

هوية الإبداع فى الإعلان فى التصميم الجرافيكى وتأثيرها على الوظيفة

م.د/ ايمان فكرى محمد عكاشة

المدرس بقسم الجرافيك - كلية الفنون الجميلة - جامعة المنصورة

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 فى تسويق المنتجات أو الخدمات والترويج لها لابد من أسس تقوم عليها صناعة الإعلان وتصحيحه، ولابد 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 فى 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 فى ذلك التقنيات الحديثة فى تصميم الإعلانات ونشرها، ويحدث هذا عن طريق تأهيل المصمم جيداً من خلال دراسة المواد التي ترفع من مهاراته المهنية والإبداعية، وهنا نتكلم هوية المبدع فى التصميم الإعلانى من خلال تصميمه جرافيكياً، ومدى انعكاس هذا على وظيفته.

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

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

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

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

الكلمات المفتاحية:

هوية، ابداع، التصميم الجرافيكى، دراسة اكاديمية، تقنيات جرافيكية