the creator in advertising design through his graphic design, and the extent to which this reflects on his job. And if you search for that tidal wave that sweeps and destroys those foundations, rules, and artistic and design traditions together, you will find that it is represented in the following reasons: First: Reducing the learning of some of the old artistic (graphic techniques) that develop the artistic and aesthetic sense of the art student on the pretext that they are from the history of the graphic specialization and have no importance at the present time with regard to entering the labor market. Easily enter the labor market. Second: Many non-specialists in art and design enter the field of work without professional supervision or rules that allow practicing the profession of designer, under the pretext of obtaining courses in graphic programs and its types. Third: Entry of businessmen in the field of publications and designs production, and the control of material in production.

Keywords:

identity , creativity ,graphic design ,academic study , graphic techniques

المقدمة

يعد التصميم الجرافيكي هو ذلك المنهج الإبداعي الذي يعتمد اعتمادًا كليًا على دراسته بداخل أكاديميات وكليات الفنون، المختلفة ليخرج إلى المجتمع مصمم جرافيكي متخصص في هذا المجال، ومع التقدم والتكنولوجيا أصبح الاهتمام بدراسة بعض المواد الفنية ونختص بالذكر (مواد الطبعة الفنية بأنواعها الغائرة والبارزة) ،أقل اهتمامًا بحيث يتم دراستها نظريًا وليس عمليًا وتطبيقيًا ، ونتج عن هذا فقر في الأعمال التصميمية الجيدة والتي ينعدم فيها الإبداع الفني الخلاق والذي قد يختفت تدريجيًا مع مرور المزيد من الوقت ليصبح في طي النسيان، ونقصد هنا بالوظيفة ، أى المنتج الفني الأخير (الإعلان الذي يظهر في نهاية الأمر) . ويبدأ العمل التصميمي الهجين بوضع العناصر المجمعّة دون اختيار جيد لمطابقتها مع بعضها البعض لسدّ خانات الوظيفة المطلوب من أجلها هذا التصميم ، ليخرج لنا أعمال تصميمية ضعيفة من حيث الحس الفني والجمال أيضًا و الذي يخدم صاحب العمل في المقام الأول ، دون الرجوع إلى المواطن الجمالية فيه . ومن هنا تحول التصميم الجرافيكي من عملية إبداعية ابتكارية تصميمية تخدم المتلقى ، إلى عملية حسابية تسويقية خالصة تفقّر إلى الإبداع والذوق الفني الذي طالما ما استهدفه وانتظره المتلقياو رغب في مشاهدته. ونشاهد بعض الخريجين من بعض أكاديميات الفنون لم يدرسوا بعض المواد الهامة في التصميم الجرافيكي (مثل الطبعة الفنية) والتي تتمثل في مواد الطباعة البارزة والغائرة والمستوية وهذه العلوم جميعها تساعدهم مصمم الجرافيك الخريج حديثًا إلى العمل في مجال السوق ولكن بشكل صحيح ، وأيضا هي من أهم المواد التي تثقل طالب التصميم الجرافيكي على تخيل وتصوير تصميمه الأخير بعد

طباعته، وبمرور الوقت يرى المصمم تلك الخبرات الدراسية المتراكمة والتي تتقف مخيلته وخبراته الذاتية تتلاشى ، مما تتيح له الدخول فى عالم التصميم الجرافيكى ومزاولة المهنة كخريج أكاديمي، ويدخل فى نهاية الأمر إلى سوق العمل تصميمات جيدة تليق بمستوى العملاء والعامة والذوق العام . ومن هذا المنطلق يتناول هذا البحث هوية دور الإبداع الوظيفى داخل التصميم الجرافيكى العمل الفنى بين الإبداع الفنى والوظيفة المستخدمه فيه .

مشكلة البحث :-

- 1- كيف يتم تهميش إنتاج أعمال جرافيكية تفتقر إلى الإبداع الفنى بحجة مطالب سوق العمل المطروحة من أجلها؟
- 2- ماهي فائدة الأعمال الجرافيكية كوظيفة مجتمعية تصاحب رسالة ذات مدلول ومعنى؟
- 3- كيف يتسنى لنا التعامل مع دور مصمم الجرافيك الخريج وما الفرق بينه وبين الآخر الغير متخصص؟
- 4- هل إهمال دور بعض المواد (الطبعه الفنية) فى وقتنا الحالى فى تدريسها داخل بعض أكاديميات الفنون والتركيز على دور التكنولوجيا هو من دعومات التصميم الجيد والناجح؟

هدف البحث :-

- 1- يهدف البحث الى إلقاء الضوء على تهميش وتجنب بعض الأكاديميات والكليات الفنية التى تدريس مواد تنمي الحس الإبداعي والفنى لطلبة الفنون وخاصة طلبة التصميم الجرافيكى.
 - 2- يهدف البحث إلى مدى إغفال وإهمال مصممي الجرافيك للمعايير الفنية والجمالية أثناء أدائهم الوظيفة لعدم دراستهم الكافية بها.
 - 3- يهدف البحث إلى الاهتمام بوضع عناصر التصميم بشكل جيد ومدروس وخاصة فى الإعلان لإظهار مدى تمكن المصمم من أدواته.
- الحدود الزمانية :- القرن العشرين والواحد والعشرون .

منهج البحث :-

يتبع البحث المنهج الوصفي فى دراسة وتحليل مشكلة البحث .

الأسس الفنية فى تصميم الإعلان وإخراجه :-

منذ بدء الخليقة ، ومن اللحظة التي خرج فيها الإنسان من حياته البدائية وبدأ فى صنع الأدوات التي يمكن أن يستخدمها في حياته اليومية كأدوات الصيد والبناء ، بدأ يمارس عملية التصميم اعتماداً على قدراته ومهاراته ، إلا أنه بدأ يقلد الطبيعة ، فكل شيء موجود فى الطبيعة لا بد أن يكون له شكلاً ما ، وحينما نتأمل الطبيعة من هذه الزاوية سنجد أنها تتفوق في فن خلق الأشكال المثالية . وبصراع الإنسان المستمر مع الطبيعة استطاع أن يُنتج عديداً من الأشكال المشتقة منها ولكن مع إضافة لمسات جمالية إنسانية انعكست على الكثير من الأشكال الحالية التي صاغها الإنسان .

والتصميم هو جهد منظم لخطة ذات أهداف ووظائف محددة ، ويستهدف تجميع كل العناصر التي تخدم الهدف النهائي في وحدة كلية متكاملة ، كما أنه يؤسس على عوامل محددة ، ويفترض عناصر ضرورية لازمة لاكتمال التصميم . ولما كان التصميم هادفاً ومعبراً عن جهد وأداء إنساني واع فإنه يجب أن ينتهى إلى صياغة شكل محدد كما يعبر عن شيء مفهوم .

من هنا نجد أن الأسس الفنية التي يعتمد عليها التصميم والإخراج مشتقة من الطبيعة ذاتها مما حدا بأحد المديرين الفنيين بإحدى الوكالات الأمريكية الشهيرة الى أن يقول (على مدى المليون عامًا الماضية كنا نبحث عن شيء جديد ، ولكننا كنا نعود مرة أخرى إلى الطبيعة) وهكذا فإن المبادئ الأساسية في التصميم والإخراج الإعلاني تتضمن مجموعة من عناصر التصميم المختلفة الشائعة بالنسبة لكافة أنواع التصميم ، وأساس هذه المبادئ موجود في الطبيعة ، ومن الضروري معرفة هذه المبادئ وتطبيقاتها على الفنون المختلفة^١.

ويهتم التصميم الإعلاني المرئي بعاملين رئيسيين هما : طبيعة وشكل العناصر الإعلانية المطلوبة ، وتجميع هذه العناصر ووضعها في تصميم واحد يجمع بينها في وحدة جمالية وظيفية هادفة . ويذهب خبراء التصميم والإخراج الإعلاني إلى أن تصميم الإعلان وإخراجه يشترط عدة مواصفات فنية أساسية يجب اتباعها وهي على النحو التالي :

- 1- لابد أن يكون التصميم متوازنًا .
- 2- يجب تقسيم المسافات في التصميم الإعلاني بنسب محسوبة بهدف تحقيق التناسب.
- 3- يجب أن يكون اتجاه العناصر الداخلة في تكوين الإعلان المرئي واضحًا.
- 4- سيادة الوحدة في التصميم حتى يبدو الإعلان بمختلف عناصر وحدة مترابطة.
- 5- من المهم أن يكون هناك عنصرًا إعلانيًا (بطل العمل المنتج) على بقية العناصر .



احد الإعلانات عن مستحضر للتجميل

تصميم هذا الإعلان لأحد العاملين في مجال التصميم ولكن غير متخصص ، يأتي خط المنتصف ليقسم وجه الموديل من المنتصف تماما وهذا ضعف في وضع الخطوط في مكانها الصحيح . غير هذا نقل المصمم إلى الفكرة من إعلانات التجميل الأخرى .

ونشاهد أيضا في نموذج آخر :- وضع العناصر بنفس الحجم وغير منتظمة ، الخطوط الخارجية لاتتمتع بانتهاء جيد للخطوط الخارجية ، (فونط التعليق غير مناسب ، والخلفية لونها غير ملائم مع العناصر) .



احد الإعلانات عن طريقة العناية بالبشرة والجسم

وهذه المواصفات أو المبادئ الخمسة تعنى فى كلمات مختصرة (التوازن ، التناسب ، التابع ، الوحدة ، التأكيد او السيطرة) وهى المبادئ الأساسية فى تصميم الإعلانات وإخراجها ، إلى جانب مجموعة أخرى من الأسس الفنية فى هذا المجال كالتباين ، والنسبة المقياسية ، والعلاقة ، والتناغم ، والترديد وغيرها من الأسس الفنية ، ونعرض فيما يلى لأهم هذه المبادئ والأسس ، على أننا نود أن نوضح أن الهدف الأساسي من الإعلان وإخراجه هو إحداث الأثر الترويجي الذي يقصده المعلن أساساً ، وليس الحصول على إعجاب القراء بالإعلان كلوحة فنية ، فالإخراج ليس مطلوباً لذاته وإنما هو وسيلة لتحقيق غاية ، ومن هذا الاعتبار تتبع أهمية وضع المعايير الفنية المتعلقة به ، لأن عدم اتباع هذه المعايير فى ترتيب عناصر الإعلان سيجعل القارئ ينصرف عنه ولا يقرؤه وبالتالي لن يتحقق التأثير العقلي الذي ينشده المعلن ، ذلك أن الإعلان الذي يتم تصميمه وإخراجه بدون أساس فني سليم هو إعلان ضائع لاقيمة له .^٢

وهناك نوع من الجدل المثار حول ما إذا كانت الأعمال التصميمية الجيدة مبنية فى الأساس مناس أكاديمية ، أم من أجهزة الكمبيوتر التي تعمل على تعزيز العملية الإبداعية في مجال تصميم الجرافيك. ويسمح الإنتاج الكمي باستخدام الكمبيوتر للعديد من المصممين باستكشاف أفكار متعددة فى أسرع وقت ، دون الاهتمام باستكشاف الفنان اليدوية ، من أجل الحصول على نتائج سريعة ترضي العميل .

و قد يستخدم مصمم الجرافيك [الاستكشاف](#) لاستكشاف أفكار متعددة أو مختلفة بشكل سريع دون تشتيت الذهن الناتج عن الصعوبات الفنية بخصوص أعطال البرمجيات أو تعلم كيفية التعامل مع البرمجيات. وغالبا ما تستخدم [النماذج](#) اليدوية للحصول على الموافقة على تنفيذ الفكرة قبل أن يقوم المصمم باستثمار الوقت لإنتاج التصاميم النهائية على جهاز الحاسوب. هذا وقد تستخدم نفس [الرسوم](#) التوضيحية المبدئية على الورق من أجل اختيار الفكرة الأخيرة ومن ثم تنفيذها على الكمبيوتر. وقد تنتج التصاميم على جهاز الحاسوب باستخدام الطرق التقليدية في معالجة التصميم بأسلوب المصمم أثناء [تصميم الصفحة](#) أو اختيار الأعمال المصورة . هذا ويعمل مصمموا الجرافيك التقليديين على الاستعانة بالمتخصصين فى مجال الحاسوب بغرض نقل أفكارهم الخاصة التي قاموا بتفريغها على الورق إلى الكمبيوتر، دون الحاجة إلى تعلم مهارات الكمبيوتر بأنفسهم. ومع ذلك، فإن هذه الممارسة كانت أقل شيوعاً منذ ظهور [النشر](#) الإلكتروني على مر الثلاثين عاماً، وتكامله مع دورات تصميم الجرافيك.^٣

ولكن المفترض لمصمم الجرافيك الناجح أن يكون ملماً بكل أدوات وتقنيات وخامات مصمم الجرافيك ، أي التصميم والتقنيات المختلفة وبجواره برامج الكمبيوتر التي تساعده على تحقيق التصميم الخاص به ، و نذكر هنا فناني مدرسة الباهواس وما قاموا به من توحيد ودمج مذاهب الفنون الجميلة (الفنون التشكيلية) من الرسم والحفر والنحت والتصوير والعمارة مع حرفية الفنون التطبيقية أى الصناعة والإنتاج الكمي، وقد أراد فنانون الباهواس التوفيق بين المدرستين الفينيتين بأسلوبهم الخاص الجديد بدمج أفكار المدرستين وتوحيد أهدافهم لإنتاج أعمال جرافيكية وفنية تتمتع بحس الصنعة والإبداع. وقد تأثر فنانون الباهواس بفنانو المدرسة (البنائية) المدرسة (الإنشائية) (constructivism) .و يهدف الفن البنائي التجريدي والمتشدد إلى عكس المجتمع الصناعي الحديث والفضاء الحضري. رفضت الحركة الأسلوب الزخرفي لصالح التجميع الصناعي للمواد ، كان البنائيون يفضلون الفن للدعاية والأغراض الاجتماعية ، وكانوا مرتبطين بالاشتراكية السوفيتية والبلاشفة والطليعة الروسية.

كان للفن البنائي تأثير كبير على حركات الفن الحديث في القرن العشرين ، مما أثر على الاتجاهات الرئيسية مثل حركات باهواس ودي ستيل . كان تأثيره واسع الانتشار ، وكان له تأثيراً كبيراً على العمارة والنحت والتصميم الجرافيكي والتصميم الصناعي والمسرح والأفلام والرقص والأزياء وإلى حد ما الموسيقى. ومن أعمال فناني المدرسة البنائية ، وحركة دي ستيل:



المدرسة البنائية
ليوبوف بوبوفا
Lyubov Popova
Textile Design
تصميم المنسوجات
أقلام رصاص وحبر على ورق
١٩٢١



حركة دستيل
Vilmos Huszar
فيلموس هوزار
Mechano-Dancer
راقصة ميكانيكية
١٩٢٢

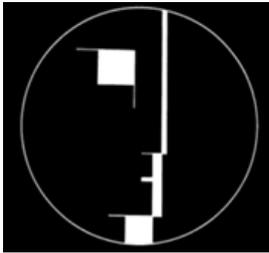
ونختص هنا بذكر مدرسة الباوهاوس وهذا لأنها المدرسة الفنية التي تناسب هذا البحث من حيث توضيح العلاقة بين دراسة الفنون الجميلة والتطبيقية معا ونعني أنها نادت بدمج المنهجين والتعمق بهما في القرن العشرين ، وأتى من بعدها ظهور الحاسوب ، واستخدام البرامج في العمل على ظهور الأعمال الفنية وخاصة الإعلان بشكل جيد وهذا ما يخدم فكرة البحث من حيث الاهتمام بالدراسة الفنية الأكاديمية بجميع تفاصيلها وتطبيقها عمليا بشكل منتج مرئي.

مدرسة الباوهاوس^١:-

هو مصطلح يعبر على مدرسة فنية نشأت في ألمانيا كانت مهمتها الدمج بين الحرفة والفنون الجميلة أو ما يسمى بالفنون التشكيلية كالرسم ، والتلوين ، والعمارة ، والنحت ، والطباعة ، والتصميم الجرافيكي ، من بين الفنون السبعة .

كان للبواهاوس تأثير كبير على الفن والهندسة المعمارية والديكور. يعتبر أسلوب البواهاوس في التصميم من أكثر تيارات الفن الحديث تأثيراً في الهندسة والتصميم في الفن المعاصر. قام بنشأة المدرسة المهندس المعماري الألماني (والتر غروبيوس) عام 1919م في فايمار في ألمانيا إلى حين أن انتقلت إلى ديساو عام 1925 ثم إلى برلين عام 1932م حيث أغلقها النظام النازي الحاكم آنذاك بدعوى أنها عالمية الطراز وغير ألمانية. يلاحظ أن مدرسة باوهاوس تجمع ما بين المدرسة التعبيرية و التكعيبية. كما أنها قد تأثرت بأفكار الفنان الإنجليزي (وليم موريس) (William Morris ١٨٣٤ - ١٨٩٦) من ناحية محاولة الدمج بين الحرفة و الفنون الجميلة. ويقول "د. أسعد عرابي" عن أهمية مدرسة "البواهاوس"، وتأثيرها على اتجاهات فنية أخرى، وكذلك ظهور تعاون الفنون في أعمال أتباع هذه المدرسة، في سياق حديثه عنها: ترعرعت ما بين الحربين، قبل أن يهاجر بعض أعمدتها إلى الولايات المتحدة في أعقاب الحرب العالمية الثانية، ولتلعب دوراً محرراً - بتعاليمها وعقائدها التربوية - في دفع الاتجاهات الهندسية والاختصاصية، ثم تردت موجاتها إلى محترفات الشاطئ الأوروبي من جديد خاصة إلى إنجلترا، اعتمدت هذه المدرسة على إعادة توحيد الفنون حول العمارة واندماجها في النسيج الحضاري والبيئي ، بعد أن تم إغلاق الأكاديمية في ألمانيا أجبر فنانون البواهاوس على الهجرة بحثاً عن وسيلة للعيش. هاجر معظم الفنانين إلى الولايات المتحدة الأمريكية مما ساهم في نشر طراز هذه المدرسة بشكل أكبر .

أسلوب منهج البواهاوس :-



شعار أكاديمية البواهاوس

النَّية الحقيقية (الأساسية) (لوالتر غروبيوس)^٩

و (هنري فون دي فالدي) كانت تحرير الفن من الصناعة وإحياء الحرفة من جديد وبالتالي كان الابتعاد عن الزخرفة الزائدة التي كانت أسلوب الفن في أوروبا عصر (الركوكو) خلال حقبة ما قبل القرن العشرين أمراً لا بد منه، والتبسيط والتجريد والعودة إلى الشكل الأساسي كان من الأساسيات التي تلاحظ في أعمال البواهاوس كما تعتمد على استخدام الألوان الأساسية، (الأحمر - الأصفر - الأزرق) كما يلاحظ في طراز البواهاوس التركيز على الأشكال الهندسية الأساسية (الدائرة والمربع والمثلث) واستخدام الخطوط والابتعاد عن المنتصف في صدر العمل. كما يمكن ملاحظة الفراغ الواسع نسبياً في تصاميم البواهاوس واستخدام نمط معين في طباعة الحروف. إضافة إلى إدخال التصوير الفوتوغرافي الصور إلى موضوعات الفن . ويرى العديد من الناقدين أن البواهاوس لم تكن ذات طراز معين بحد ذاتها بقدر ما أنها كانت وسيلة فتحت آفاقاً جديدة غير محددة الضوابط.

تأثير مدرسة البواهاوس :-

يلاحظ أن مدرسة باوهاوس تجمع ما بين المدرسة التكعيبية و التعبيرية. وكان فنانا مدرسة البواهاوس الباحثين عن توحيد الاتجاهين الفنيين، الفنون الجميلة ومذاهبها الفنية و الفنون التطبيقية أو الحرفية ، بغرض خدمة المجتمع وأفراده بكل عناصره وفئاته إلى وظيفة واحدة فقط ، هذه الوظيفة هي الارتقاء بمستوى التصميم بحيث يجمع العنصر الجمالي بداخل وظيفة حياتية ، أي العنصرين مجتمعين في قالب واحد .

وقد نشاهد في الآونة الأخيرة تجريد التصميم الجرافيكي من وظيفة الإبداع أو الشق الجمالي في العمل الفني تدريجياً ، وهذا من خلال ترك العنصر الجمالي، أما في التصميم أو التقنية بحجة مواكبة العصر الحديث والتركيز على أهم المستجدات في برامج الحاسوب وخلافه ، ويصعب على المتلقين فهم هذا التجاهل بحكم عدم خبرته أو ممارسته للمهنة ، ولكنك تسمع وتشاهد العديد من المتلقين يصرح لك عن تدني مستوى (الإعلانات أو أغلفة بعض المنتجات أو مستحضرات التجميل أو الأطعمة) بخلاف بعض التصميمات التي تتعلق بالمجلات أو الجرائد وأغلفة الكتب أو أفيشات الأفلام... إلخ ، وعند البحث في هذا الأمر تجد أنك قد جردت الوظيفة الإبداعية من العمل التصميمي مما أفقده أهميته وقيمه للمتلقى ، وأنتجت أعمالاً تصميمية تحض على ذوق متدني غير ناضج أو واعي.

ولو بحثت عن تلك الموجة العارمة التي تجتاح وتهدم تلك الأسس والقواعد والتقاليد الفنية والتصميمية معاً تجد أنها تتمثل في الأسباب التالية :-

أولاً :- تقليص تعلم بعض (التقنيات الجرافيكية) الفنية القديمة التي تنمي الحس الفني والجمالي لدى طالب الفنون بحجة أنها من تاريخ التخصص الجرافيكي وليس لها أهمية في الوقت الحالي بالنسبة للدخول في سوق العمل ، وبالتالي يجب تقليصها وتقنينها ، وإضافة برامج الحاسوب الجديدة التي تمكن الطالب من دخول سوق العمل بسهولة .
ثانياً :- دخول العديد من غير المتخصصين في الفنون والتصميم إلى مجال العمل بدون رقابة أو قواعد مهنية تسمح بممارسة مهنة المصمم ، بحجة الحصول على دورات في برامج الجرافيك وأنواعه .

ثالثاً :- دخول رجال الأعمال في مجال إنتاج المطبوعات والتصميمات ، وسيطرة المادة في الإنتاج .
وسوف نتحدث في بحثنا عن تلك الأسباب الثلاثة التي تؤدي بالتالي فقد الشق الجمالي والفني من التصميم الجرافيكي .
أولاً :- تقليص تعلم بعض التقنيات الجرافيكية الفنية القديمة (هذا في بعض أقسام الجرافيك وليس جميعها) والتي تنمي الحس الفني والجمالي لدى طالب الفنون بحجة إنها من تاريخ التخصص الجرافيكي وليس لها أهمية في الوقت الحالي بالنسبة للدخول في سوق العمل، وبالتالي يجب تقليصها وتقنينها ، وإضافة برامج الحاسوب الجديدة التي تمكن الطالب من دخول سوق العمل بسهولة .

وهذه أهم وأول نقطة جوهرية في موضوع البحث وجود الإبداع الفني داخل العمل التصميمي الجرافيكي والإعلان ووظيفته ، حيث اتجهت العديد بل والكثير من الأكاديميات الفنية في بلادنا والشرق الأوسط إلى إغفال بل وتجنب المواد الدراسية والمناهج الفنية والإبداعية التي تغذي مخيلة الطالب فنياً وفكرياً ، ولا نقصد هنا تجنب باقي المواد التأسيسية مثل (أسس التصميم ، الرسم ، تاريخ الفن) هذه اللبنة الأساسية لتعليم الفنون (التشكيلية والتطبيقية والتربية الفنية والنوعية جميعها) ونجد الداعي لهذا التهميش بدعوى زيادة مواد الحاسوب وبرامجه المتنوعة والجديدة ، مما لها أهمية في إنتاج العمل الفني التصميمي ، وعندما تعرض آرائهم تجدهم أغفلوا دور الابتكار والإبداع الفني والتقنية في مقابل تعلم الحاسوب ، ولنا هنا وقفة.. والسؤال الذي يطرح في مثل هذه الحالة كيف لنا أن ننتج عمل تصميمي مبدع ومتميز دون تخيله قبل هذا ؟

فتجد الإجابة يمكن عمل بعض الرسوم الأولية أو الخطوط السريعة لتخيل التصميم قبل ذلك. ونجد أنفسنا نسأل من جديد كيف للطالب تخيل شكل التصميم دون تعلم الأسس الرئيسية لهذا ؟ ونجد هنا الإجابة التقليدية لهذا السؤال طالب التصميم الجرافيكي لا يحتاج إلى ممارسة المواد الفنية لأنه لا يحتاج إلى ممارسة الفن ، فلا داعي لتثقيله كاهله بهذه الأعباء ، فهل هذه الإجابة منطقية أو وافية للسؤال ... ؟

من المفترض عند تكليف مصمم الجرافيك بعمل تصميم لأحد الشركات أن يكون له أدوات رئيسية لا يستطيع أن يترك إحداها دون الأخرى ، في البداية مرحلة التصور والتخيل والتي تتطلب رسم العديد من الرسومات المبدئية (layout) يراعى

فيها المصمم العناصر التصميمية بشكل أكاديمي ، مع تخيل وضع العناصر المصاحبة ، وتخيل المنظور واتجاهات الأحجام ، ومراعاة الثقافة العامة للمتلقي ونوع الخطوط وخلفية العمل والتأثير النفسي والعاطفي على المتلقي . هذه العناصر جميعها يجب أن يكون مصمم الجرافيك على دراية بها، ثم تأتي مرحلة الحاسوب التي تكمل الشق الآخر الإبداعي في التصميم ، مما يستوجب معرفة برامج الحاسوب وطرق استخدام الخدع البصرية والأدوات التيستخدمها المصمم لتحقيق هدفه في إخراج التصميم المطلوب. فلو أغفلنا أى جانب من هذه الجوانب اختل ميزان التصميم. ويمكن أن ينتج عمل به جوانب إيجابية وأخرى سلبية ، هذه العناصر الإبداعية جميعها تتحد في خلاصة منتج جيد لتحقيق وظيفة حياتية وهو المراد إثباته وتحقيقه وهو الهدف النهائي. ولكن كما أسلفت وذكرت أنه في وقتنا الحالي يتم تهميش هذه المواد الهامة التي تساعد الطالب المتخصص في مجال العمل من الكليات والأكاديميات الفنية . فنجد اتجاه عام لنبذ التقنيات الفنية الجرافيكية بدعوى أن الإنتاج الكمي هو الحديث وهو المطلوب ، وإن التقنيات الفنية أصبحت تاريخ قديم يمكن أن يدرسها الطالب نظرياً دون المشاهدة العملية والفعلية . وهنا تم السؤال من قبل الباحثة إلى أحد أساتذة الفن الأكاديميين السابقين عن وجود تلك التقنيات الجرافيكية سابقاً في دراستهم الجامعية أثناء الدراسة، وجدت الباحثة الإجابة منهم أنهم قد خسروا الكثير من الخبرات المكتسبة والمهارات الفنية الأكاديمية منذ أن أوقفوا دراسة هذه المواد وهمشوها وحولوا مسارها إلى مواد أخرى ، وتساءل الباحثة لماذا خسروا ؟ فتجد الرد لأنهم كانوا يبتكروا ويتصوروا التصميم أولاً ومن ثم التنفيذ يدوياً على الأسطح الطباعية ، ويتخلوا كل التقنيات المتاحة أثناء أدائهم عملياً بشكل واضح ، ثم يطبقون هذا الإنتاج مرة أخرى عملياً من خلال البرامج المساعدة في إخراج العمل بشكل مناسب في نهاية الأمر. هذا لأنهم تدرجوا من مرحلة التصميم والتنفيذ إلى مرحلة الإخراج بشكل نهائي صحيح .

ويقال أيضاً من القائمين على تقليل هذه التقنيات أنها لا تنتمي إلى التخصص الدقيق حيث أنها تقنيات فنية بحتة ولا تمت بصلة للتصميم الجرافيكي بشكل عام، وعند مناقشة هذا الأمر فإنني أعرض سؤال آخر هل هذه التقنيات فعلا فنية بحتة ولا تمت بصلة للتصميم الجرافيكي ؟ ولو أخذنا مثال لتقنين بعض التقنيات فيمكن أن نلقي الضوء على (الطبعة الفنية التقليدية) وكيف هذا وهذه التقنية هي أساس بل والدعامة الأولى لنشأة التصميم الجرافيكي والإنتاج الكمي الحديث ، وكيف لنا فصلها عمليا وهي أساس إنتاج جميع التصميمات الجرافيكية بكل أنواعها الغائرة والبارزة والمستوية والمنفذة ، فكل الماكينات الحديثة التي تستعمل في الشركات والمطابع الخاصة بالدعاية والإعلان هي في الأساس ماكينة الطباعة الغائرة (واحد لون) وهياكل البنية الأولى لفكرة فصل اللون بعد ذلك ، ومع التقدم العلمي أصبحت أكثر من خمس إلى ست ألوان ولكنها تعمل بالكهرباء لزيادة الإنتاج .

وكيف تفصل الطباعة اليدوية التي تعرف الطالب على إمكانيات العمل بشكل جيد على السطح الطباعي نظرياً دون رؤية ولو نموذج مصغر لطريقة الطباعة وتنظيف اللون وطباعة الكيلاشيه مع إسطوانة السلندر الطباعي ، ولو تحدثنا عن الطباعة المنفذة والتي تستعمل إلى الآن بقوة في شركات طباعة المنسوجات عن طريق شبلونات حريرية الصنع ، وتنتج مطبوعات رائعة الجودة وهذا تطبيقاً لكلام المتخصصين في المجال ، وكيف نغفل عن هذه التقنيات المختلفة وهي الأساس الأول لفكرة تنفيذ أول بوستر دعائياً نفذه الفنان (تولوز لوتريك) (T. Lautrec) (١٨٦٤ - ١٩٠١) للممثلة (جين افريل) وهياحدى الممثلات في باريس (شكل ١) والمنفذة بطريقة الليثوجراف ، و (شكل ٢) المولان روج والمنفذ بطريقة الليثوجراف أيضاً وهذه النماذج من ضمن مجموعة الكيلاشيهات المنفذة لليثوجراف عن حياة الممثلين في موناكو . وتعتبر الطباعة البارزة والغائرة والمستوية عملية صنع أعمال فنية من خلال الطباعة على [الورق](#) والمواد أو السطوح الأخرى ، فيمكن إنتاج نسخ متعددة من نفس الكيلاشيه ، وهو ما يسمى النسخة المطبوعة.

ويتم إنشاء الطباعة من سطح أصلي وحيد ، يعرف تقنيًا باسم المسطح الطباعي (الكلاشيه). وتشمل الأنواع الشائعة من المصفوفات : لوحات معدنية، تكون عادة من النحاس أو الزنك للحفر والطبع عليه، أو من الحجر، وتستعمل من أجل الطباعة الحجرية ، أو من كتل الخشب من أجل عمل نسخ طباعية من أصل خشبي محفور ، أو من أسطح (اللينولونيم) البلاستيكية ، وهناك العديد من الأنواع الأخرى ، ففي العصر الحديث، تنتج الأعمال المطبوعة من لوحة واحدة نسخة وحيدة يطلق عليها (mono print).^{١٦}

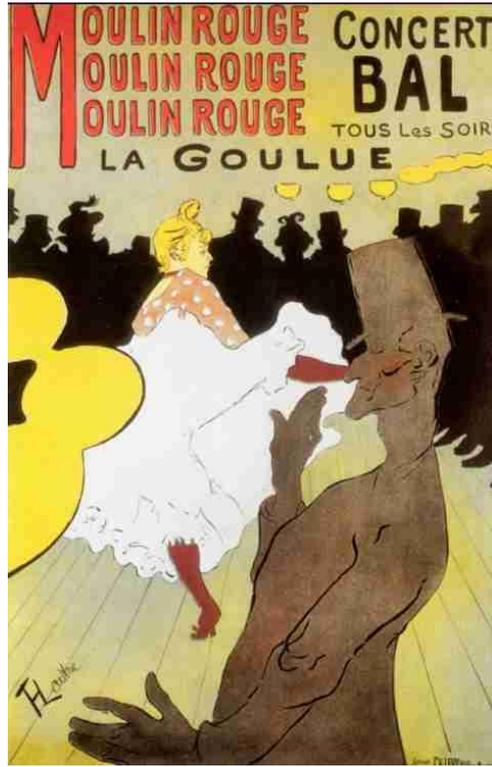
وقد ذكرنا أن للتكنولوجيا مميزات ومشاكل، ذلك إلى أنها رفعت حد المستطاع ، وإنها مشاكل موجودة بالفعل ولم تحسم بعد وتتطلب عقول مبدعة ومنتجة ومستنيرة تملك الحكمة والمعرفة والوعي فيجب اختيار تصور لمواجهة تلك المخاطر ووضع حلول تصون وتحافظ على ثقافتنا وهويتنا^{١٧} ونستنتج من هذا أن دور مواد الطباعة هي أساس تاريخي وتقني لا بد من الاستفادة منه عمليًا ونظريًا لإتاحة الفرصة لدراسة تقنياته المختلفة وهذا لإثراء الوجدان و التخيل من خلال العمل التصميمي ، ولا يمكن الاستغناء عنها بهذه الحجج التي تقلل من أهميتها ، وتهميش دورها الهام والفني في إنجاح التصميم بشكل مُرضي للمصمم والمتلقي .



(شكل ١) تولوز لوتريك

جين افريل

طباعة حجرية ملونة



(شكل ٢) تولوز لوتريك

المولان روج

طباعة حجرية ملونة ١٨٩١

ثانياً : - دخول العديد من غير المتخصصين في الفنون والتصميم إلى مجال العمل بدون رقابة أو قواعد مهنية تسمح بممارسة مهنة المصمم ، بحجة الحصول على دورات في برامج الجرافيك وأنواعه .

وهي النقطة الثانية التي سنلقى عليها الضوء دخول الغير متخصصين أو الغير مؤهلين فنياً في مجال التصميم الجرافيكي ، فنلاحظ مع ظهور البرامج التي تتعلق بالترفيه التي يقدمها الحاسوب ، ومع ظروف قلة فرص العمل في مجالات تخرجهم من كلياتهم ، نجد أن بعض المؤسسات التي تقدم الدورات للمتخصصين تقيم بعض الدورات لغير المتخصصين والهواة أيضاً ولا نستطيع إيقاف من يريد أن يزود معرفته وقدراته ، ولكن نجد هؤلاء الشباب ينجذب إلى تعلم برامج الكمبيوتر والتي تستلزم كما عرضنا سابقاً إلى الذوق الفني والدراسة المتعمقة أكاديمياً . لا يوجد في عصرنا الحالي من لا يعرف ماهو التصميم الجرافيكي.. وماهي الفرص الوظيفية المتاحة والتي يحظى بها المُبدعون في هذا المجال الواسع ، والذي يتنامى بسرعة هائلة في سوق العمل ، ويُعتبر من أكثر المهن انتشاراً من قبل الهيئات والمؤسسات والشركات ... الخ .

فمصمم الجرافيك يستخدم أدواته وخبراته في تنفيذ تصميماته مثل برامج (الفوتوشوب ، الانديزاين ، الأليستريتور ، 3d ماكس وغيرها من البرامج ، لخروج المطبوعات في أفضل وضع ، هذه التصميمات تشمل الإعلانات ، البوسترات، أشكال المنتجات، تصميمات المجلات والصحف والكتب وغيرها .. لذلك ، يُعتبر المصمم الجرافيكي هو حجر الأساس في مجال الدعاية .. وفي نفس الوقت مصمم مُبدع يهوى الابتكار والإبداع ..، فلا بد له من مواصفات خاصة للخوض في هذا المضمار .

وكما ذكرنا ، متطلبات سوق العمل المفتوح أمام هذا التخصص لا يُمكن حصرها أبداً، باعتبار أن عالم الجرافيك أصبح مُفترناً بصناعات ضخمة كالدعاية والإعلان والإنتاج التلفزيوني وتحرير الفيديو وتصميم المواقع وغيرها .. إلا أننا يمكننا ان نستعرض أهم هذه الوظائف الأكثر شيوعاً وانتشاراً في مجال الدعاية والإعلان .

مصمم جرافيك : -يستخدم المصمم الصور والألوان وكل ماله علاقة بعمل الشعارات واللافتات والرسومات ، من خلال برامج مثل (الفوتوشوب، والفلاش، والألستریتور).. ولكن هذه المهمة تحديداً تستلزم وجود مصمم له القدرة على تنفيذ المطلوب من خلال تطويع أدواته ومهاراته الفنية أثناء التنفيذ ..

مصمم الفلاش : - مصممين الفلاش يكونوا ذو خبرة في استخدام برنامج الفلاش وهو برنامج لعمل تصميمات لمواقع الإنترنت، وذو تقنيات عالية في استخدام المؤثرات البصرية .

مصمم الفوتوشوب:- هو مصمم لديه قدرة عالية على استخدام برنامج الفوتوشوب، لتحسين الصورة وتعديلها والحصول على أفضل مظهر لها يساعد على توصيل رسالة المصمم.

هذه الوظائف وغيرها الكثير تتواجد في أغلبية الأعمال الأخرى ، بدءاً من المحل التجاري الصغير الذي يرغب في عمل مطبوعات تسويقية له .. وانتهاءً بالمؤسسة الكبرى العالمية التي تُركز على طرح خططها التسويقية لموقعها على الإنترنت الذي صممه ووضع شعاره ووضع تصوره وعدّل الصور فيه .

ونستنتج في نهاية النقطة الثانية أن سوق العمل ممكن أن يستوعب من المصممين المتخصصين والغير دارسين أيضاً أكاديمياً ، على أن الغير دارسين هم من أصحاب المهن المختلفة التي لم تنشأ الظروف مساعدتهم للعمل في مجالهم نتيجة لعد سهولة العمل بها ، فاضطروا الى العمل في مجال التصميم الجرافيكي لانتشاره وأهميته الحالية ، مما أضعف الذوق العام في نهاية الأمر وأدى بالتصميمات والمطبوعات الجرافيكية إلى مستوى رديء في تقديم منتج جيد وبالتالي يعكس هذا السبب على الذوق العام والمجتمع ككل .

باختصار : التصميم الجرافيكي اليوم هو الوظيفة الأكثر شيوعاً بين الشباب المُتخصص والغير مُتخصص .. لأنها في نهاية الأمر مُتعة وإبداع وفن ، قبل أن تكون وظيفة مُربحة!^{١٤}

ثالثاً : - دخول رجال الأعمال في مجال إنتاج المطبوعات والتصميمات ، وسيطرة المادة في الإنتاج .

هناك حقيقة مفادها، ان تصميم المطبوعات الجرافيكية حتى بدايات عام ١٩٠٠ ، كانت آلية تنفيذه تتم يدوياً، حتى تجهيز الأفلام ما قبل الطباعة، وهذا ما يتطلب المزيد من الوقت والدقة والمهارة لضمان نتائج ونهايات ممتازة والتي بالطبع تنتهي في الطباعة . أما الحاسوب فقد دخل مجال التصميم بالسبعينيات في كل من أوروبا وأمريكا، أما الوطن العربي فقد دخل لبنان في أواخر عام ١٩٨٥ والأردن في بدايات عام ١٩٨٦، أما الشركات السباقه التي أدخلت الكمبيوتر إلى تصميم الجرافيك فقد كانت شركة آبل مآكتوش، فكان لها يد العون لكثرة حقول النشر والتصميم ، ولن ننسى دور مجلة (اميرج Emerge) في إبراز دور الكمبيوتر في صناعة تصميم الجرافيك الرقمي.

وكانت آراء مصممي الجرافيك اختلفت حول موقفهم من الحاسوب، وبرامج التصميم به، فقد وجدنا آراء أخذت الموقف السلبي وأخرى الإيجابية حول استخدامه، ففي الاتجاه السلبي وخاصة في منطقتنا العربية نجد أنه انتشر بغزارة في العاملين في مجال التصميم، بعد أن كان تخصصاً للبعض من المحترفين وأصحاب مهارات يدوية متميزة، مما أدى إلى وجود تصميم جرافيكي تغيب عنه أسس وعناصر التصميم، واصبحت سلطة رأس المال المتحكمة في المخرجات.^{١٥}

ودائماً ما يتحكم رأس المال في كل الأشياء ونذكر على سبيل المثال لا الحصر الطعام، السكن،المتنزهات، المحال التجارية،الخدمات العامة والخاصة ، وفي مجال التصميم الجرافيكي أيضاً يتحكم المال المنجسد في رجال الاعمال وذويهم من صناعات القرار ، بحيث عند البدء في مشروع ما يجب عمل المطبوعات والحملات الإعلانية لإقامة هذا المشروع ، وهنا تقع شركات الدعاية والإعلان في برائن رأس المال الذي يتحكم في كل شيء ، فيأتى من هو منوط بالأمر ويشاهد التصميمات ثم يقوم بالتعديل على مصمم الجرافيك ويضع العناصر كما يشاء وكأن المصمم هو أداة لتحقيق رغباته المدفونة في عمله ، ويتناسى دائماً أن المصمم هو المبدع والفنان ومخرج العمل الجرافيكي حسب رؤيته الفنية والتصميمية ، وعند سؤال مصممي

الجرافيك بداخل سوق العمل عن آرائهم في عملاتهم نجد الإجابة أنه يتفق غالبيتهم على تدخل العملاء أو رجال الأعمال في التصميمات ويقوموا بالتعديلات التي يمكن أن تسقط التصميم بشكل واضح ، وهذه الشكوى هي أساس البحث عن الأسباب الرئيسية للتدخل المباشر في العمل ، ونجد أن الغالبية العظمى من أصحاب الأعمال يشعر بالحس الفني من داخله ويبيدي رأيه بناءً على أنه منتج العمل ويمكن التدخل للحفاظ على مديف من مصروفات في مسارها الحقيقي ، أو للمحافظة على ذوق المنتج الخاص به أو أنه يتنافس مع أحد أقرانه في هذا المجال فتنشأ ما بينهم روح المنافسة التي تجعله يناقش في مضمار ليس له علاقة به ، وهذا ينطبق على أصحاب الشركات والمطاعم والمحال الصغيرة أيضا من وجود لافقات سيئة وتسيء إلى مصممي الجرافيك ، وعند معرفة السبب الحقيقي هو تدخل العميل بشكل كامل في هذه العملية .

ومن جانب آخر يقوم صاحب المكتب التصميمي أو المشرف عليه أيضا بالضغط بشكل أو آخر على مصمم الجرافيك ليتحمل ضغط العمل ومتطلبات العميل وجودة المنتج في ذات الوقت ، دون مراعاة لكمية المهام الملقاة على عاتق المصمم من جميع الجوانب ، فيهرب إلى تصميمات تفتقر إلى الحس الجمالي والإنساني ولا يحقق الوظيفة المطلوب من أجلها هذا التصميم لإرضاء العميل وصاحب العمل دون الرضا التام عن المنتج في صورته النهائية وبالتالي تكرر المسألة في ظهور تصميمات غير لائقة ودون المستوى المطلوب تفسد الذوق العام .

ونربأيا أيضا أن رأس المال يتحكم دائما ، فنجد عند البدء في حملة إعلانية لمنتج ما ، وتعرض المناقصة على جميع شركات الدعاية والإعلان نجد أن من يقدم أقل سعر يقع الاختيار عليه، وينعكس هذا الاختيار على الآتي ، أولا :- تقليل الراتب الأساسي للمصمم بحجة أن الشركة لا تتحمل جميع النفقات والتكلفة الفعلية قليلة جدا ، وثانيا :- جلب أرخص الخامات المستخدمة من أدوات وألوان أو تجهيزات لبرامج الكمبيوتر ، وهذا يؤدي في نهاية الأمر إلى خروج المنتج في شكل غير مكتمل أحيانا ، وعند عرض الحملة الإعلانية تظهر جميع العيوب في عملية الإخراج الأخيرة ، وينعكس هذا الأمر على المصممين باتهامهم بالإهمال وعدم اظهار شركتهم في أفضل صورة ، مع معرفة صاحب العمل بكل هذه المشاكل ، وعندما نسأل مصممي الجرافيك لماذا لم تناقش هذا الأمر مع صاحب العمل ؟ يجيب على الفور أنه تم طرح هذه المسألة أكثر من مرة ولكن لاجدوى من المناقشة لأن صاحب العمل يريد أن يسترد نقوده من إنتاج الحملة ويريد أن يربح الأضعاف من ورائها ، دون الاهتمام بالجودة المطلوبة أو للمنتج المعروض. وهذا عكس الشركات العالمية للدعاية والإعلان ، فهي تهتم بجودة المنتج وراحة المصمم ليخرج أجود وأفضل ما يتخيله من أفكار وتصميمات ، والحصول على أجود أنواع الخامات المستخدمة في إنتاج عملية الابتكار الإبداعي التصميمي للمنتج ، وهذا للحفاظ على اسم شركة الإنتاج ووجودها على الساحة الإعلانية ، وجميع المصممين بداخلها ، فرأس المال هنا يلعب الدور الأساسي على الحصول على جودة المنتج و رغبة المتلقى وإثارة مشاعره فإخراج المنتج الذي يتمتع بجودة عالية ويقدمها الى المستهلك في أجود صورة ، ولو كلفه الأمر الكثير من المال والوقت والجهد، وهنا الضمير المهني يكون في مقدمة الأمر لأن المصمم جزء من منظومة كبيرة ولها عدة أذرع تتمحور وتتجمع لتنتج في نهاية الأمر عنصر جيد وبناء في المجتمع بشكل عام . ولو أغفلنا هذا الضمير المهني وقلنا الإنتاج المادي، مع إهمال دور المصممين المتخصصين في التصميم ، نجد المنتج المقدم إلى الجمهور في أسوأ ما يكون مما له رد الفعل رفض المنتج بشكل خاص والمجتمع بشكل عام المتمثل في المتلقي.

وإذا كان لنا أن نلخص هذا البحث في كلمات قليلة ، نقول أن كل مصمم يجب أن يكون لديه المقدرة الإبداعية والابتكارية مع الدراسة الأكاديمية والثقافية الجيدة المبنية على أسس علمية وفنية دون إهمال الشق الفني والجمالي بجوار التصميم ، وتوفر شركات الإنتاج الامكانيات المادية للمصممين ، للحصول على أفضل نتائج دون إبداء الآراء الغير ناضجة أو المتخصصة في التصميم نفسه ، ينتج لنا في نهاية الأمر (منتج) سواء بوستر أو إعلان أو تصميم جرافيكي مبنى على

أسس جيدة وموفقة العناصر ،أى ينتج عمل فى مبدع وناضج صاحب هدف ووظيفة ممتازة من خلال التصميم الإعلاني الجرافيكي الذي يرقى لمشاهدة متلقٍ واعٍ ومتثقف ويحترم مشاعره وإنسانيته .

نتائج البحث :-

- 1- لابد من التأكد من الضوابط التي تبنى على أساسها شركات الدعاية والإعلان من الكفاءات والكوادر المتخصصة فى مجال العمل وتبتعد تدريجياً عن غير المتخصصين فى هذا المجال للمحافظة على الهوية.
- 2- التصميم الجرافيكي الجيد والمتقن هو الذى يعتمد على عدة عناصر متكاملة مصمم ممتاز ذو خبرة ودراسة ، بيئة صالحة للعمل تراعى دقة التخصص ، ورأس المال المتوفر الذى يهتم للمخرجات الإعلانية والرسالة الهادفة ، ويحترم عقل المتلقي العادي والمتثقف أيضاً .
- 3- التصميم الجرافيكي هي وظيفة إبداعية وفنية وتصميمة تتمتع بعدة عناصر تكمل بعضها البعض داخل منظومة مجتمعية خالصة .

توصيات البحث :-

- 1- عدم تدخل رأس المال المتمثل فى (رجال الأعمال) بشكل مباشر فى عملية إنتاج الإعلان ، ويمكن إبداء الرأي وترك الأمر إلى المتخصصين وذوي الخبرة للمحافظة فى نهاية الأمر هوية التصميم .
- 2- يجب الاهتمام بخريجي التصميم الجرافيكي وإعطائهم الأولوية فى ممارسة مهنتهم ، ومحاولة تقليل الغير متخصصين للمحافظة على جودة المنتج النهائي تصميمياً واسم مؤسسة العمل .
- 3- يجب عدم تقليل وتهميش المواد الفنية الإبداعية والتقنية التي تنقل وتتقف طالب التصميم الجرافيكي ، بل يجب الاهتمام بها والمحافظة عليها لأنها هى أساس التصميم الجرافيكي وتاريخه، وكل ما هو قديم صاحب هوية وثقافة ولعدم تخريج جيل من المصممين المتميزين فى الحاسوب ويفتقرون للإبداع والوظيفة الحقيقية .
- 4- يجب على مصمم الجرافيك احترام ثقافة المجتمع وهويته والارتقاء بالذوق العام بتصميمات هادفة صاحبة وظيفة وإبداع فني جيد .

مراجع البحث :-

اولا :- المراجع العربية

- 1- عكاشة فكرى محمد ، تنمية وجدان الطفل من خلال التأمل فى عناصر الطبيعة وأعمال الفنانين المصريين ، بحث منشور فى مجلة التربية الفنية بالزمالك ، جامعة حلوان .
- 1- Okasha Fekry Mohamed ,Tanmyt wegdan eltefl mn 7'lal eltaml fy 3naser eltabe3a wa a3mal elfananen elmasryen, b7s manshor fy maglet eltarbya elfanya , zamalek , gam3t helwan .
- 2- - سمير محمد حسين ، الاعلان ، مطابع سجل العرب ، الطبعة الثالثة ، القاهرة ١٩٨٤ . ص٤١٦ : ٤١٨ .
- Heseen Samer Mohamed ,ele3lan ,Mtab3 Sgl El3rab ,Eltab3a Elthalta ,Elkahera 1984 , p 416,418 .
- ٣ - عبد الحى جمال ، الفنون البصرية ودورها فى الحفاظ على الثقافة والهوية ، مجلة العمارة والفنون الإنسانية ، العدد الحادى عشر ، المجلد الثالث ، ٢٠١٨ .
- Abd el7y Gmal ,Elfnon Elbsrya Wa doraha fy El7efaz 3la Elsakafa Wa elhawya ,mgalt El3mara We elfnon Elensanya ,El3dd El7ady 3shr ,Elmoglad Eltalet 2018 .
- ٤ - الصيرفي محمد عبد الفتاح ، الإعلان انواعه مبادئه وطرق اعداده ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، ٢٠١٣ .

