

الاستراتيجيات الإبداعية وتنوع التأثير الثقافي لابتكار تصميمات طباعية للبراند بهوية مصرية Creative strategies and diversity of cultural influence to create printing designs for the brand with an Egyptian identity

دينا أحمد نفاذي

أستاذ بقسم الموضة، المعهد العالي للفنون التطبيقية، السادس من أكتوبر، جمهورية مصر العربية
dinanafady@yahoo.com ، dina.nafady@appliedarts.edu.eg

إيمان صلاح الدين محمد

مدرس بقسم الجرافيك وفنون الإعلان، المعهد العالي للفنون التطبيقية، السادس من أكتوبر، جمهورية مصر العربية
eeman.salah@yahoo.com ، eman.salah@appliedarts.edu.eg

كلمات دالة: Keywords

الاستراتيجيات الإبداعية Creative
strategies، التأثير الثقافي Cultural
influence، تصميمات طباعية Printed designs، البراند Brand، الهوية المصرية Egyptian identity

ملخص البحث: Abstract

تعيش العلامات التجارية في عصرنا الحالي العديد من التحديات المستمرة للابتكار لتمييز نفسها في ساحة التنافس الشديدة؛ وفي هذا السياق يأتي دور التصميم الطباعي كعنصر رئيسي يساهم في بناء وتعزيز هوية العلامة التجارية وجذب انتباه الجمهور. ومن هنا ظهرت مشكلة البحث في استكشاف الاستراتيجيات الإبداعية من خلال تنوع التأثيرات الثقافية المختلفة التي يُمكن أن تستخدم في تصميمات البراندات بطابع مصري مع التركيز على دمج الحركات والمدارس الفنية العالمية بهوية مصرية معاصرة حيث أن مصر موطنًا للتراث الفني ثري ومتنوع وتتسم بهوية ثقافية فريدة فالتراث يشكل قاعدة مهمة للتفاعل مع الحركات والمدارس الفنية العالمية ويفتح أفقًا لتطوير تصميمات طباعية تجمع بين التراث المصري الأصيل والمعاصرة، ويهدف هذا البحث إلى فهم كيف يُمكن أن تلعب رموز ودلالات الهوية البصرية دورًا محوريًا في تصميمات البراندات وكيفية دمجها بشكل فعال مع التأثيرات العالمية باعتبارها جزءًا أساسيًا من استراتيجية التسويق، وطرح مداخل تجريبية جديدة لاستحداث تصميمات طباعية للبراندات بهوية مصرية مع تحقيق التوازن بين الهوية المصرية والتأثيرات العالمية الحديثة في تصميمات البراندات، وكيف يُمكن للتصميمات الطباعية أن تحقق جاذبية ثقافية تجاه المنتجات المصرية، وتكمن أهمية البحث في توجيه اهتمام مستدام نحو التصميم الطباعي وتوجيه اهتمام الباحثين والمهتمين نحو فهم أفضل للعلاقة بين الاستراتيجيات الإبداعية والتأثير الثقافي في مجال تصميم البراندات مما يساهم في تطوير المفاهيم والممارسات في هذا المجال، ويفترض البحث وجود علاقة تفاعلية إيجابية بين الحركات الفنية العالمية والهوية المصرية حيث يُمكن لتكاملهما أن يُحدث تأثيرًا إيجابيًا على تصميمات البراندات الطباعية من خلال دمج الهوية المصرية مع الحركات الفنية العالمية الذي سيؤدي إلى تعزيز جاذبية البراندات المصرية في الأسواق الدولية ويساهم في عمليات التسويق، وينتهج البحث المنهج الوصفي التحليلي في وصف وتحليل بعض النماذج من الحركات والمدارس الفنية العالمية وكذلك ابتكار أفكار التصميمية الطباعية التي تدمج المدارس والحركات الفنية العالمية مع الهوية المصرية، بجانب المنهج التجريبي في استحداث أفكار تصميمية مع التركيز على إيجاد حلقة اتصال بين الهوية المصرية والمدارس والحركات الفنية العالمية في سبيل تطوير تصميمات طباعية فعالة وملهمة لأقمشة الوساحات.

Paper received January 22, 2024, Accepted April 05, 2024, Published on line May 01, 2024

3- مواجهة البراندات المصرية صعوبة في اختراق الأسواق العالمية مما يقلل من قدرتها على جذب انتباه العملاء الدوليين.

أهداف البحث: Research Objectives

- 1- دمج الحركات والمدارس الفنية العالمية مع الهوية المصرية من خلال تحليل بعض الأعمال الفنية العالمية لابتكار تصميمات البراندات الطباعية مسلطًا الضوء على الجوانب الإبداعية والثقافية لابتكار تصميمات الطباعة للبراندات.
- 2- تقديم استراتيجيات إبداعية ملهمة تستفيد من التكامل بين الحركات والمدارس الفنية العالمية والهوية المصرية، بهدف إثراء مجال تصميم البراندات الطباعية وتحفيز الإبداع في هذا السياق.
- 3- التأكيد على تأثير الاستراتيجيات الفنية والإبداع من خلال تحليل التأثير الذي تحققه الاستراتيجيات الإبداعية على الجوانب الفنية والإبداعية لتصميمات البراندات الطباعية مقدمًا قياسًا ملموسًا لتحسين الجودة الفنية.
- 4- تحقيق جاذبية ثقافية وفنية واستخدام التصميمات الطباعية للبراندات والتكامل بين الحركات الفنية العالمية والهوية المصرية.

المقدمة: Introduction

تعيش العلامات التجارية في عصرنا الحالي العديد من التحديات المستمرة للابتكار لتمييز نفسها في ساحة التنافس الشديدة؛ وفي هذا السياق يأتي دور التصميم الطباعي كعنصر رئيسي يساهم في بناء وتعزيز هوية العلامة التجارية وجذب انتباه الجمهور. ومن هنا ظهرت مشكلة البحث في استكشاف الاستراتيجيات الإبداعية من خلال تنوع التأثيرات الثقافية المختلفة التي يُمكن أن تستخدم في تصميمات البراندات بطابع مصري مع التركيز على دمج الحركات والمدارس الفنية العالمية بهوية مصرية معاصرة حيث أن مصر موطنًا للتراث الفني ثري ومتنوع وتتسم بهوية ثقافية فريدة فالتراث يشكل قاعدة مهمة للتفاعل مع الحركات والمدارس الفنية العالمية ويفتح أفقًا لتطوير تصميمات طباعية تجمع بين التراث المصري الأصيل والمعاصرة.

مشكلة البحث: Statement of the Problem

- 1- قلة الاستفادة من الحركات الفنية العالمية في التصميمات الطباعية ودمجها مع الهوية المصرية للبراندات المصرية.
- 2- الافتقار إلى الاستراتيجيات الإبداعية المبتكرة لتصميمات طباعية للبراندات المصرية مع الحركات والمدارس الفنية العالمية.

التصميم الطباعي القدرة على استخدام العناصر البصرية بشكل مبتكر وجذاب لتصميم محتوى فريد يعبر عن هوية البراند ويجذب انتباه الجمهور، ويتضمن الإبداع في التصميم الطباعي استخدام الألوان بشكل مبتكر، واختيار الخطوط بعناية، وتوظيف الصور والتصميمات بطريقة تعبيرية.

أهمية الإبداع في تصميم البراندات:

- 1- تمييز البراند: يساعد الإبداع في تصميم البراندات على تمييزها عن منافسيها من خلال إيجاد تصميمات فريدة وجذابة.
- 2- جذب الانتباه: يساعد التصميم الإبداعي على جذب انتباه الجمهور وتفرد في بحر الرسائل الإعلانية.
- 3- بناء الهوية: يعكس التصميم الإبداعي هوية البراند ويسهم في بناء صورته الذهنية في أذهان المستهلكين.
- 4- تعزيز الثقة: يمكن لتصميم إبداعي متقن أن يعزز الثقة بالعلامة التجارية ويشجع على الارتباط العاطفي معها.
- 5- تحفيز العمليات الشرائية: يمكن للتصميم الإبداعي أن يثير رغبة المستهلك في شراء المنتجات أو الاستفادة من الخدمات التي تقدمها البراند.

- **التأثير الثقافي:** يُمثل التأثير الثقافي تأثير القيم، المعتقدات، التقاليد، العادات والتوجهات الثقافية على الأفراد والمجتمعات، وكيفية تفاعلهم مع العالم المحيط بهم.

- العوامل الثقافية المؤثرة في تصميم البراندات:

- 1- القيم والمعتقدات: تؤثر القيم والمعتقدات على نوعية التصميمات ورسائلها.
- 2- التاريخ والتراث: يؤثر التاريخ والتراث على الأنماط والرموز المستخدمة في التصميم.
- 3- اللغة: تؤثر اللغة على طريقة كتابة الرسائل والعبارات في التصميم.

أهمية التأثير الثقافي في تصميم البراندات:

- 1- التواصل الفعال: يساعد التأثير الثقافي على التواصل بشكل فعال مع الجمهور المستهدف من خلال استخدام رموز ومفاهيم مألوفة لديهم.
- 2- بناء الثقة والارتباط: يعزز التأثير الثقافي الثقة بالبراند ويسهم في بناء علاقة قوية ومستدامة مع الجمهور.
- 3- تعزيز الاندماج: يمكن للتأثير الثقافي أن يساهم في تعزيز اندماج البراند في بيئة ثقافية محددة وزيادة قبولها لدى الجمهور.
- 4- زيادة فعالية الحملات الإعلانية: يعزز التأثير الثقافي فعالية حملات التسويق والإعلان من خلال استخدام رموز وعناصر ثقافية تتحدث للجمهور بشكل أفضل.

أساليب دمج الإبداع والتأثير الثقافي في تصميم البراندات:

- 1- استخدام الرموز الثقافية: يمكن للإبداع في التصميم الطباعي أن يتجسد في استخدام الرموز الثقافية المألوفة لدى الجمهور المستهدف لتعزيز التواصل وبناء الثقة.
- 2- تكامل القيم والمعتقدات: يساعد دمج القيم والمعتقدات الثقافية في تصميم البراند على تعزيز الارتباط العاطفي مع الجمهور وبناء علاقة تفاعلية قائمة على الثقة.
- 3- استخدام اللغة والتعبيرات الثقافية: يمكن لاستخدام التعبيرات والعبارات الثقافية في التصميم الإبداعي أن يعزز فهم الرسالة ويجعلها أكثر تأثيراً على الجمهور.

أولاً: مصطلحات البحث:

- استراتيجيات الإبداع: تتعلق بالتقنيات والخطط المبتكرة التي يمكن استخدامها لتحقيق نتائج إبداعية في مجال تصميم البراندات.
- التأثير الثقافي: هو تأثير الثقافة على الأفكار والسلوكيات والقيم.

أهمية البحث: Research Significance

- 1- تسليط الضوء على تأثير العناصر الثقافية والفنية المصرية على عمليات التصميم الطباعي للبراندات مما يتيح للمصممين والمسوقين فهم الديناميكيات الثقافية المحلية وكيفية تكاملها بشكل فعال في البراند الذي يعزز مكانة الهوية المصرية.
- 2- تعزيز الإبداع والابتكار في التصميم الطباعي للبراندات من خلال فتح آفاق جديدة للمصممين لاستخدام وتكامل العناصر الثقافية بشكل مبتكر، مما يساعد على التنوع والابتكار في هذا المجال.
- 3- التسويق العالمي للبراندات المصرية للتنافس في السوق العالمي من خلال استثمار العناصر الثقافية بشكل ملائم في التصميم الطباعي لتحقيق جاذبية دولية وزيادة التميز في ساحة التسويق.
- 4- توجيه اهتمام مستدام نحو التصميم الطباعي وتوجيه اهتمام الباحثين والمهتمين نحو فهم أفضل للعلاقة بين الاستراتيجيات الإبداعية والتأثير الثقافي في مجال تصميم البراندات، مما يسهم في تطوير المفاهيم والممارسات في هذا المجال.

فروض البحث: Research hypotheses

بناءً على أهداف البحث، يمكننا طرح الفروض التالية:

- 1- وجود علاقة تفاعلية إيجابية بين الحركات الفنية العالمية والهوية المصرية حيث يمكن لتكاملهما أن يحدث تأثيراً إيجابياً على تصميمات البراندات الطباعية.
- 2- تطوير استراتيجيات تصميمية يحقق توازناً ملائماً من خلال دمج الهوية المصرية مع الحركات الفنية العالمية سيؤدي إلى تعزيز جاذبية البراندات المصرية في الأسواق الدولية ويسهم في عمليات التسويق بين تراث الحركات الفنية المصرية والمتطلبات العصرية في تصميمات البراندات الطباعية.
- 3- توجيه المصممين ومحترفي التسويق نحو استخدام العناصر الثقافية بشكل فعال في تصميمات البراندات يعزز فعالية استراتيجيات التسويق.

حدود البحث: Research Limits

تتقسم حدود البحث إلى الحدود الموضوعية التي تقتصر على دراسة تأثير دمج الحركات والمدارس الفنية والهوية المصرية على تصميمات الطباعة للبراندات، الحدود المكانية يركز البحث على دراسة الحركات والمدارس الفنية عالمياً والبراندات المصرية، الحدود الزمانية يغطي البحث الفترة من عام 1503 إلى عام 1940 فترة اللوحات العالمية المختارة وحتى الآن من خلال الأفكار التصميمية.

منهج البحث: Research Methodology

ينتهج البحث المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف وتحليل بعض النماذج من الحركات والمدارس الفنية العالمية وكذلك الأفكار التصميمية الطباعة التي تدمج المدارس والحركات الفنية العالمية مع الهوية المصرية، بجانب المنهج التجريبي في عرض الأفكار التصميمية لقياس صحة الفروض.

الإطار النظري: Theoretical Framework

مفهوم الإبداع والتأثير الثقافي تعد عملية تصميم البراندات عملية فنية وإبداعية تتطلب فهماً عميقاً للعوامل الثقافية والجمالية التي تحدد هوية البراندات وتواصلها مع الجمهور، ويتضمن الإبداع في التصميم الطباعي القدرة على توليد أفكار جديدة وملهمة، بينما يعكس التأثير الثقافي العوامل الثقافية المحيطة وكيفية تأثيرها على تصميمه وتواصله مع الجمهور المستهدف.

- الإبداع في مجال التصميم الطباعي: يمثل الإبداع في مجال

الوعي بالبراند ومنتجاته.

3- **المواد الترويجية:** تشمل الملابس المطبوعة والهدايا الترويجية مثل الأقلام والميداليات والملصقات. تعتبر هذه المواد فرصة لنشر العلامة التجارية وتعزيز الانتشار العام.

دور كل نوع من التصميمات الطباعية في تعزيز هوية البراند:

1- **الشعارات والعلامات التجارية:** تعمل على تعزيز الهوية المرئية للبراند وتساهم في بناء الثقة لدى العملاء، حيث يتعرف الجمهور على البراند من خلال الشعارات والعلامات التجارية.

2- **المطبوعات التسويقية:** تساعد في نقل رسالة التسويق والعروض الترويجية للعملاء بطريقة جذابة ومحترفة، مما يعزز وعي الجمهور بالبراند ويزيد من احتمالية تفضيل منتجاته.

3- **المواد الترويجية:** تعمل على تعزيز الوعي بالبراند وتحفيز العملاء على التفاعل معه، كما تساهم في بناء صورة إيجابية عن البراند في أذهان الجمهور.

اختيار النوع المناسب من التصميمات الطباعية للجمهور المستهدف:

1- يجب أن يتم اختيار النوع المناسب من التصميمات الطباعية بناءً على الجمهور المستهدف والأهداف المحددة للحملة التسويقية.

2- يجب مراعاة عوامل مثل العمر، والجنس، والثقافة، والاهتمامات الخاصة بالجمهور المستهدف لضمان فعالية الحملة التسويقية.

3- يُفضل تنفيذ دراسات السوق واستطلاعات الرأي لفهم احتياجات ورغبات الجمهور بشكل أفضل وتحديد النوع المناسب من التصميمات الطباعية.

رابعاً: استراتيجيات الإبداع في تصميم البراندات:

تحليل وتقييم في عالم التسويق الحديث، يلعب تصميم البراندات دوراً حيوياً في بناء الهوية البصرية للعلامة التجارية وجذب انتباه العملاء. وتتبنى الشركات استراتيجيات متنوعة للإبداع في تصميم البراندات بهدف التميز والابتكار يهدف هذا البحث إلى استكشاف وتحليل استراتيجيات الإبداع في تصميم البراندات، بما في ذلك تعريفها، واستراتيجياتها المعتمدة على الثقافة المصرية، وتحليل وتقييم مدى فعاليتها.

- **تعريف استراتيجيات الإبداع في تصميم البراندات:** تشمل استراتيجيات الإبداع في تصميم البراندات مجموعة من الطرق والتقنيات التي تهدف إلى إيجاد حلول مبتكرة وجذابة لتمثيل العلامة التجارية بشكل فريد، وتنوع هذه الاستراتيجيات بما في ذلك استخدام الألوان، والشعارات، والخطوط، والتصاميم الفنية، وغيرها من العناصر التصميمية لخلق تجربة بصرية مميزة ومتميزة.

- **استراتيجيات إبداعية تعتمد على الثقافة المصرية:** تعتمد بعض استراتيجيات الإبداع في تصميم البراندات على الثقافة المصرية لتحقيق تواصل فعال مع الجمهور المستهدف وتعزيز التفاعل والانتماء. على سبيل المثال، يمكن استخدام العناصر التراثية المصرية مثل الهيروغليفي، والأهرامات، والألوان التقليدية في تصميم الشعارات والعبوات للبراندات، كما يمكن تضمين العناصر الثقافية المصرية في حملات الإعلانات والترويج.

- **تحليل وتقييم استراتيجيات الإبداع المختلفة:** تختلف استراتيجيات الإبداع في تصميم البراندات بحسب الجمهور المستهدف وطبيعة البراند نفسه. يجب تحليل وتقييم كل استراتيجية بناءً على مدى فعاليتها في تحقيق الأهداف المحددة، ومدى تماشيها مع رؤية وقيم البراند. على سبيل المثال، يمكن تقييم فعالية استراتيجية استخدام العناصر التراثية المصرية بناءً على مدى استجابة الجمهور لهذه العناصر وتأثيرها على تعزيز الوعي بالبراند وتفاعل العملاء.

- **الاستفادة من دمج الحركات الفنية العالمية: الفن الرينسانسي (Renaissance Art):** ظهر في إيطاليا في القرن الخامس عشر،

- **تصميمات الطباعة:** هي العناصر والرسومات التي تُطبع على المواد والمنتجات بغرض الترويج للبراند أو التعبير عن هويته.

- **البراند:** اسم أو رمز أو علامة تجارية تُستخدم لتمييز منتجات أو خدمات شركة معينة عن منتجات أو خدمات الشركات الأخرى.

- **الهوية المصرية:** تشير إلى السمات الفريدة والتميز الثقافي والتاريخي الذي يميز مصر ويشكل جزءاً أساسياً من تميز البلد.

ثانياً: الهوية المصرية: تُعد الهوية المصرية عنصراً جوهرياً في تصميم البراندات الناجحة فهي مجموعة من الخصائص والقيم والمعتقدات التي تُميز الشعب المصري عن غيره من الشعوب ويشمل مفهوم الهوية المصرية العديد من العناصر الثقافية والتاريخية والاجتماعية التي تُشكل الشخصية المصرية وتُميزها عن غيرها.

تعريف الهوية المصرية: الهوية المصرية هي مجموعة من الخصائص والقيم، والمعتقدات، والتقاليد والعادات التي تُشكل الشخصية المصرية وتُميزها عن غيرها من الشعوب وتتأثر بالتاريخ العريق والحضارات المتعاقبة واللغة والدين والفنون والعلوم التي نشأت عبر العصور.

العناصر التي تُشكل الهوية المصرية: التاريخ والتراث: يُعد التاريخ والتراث المصري من أهم العناصر التي تُشكل الهوية المصرية.

1- **الدين واللغة:** الدين الإسلامي واللغة العربية هما جزءان لا يتجزأ من الهوية المصرية.

2- **الفنون والموسيقى:** تُشكل الفنون المصرية والموسيقى جزءاً هاماً من الهوية المصرية وتُعبّر عن الشخصية المصرية وتُميزها.

3- **العادات والتقاليد:** تُشكل العادات والتقاليد المصرية عنصراً هاماً في الهوية المصرية.

- **أهمية الهوية المصرية في تصميم البراندات:** تُعد الهوية المصرية عنصراً جوهرياً في تصميم البراندات المصرية الناجحة فتُساعد على تمييز البراندات وتعزيز الارتباط العاطفي مع الجمهور وتُعزز الوعي بالعلامة التجارية، وتزيد من مبيعات البراند.

التحديات التي تواجه إبراز الهوية المصرية في التصميم:

1- **الوعي والمهارات:** قلة الوعي بأهمية الهوية المصرية في التصميم وقلة المهارات اللازمة لتبرزها.

2- **التكلفة:** ارتفاع تكلفة استخدام العناصر المصرية في التصميم.

3- **التقليد:** انتشار ظاهرة تقليد التصميمات العالمية.

4- **الجمهور:** عدم تقبل بعض أفراد الجمهور للتصميمات التي تُبرز الهوية المصرية.

ثالثاً: أنواع التصميمات الطباعية: تُعتبر التصميمات الطباعية أحد الأدوات الفعالة في بناء وتعزيز هوية البراند ويتضمن تحديد النوع المناسب من التصميمات الطباعية للجمهور المستهدف أهمية كبيرة لضمان تحقيق أهداف التسويق بنجاح. في هذا المقال، سنستعرض أنواع التصميمات الطباعية المختلفة، ودور كل نوع في تعزيز هوية البراند، بالإضافة إلى كيفية اختيار النوع المناسب للجمهور المستهدف.

أنواع التصميمات الطباعية:

1- **الشعارات والعلامات التجارية:** تمثل الشعارات والعلامات التجارية الرمز البصري للبراند، وتلعب دوراً حاسماً في تعزيز هويته. على سبيل المثال، شعار شركة "Apple" يُعتبر تمييزاً فريداً للعلامة التجارية ويعكس قيمها ومبادئها.

2- **المطبوعات التسويقية:** تشمل المطبوعات التسويقية مثل البروشورات والفلايرز والملصقات والكتيبات. تعمل هذه التصميمات على نقل رسالة معينة إلى الجمهور وتعزيز

4- استخدام التكنولوجيا الحديثة بجانب العناصر التراثية: يمكن دمج التكنولوجيا الحديثة مثل الواقع المعزز أو التصميم الرقمي مع العناصر التراثية لتحقيق تجربة مثيرة ومتميزة للعملاء.

سادسا: تأثير البراندات المصرية على السوق العالمية تعد البراندات المصرية محورا مهما في الساحة العالمية للأعمال والتجارة. يتمتع العديد منها بتاريخ طويل وتراث غني يعزز مكانتها في الأسواق العالمية. يهدف هذا المقال إلى استكشاف تأثير البراندات المصرية على السوق العالمية، وتحليل العوامل التي تؤثر على قدرتها على اختراق هذه الأسواق، بالإضافة إلى استعراض استراتيجيات لتعزيز قدرتها على المنافسة والازدهار في السوق العالمية.

- تأثير البراندات المصرية على السوق العالمية واستجابة الجمهور الدولي: تمتلك البراندات المصرية قدرة كبيرة على جذب انتباه الجمهور العالمي نظرا للثقافة الغنية والتاريخ العريق الذي تحمله. يعزز العنصر التراثي والفني في تصميماتها جاذبيتها ويمكنها من التميز في السوق العالمية، على سبيل المثال، الهوية المصرية العتيقة والفنون القديمة تجعل منتجات الحرف اليدوية المصرية محط جذب للسياح والمستهلكين الدوليين.

العوامل التي تؤثر على قدرة البراندات المصرية على اختراق السوق العالمية:

- 1- التميز والابتكار: يجب على البراندات المصرية أن تكون قادرة على تقديم منتجات أو خدمات فريدة ومبتكرة تجذب الجمهور الدولي.
 - 2- الجودة والموثوقية: تلعب جودة المنتجات وموثوقيتها دورا هاما في بناء سمعة البراندات المصرية على المستوى العالمي.
 - 3- التسويق والتواجد الرقمي: يجب على البراندات المصرية الاستثمار في استراتيجيات التسويق الرقمي والتواجد على المنصات العالمية للتواصل مع الجمهور الدولي بشكل فعال.
- استراتيجيات لتعزيز قدرة البراندات المصرية على التنافس في السوق العالمية:

- 1- الابتكار المستمر: يجب على البراندات المصرية الاستمرار في تطوير منتجاتها وخدماتها بشكل مستمر للحفاظ على التنافسية في السوق العالمية.
- 2- التسويق الدولي الموجه: يتطلب التوسع في الأسواق العالمية وجود استراتيجيات تسويق موجهة تستهدف الجمهور الدولي بشكل فعال وملائم.
- 3- الشراكات والتعاون الدولي: يمكن للبراندات المصرية تعزيز قدرتها على المنافسة الدولية من خلال إقامة شراكات وتعاون مع علامات تجارية عالمية لزيادة وجودها في الأسواق الخارجية.

سابعا: التسويق الثقافي يُعرف التسويق الثقافي بأنه نوع من استراتيجيات التسويق يركز على استخدام العناصر الثقافية والتراثية لتسويق المنتجات أو الخدمات. يهدف هذا النوع من التسويق إلى التواصل مع الجمهور المستهدف من خلال تعزيز الهوية الثقافية والتأثير في قيمهم ومعتقداتهم.

- دور التسويق الثقافي في تعزيز البراندات المصرية: تلعب التسويق الثقافي دورا حيويا في تعزيز البراندات المصرية على الصعيدين المحلي والعالمي. من خلال تسليط الضوء على الثقافة المصرية الغنية والتراث العريق، يمكن للبراندات المصرية بناء صورة إيجابية وجاذبة للمنتجات أو الخدمات التي تقدمها.

- استراتيجيات التسويق الثقافي للبراندات المصرية:

- 1- استخدام العناصر التراثية: يمكن للبراندات المصرية استخدام العناصر التراثية مثل الرموز، التصميم الفنية التقليدية، والنقائيد في تصميم المنتجات أو الإعلانات لجذب

وانتشرت في أوروبا في الفترة التي تلتها، يتميز بالهجوم على الواقعية والتفاصيل الدقيقة والاهتمام بالتوازن والتناسم والتماثل، ويشتمل على لوحات دينية وأعمال تصوير للطبيعة والشخصيات التاريخية.

- الفن الباروكي (Baroque Art): ظهرت في أوروبا في القرن السابع عشر وتميزت بالتعبير الدرامي والحركة والحيوية ويتميز بالاستخدام الكثيف للضوء والظل والتوازن غير المتماثل والتفاصيل الزخرفية الزاهية.

- الفن الانطباعي (Impressionism): نشأ في فرنسا في القرن التاسع عشر كرد فعل على الطرق التقليدية للرسم، يتميز بالتركيز على تسجيل الانطباعات واللحظات العابرة بدقة وسرعة، واستخدام الألوان الزاهية والتقنيات الجريئة.

- التعبيرية (Expressionism): ظهر في ألمانيا وشمال أوروبا في أواخر القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، ويعكس تعابير شخصية الفنان ومشاعره واحتجاجاته عن طريق التشويه والتشكيل بأسلوب مبالغ فيه.

- التكعيبية (Cubism): التكعيبية أو المدرسة التكعيبية هي اتجاه فني ظهر في فرنسا في بدايات القرن العشرين الذي يتخذ من الأشكال الهندسية أساسا لبناء العمل الفني.

- التجريدية (Abstract Art): نشأت في أوائل القرن العشرين كتفاعل مع التغيرات الاجتماعية والتكنولوجية، وتتميز بالتركيز على الأشكال الهندسية والألوان والخطوط المجردة بدون تمثيل واضح للواقع.

- الفن التجريدي التعبيري (Abstract Expressionism): ظهر في أمريكا بعد الحرب العالمية الثانية وتتميز بالتعبير عن المشاعر والأفكار عبر التجريد الفني، ويتميز باللوحات الكبيرة والألوان الجريئة والحركة الديناميكية.

خامسا: التوازن بين التراث والعصرية في تصميم البراندات الطباعية:

تمثل التصميمات الطباعية جزءا هاما من استراتيجية التسويق للعلامات التجارية، ويعتبر تحقيق التوازن بين التراث والعصرية في هذه التصميمات أمرا حاسما لجذب الجمهور وتعزيز الهوية البصرية للعلامة التجارية. يهدف هذا المقال إلى استكشاف أهمية التوازن بين التراث والعصرية في تصميم البراندات الطباعية، وتحليل الاستراتيجيات المستخدمة لتحقيق هذا التوازن، بالإضافة إلى تقديم أمثلة عملية على تصميمات طباعية حققت هذا التوازن بنجاح.

- أهمية التوازن بين التراث والعصرية في تصميم البراندات الطباعية: تعتبر البراندات الطباعية وسيلة فعالة لتوصيل رسالة العلامة التجارية وبناء الوعي بها لدى الجمهور. ومع ذلك، فإن الحفاظ على التوازن بين التراث والعصرية في هذه التصميمات يساهم في جعل العلامة التجارية قابلة للتفاعل والتأثير على الجمهور بشكل أفضل. يمكن أن يعكس الجزء التراثي من التصميم الهوية الثقافية والتاريخية للعلامة التجارية، بينما يضيف الجزء العصري الطابع الحديث والمبتكر.

استراتيجيات لتحقيق التوازن بين التراث والعصرية من خلال:

- 1- دمج العناصر التراثية بأسلوب عصري: يتضمن هذا الأسلوب استخدام عناصر التراث مثل الأنماط القديمة أو الرموز التقليدية بطرق مبتكرة وعصرية في التصميمات الطباعية.
- 2- الاعتماد على الخطوط والألوان التقليدية بشكل معاصر: يمكن استخدام خطوط وألوان تقليدية مع إضافة لمسات عصرية في التصميم لتحقيق التوازن المطلوب.
- 3- التركيز على التصميم البسيط والأنيق: يمكن للتصميمات البسيطة أن تجمع بين التراث والعصرية بطريقة متناغمة وجاذبة.

بشكل فريد وتعزز الإدراك البصري للعلامة التجارية لدى الجمهور.

- اختيار أدوات التصميم الطباعي المناسبة للجمهور المستهدف: يعتمد اختيار أدوات التصميم الطباعي المناسبة على الجمهور المستهدف والهدف من الحملة الإعلانية أو المادة الترويجية ويجب أن تكون الأدوات المستخدمة متناسبة مع اهتمامات وتفضيلات الجمهور وتعبّر عن هوية البراند بشكل فعال، على سبيل المثال، إذا كان الجمهور المستهدف شابًا ومبتكرًا، يمكن استخدام ألوان جريئة وخطوط عصرية في التصميم، بينما يمكن استخدام ألوان هادئة وخطوط كلاسيكية إذا كان الجمهور أكثر تقليدية.

- تكامل الهوية المصرية مع الحركات الفنية العالمية: يشير إلى العملية التي تجمع بين الثقافة والتراث المصري والمبادئ الفنية والتقنيات الحديثة المعتمدة عالميًا. يتمثل الهدف في تطوير فهم أعمق وأشمل للفن المصري وتعزيز تفاعله مع الحركات الفنية العالمية المعاصرة. يهدف هذا التكامل إلى إثراء المشهد الفني في مصر وتقديم إسهامات جديدة ومبتكرة في المجالات المختلفة للفنون، مما يعزز التفاعل والتبادل الثقافي بين مصر والعالم. وفيما يلي عرض بعض اللوحات العالمية التي تم ابتكار الأفكار التصميمية منها:

الاهتمام وتعزيز الانتماء الثقافي.

2- التواصل الثقافي: يتضمن هذا النهج توجيه رسائل تسويقية تتماشى مع القيم والمعتقدات الثقافية للجمهور المستهدف، مما يؤدي إلى بناء علاقات أكثر قوة وتفاعل مع العلامة التجارية.

3- المشاركة في الفعاليات الثقافية: يمكن للبراندات المصرية المشاركة في الفعاليات الثقافية المحلية والعالمية، مثل المهرجانات الفنية والعروض الثقافية، لتعزيز حضورها وتواجدها في الساحة الثقافية.

ثامنا: أدوات التصميم الطباعي تعتبر أدوات التصميم الطباعي مجموعة من العناصر والتقنيات المستخدمة في تصميم المواد الطباعة مثل الإعلانات، والمطبوعات التجارية، والمواد الترويجية. تشمل هذه الأدوات العناصر البصرية مثل الصور، والألوان، والخطوط، والشعارات، والرسومات، وغيرها، بالإضافة إلى التقنيات المختلفة للتصميم والطباعة.

- تأثير أدوات التصميم الطباعي على هوية البراند: تلعب أدوات التصميم الطباعي دورًا حيويًا في بناء وتعزيز هوية البراند، حيث تساهم في إيصال رسالة محددة وتعزيز تميز البراند عن منافسيه على سبيل المثال، يمكن استخدام ألوان محددة وشعارات تميز البراند

الموقع	العمل الفني اسم الفنان - السنة	نبذة عن العمل الفني
https://www.fridakahlo.org/self-portrait-with-necklace-of-thorn	 Self Portrait with Thorn Necklace and Hummingbird-(1940) Frida Kahlo - Oil on canvas on Masonite	شكل (1): فريدا كاهلو الذاتية، في لوحتها الشخصية، رسمت الفنانة العالمية فريدا كاهلو صورة ذاتها مرتدية قلادة شوكية وطائر الطنان، تعبّر عن مشاعرها من خلال الرموز، فالطيور ترمز للحرية والحياة، ولكن طائر الطنان في لوحتها أسود ومرتبطة بقلادة الشوك، مما يعكس على حياتها المليئة بالألم، حيث أصيبت بجروح جسدية خطيرة وخضعت لعدة عمليات جراحية، فتعبّر لوحتها عن معاناتها الطويلة.
https://www.mauritshuis.nl/en/our-collection/artworks/670-girl-with-a-pearl-earring/	 Girl with a Pearl Earring-(1665) Johannes Vermeer - Oil on canvas	شكل (2): لوحة "الفتاة ذات القرط اللؤلؤي"، التي رسمها الفنان الهولندي يوهانس فيرمير في القرن 17، تصوّر فتاة أوروبية ترتدي ملابس غير تقليدية وتزين أذنها بقرط لؤلؤي كبير، كانت اللوحة جزءًا من مجموعة المتحف ماوريتشوس في لاهاي منذ عام 1902، وبعد عمليات الترميم تحسّنت جودة الألوان وأصبحت النظرة للفتاة في اللوحة أكثر حميمية وجاذبية.
https://philamuseum.org/calendar/exhibition/the-artists-mother-whistler-philadelphia	 Whistler's Mother-(1871) James McNeill Whistler - Oil on canvas	شكل (3): لوحة "والدة ويسلر"، التي رسمها الفنان الأمريكي جيمس ويسلر، تعتبر تكريمًا وتقديرًا لوجود الأم، حيث تظهر كرمز كبير للأمومة والتعاطف والرفق والقيم العائلية. يتميز اللوحة بالهيكل المعماري البارز والتقسيمات الاستطالية الكبيرة، مما يضفي عليها طابعًا جذابًا. يبرز جزء كبير من اللوحة عبارة عن ستارة ناعمة الملمس، مما يضفي لمسة من الحسية والجمال.
https://www.louvre.fr/en/explore-the-palace/from-the-mona-lisa-to-the-wedding-feast-at-cana	 Mona Lisa -(1503-1506) Leonardo da Vinci - Oil on poplar panel	شكل (4): لوحة الموناليزا، للفنان الإيطالي ليوناردو دافنشي في القرن 16، وتعتبر واحدة من أشهر الأعمال الفنية على الإطلاق. تُظهر اللوحة صورة امرأة جالسة في مقصورة جانبية، مع تركيز على وجهها وتواجدها في المركز الهندسي للتكوين. يُظهر خلفها منظر طبيعي يعطي عمقًا للصورة، ورغم التوازن غير المتكافئ بين الأفق الصخري والسهول، إلا أن التركيبة تبدو متناعمة، ترتدي الشخصية ثوبًا حريريًا وحجابًا أسودًا شفافًا، وتحقق العينان الضيقتان بالمشاهد بشكل متعامد، مما يُعطي انطباعًا بالتواصل المباشر مع الراصد.

https://www.neuegalerie.org/womaningold	 Portrait of Adele Bloch Bauer-(1903-1907) Gustav Klimt - Oil and gold leaf on canvas	شكل (5): بورتريه "أديل بلوخ باور"، للفنان غوستاف كليمت، يُعتبر العمل الأكثر تمثيلاً للمرحلة الذهبية للفنان، استخدمت فيه تقنيات الأوراق الذهبية والفضية، وُخِرت بنقوش بارزة بواسطة الجسو أديل كانت العارضة وارتدت قلادة مُرصعة بالجواهر، قدم الإطار الذهبي للوحة من قبل المهندس المعماري جوزيف هوفمان، تم الانتهاء من هذا العمل في عام 1907.
https://www.vincentvangogh.org/portrait-of-dr-gachet.jpg	 Portrait of Dr. Gachet-(1890) Vincent Van Gogh- Oil on canvas	شكل (6): لوحة البورتريه لدكتور غاشيه، من أعمال الفنان الهولندي فنسنت فان جوخ، تُعتبر واحدة من اللوحات الأكثر قيمة له. تصوّر اللوحة طبيب الفنان بول غاشيه، جالساً عند طاولة مسنداً رأسه على يده، وعلى سطح المنضدة كتابان وعشبة الكشاشيين الطبية. تظهر تعبيرات حزن على وجه الشخصية، وتُعتبر هذه اللوحة من بين أعمال فان جوخ الأكثر إثارة وتميزاً.
https://www.artic.edu/artworks/28067/the-old-guitarist	 The Old Guitarist-(1903 – 1904) Pablo Picasso- Oil on panel	شكل (7): لوحة "عازف القيثارة المُسن" لبابلو بيكاسو، تعتبر واحدة من أشهر اللوحات تجمع بين الحداثة والانطباعية والرمزية، مما يُعكس أسلوب بيكاسو التعبيري. تصوّر اللوحة عازف قيثارة مُسن، ربما أعمى، يجلس في فضاء قائم، وتظهر عليه علامات الشيخوخة والانعزال. يُعتبر القيثارة الكبير البني الموجود في اللوحة محوراً مركزياً يُعبر عن الأمل الوحيد للبقاء، في حين يتجسد العازف كرمز للوجود الإنساني والنضالات الطبيعية.
https://www.tate.org.uk/art/artworks/waterhouse-the-lady-of-shalott-n01543	 The Lady of Shalott-(1888) John William Waterhouse- Oil on canvas	شكل (8): "السيدة شالوت"، للفنان الإنجليزي جون وليام ووترهاوس عام 1888، تمثل نهاية قصيدة ألفريد تنيسون بنفس الاسم. تصور اللوحة الشخصية الفخرية للقصيدة، السيدة شالوت، المحتجزة في مسكنها تحت لعنة، حيث تجسد اللوحة لحظة مغادرتها إلى قارب صغير لمواجهة مصيرها، مع إشارات رمزية للحياة والموت من خلال شموع الفانوس. تبرز مهارة ووترهاوس في الرسم الواقعي والاهتمام بالتفاصيل والألوان، مما يجعلها قيمة فنية توثق لحظة فارقة في القصة.
https://www.artic.edu/artworks/6565/american-gothic	 American Gothic-(1930) Grant Wood- Oil on beaverboard	شكل (9): "القوطية الأمريكية" عمل زيتي للفنان الأمريكي جرانت وود، ومعرضة في معهد الفنون في شيكاغو، تُعتبر هذه اللوحة واحدة من الأعمال الأكثر شهرة حيث استوحيت من واجهة منزل في إلدون أيوا مصحوبة بأفراد يتخيلهم ممكن أن يعيشوا فيه يصور المزارع الذي يقف بجانب ابنته بجانب المنزل، وقد أطلق على اللوحة اسم "القوطية" نسبةً للطراز المعماري للمنزل، تظهر المرأة بمنزلة مطبوع على الطراز الاستعماري بينما يرتدي الرجل ثياباً ريفية، مما يجسد عصر أمريكا الريفية.
https://www.vincentvangogh.org/starry-night.jpg	 The Starry Night-(1889) Vincent Van Gogh-Oil on canvas	شكل (10): ليلة النجوم للفنان الانطباعي الهولندي فينسنت فان غوخ، يصور من خارج نافذة غرفته ليلة في مدينة سان ريمي دو بروفانس على الرغم من رسمها في النهار فإن كل ما تم تصويره جاء من ذاكرته عن تلك الليلة، تعرض هذه اللوحة في متحف الفن الحديث بنيويورك وتُعتبر واحدة من أكثر لوحاته شهرة، حيث تمثل نقطة تحول مهمة في مسيرته الفنية بفضل استخدامه لحرية الخيال.

https://www.pablo-ruiz-picasso.net/the-me-doramaar.php	 Pablo Portrait de Dora Maar-(1937) Picasso- Oil on canvas	شكل (11): "بورتريه دورا مار" للفنان بابلو بيكاسو تمثل تحولاً في معايير الجمال، حيث ركز على جمال الروح والحالة النفسية للمرأة بدلاً من المظهر الخارجي مع زوايا حادة، وتصويرها جالسة على كرسي مع وجه يجمع بين المازح والجد، يتميز العمل بألوان مشرقة وخلفية ضيقة تخلق جوّاً محدوداً تبرز الشخصية بوضوح في اللوحة وتعتبر تجسيدا لامرأة متنوعة في الخطوط والألوان مع تركيز على الهدوء والواقعية والعمل الآن جزء من مجموعة متحف بيكاسو في باريس.
---	--	---

- **الدراسة التجريبية:** مرحلة الأفكار التصميمية الناتجة عن التجربة العملية، مرحلة اختيار التصميم مرحلة النموذج التوظيفي، وفيما يلي عرض للأفكار التصميمية المستوحاة من أعمال بعض الفنانين العالميين لاستحداث تصميمات الأوشحة المطبوعة.

التصميم رقم (1):



الفكرة التصميمية رقم (1)



شكل (1): "فريدا كاهلو الذاتية" - فريدا كاهلو



مقترح توظيفي رقم (1)

من خلال التنوع في أشكال العناصر المستخدمة فأحدثت مع الإيحاء بالحياة وهذا التكرار المتساوي بجانب التصميم أحدث انسجاماً وترابطاً وتحقق الإيقاع عن طريق التكرار الذي يمنح الشكل امتداداً بلا حدود، وقد تم استخدام ملمس يشبه النسيج بأرضية العمل لإحداث نوع من الإيقاع بالعمل، وقد تم استخدام مجموعة لونية تتميز بالثراء اللوني فقد جمعت بين الألوان الساخنة والباردة مما اثنى من القيمة اللونية للعمل ككل إلى جانب تأثير الشبكيات الهندسية بالأرضية وتم عمل مقترح توظيفي لشواح.

التحليل الفني: استوحى هذا التصميم من لوحة "فريدا كاهلو الذاتية" الشكل رقم (1)، للفنانة فريدا كاهلو اعتمدت فكرة التصميم على توزيع الوحدة الرئيسية رأسياً بمنصف التصميم في اطار يمثل الحضارة المصرية القديمة للتأكيد على الهوية المصرية، مما أحدث نوعاً من الإحساس بالانتران بالتصميم نظراً للاعتماد على التماثل استخدام النباتات والزهور التي وزعت في اتجاهات مختلفة مع مراعاة المسافات البينية بينها وبين صورة المرأة فأعطت إحساساً بالإيقاع والحركة في أكثر من اتجاه، فتوالدت الحركة في التصميم

التصميم رقم (2):



الفكرة التصميمية رقم (2)



شكل (2): "الفتاة ذات القُرْط اللؤلؤي" - يوهانس فيرمير



مقترح توظيفي رقم (2)

على الخطوط والزوايا الحادة في التصميم وإعطاء الإحساس بالأبعاد المختلفة للمستويات لإظهار التوازن الذي أعطى إحساساً بالخط وحركته وهذا التنوع أعطى الإحساس بالإيقاع والوحدة والاتزان، وقد تم استخدام مجموعة لونية تتميز بالثراء اللوني فقد جمعت بين الألوان الساخنة والباردة مما أثرى من القيمة اللونية للعمل ككل إلى جانب تأثير الشبكيات الهندسية بالأرضية وتم عمل مقترح توظيفي لوشاح.

التحليل الفني: استوحى هذا التصميم من لوحة "الفتاة ذات القُرْط اللؤلؤي" الشكل رقم (2) للفنان يوهانس فيرمير اعتمدت فكرة التصميم على التناغم والتباين في العلاقة الشكلية الكلية للتصميم ويتمثل التصميم البنائي على ظهور صورة المرأة ذات الملامح المصرية بطريقة انسيابية امتدت بمنتصف التصميم وتم الاستعانة بالتنوع في الخطوط الانسيابية، فنتج عن ذلك تألف بين أجزاء التصميم مما خلق صلة واضحة بين عناصره وعمل على إيجاد وحدة بين كل جزء أثناء تكراره وانتشاره بإطار التصميم مع التأكيد

التصميم رقم (3):



الفكرة التصميمية رقم (3)



شكل (3): "والدة ويسلر" - جيمس ويسلر



مقترح توظيفي رقم (3)

العناصر الفنية المختلفة مما أثرى من قيمة العمل الفني ككل واستخدام العصر البشري ايمن التصميم بجانب الاعتماد علي أسلوب التجاور بين العناصر بعضها ببعض وذلك للربط بين الشكل والأرضية، وانعكس ذلك التنوع في الأشكال والعلاقات التصميمية من خلال ذلك التباين الذي تم التأكيد عليه، واستخدمت مجموعة لونية تتميز بالثراء اللوني جمعت بين الألوان الساخنة والباردة مما أثرى من القيمة اللونية للعمل ككل إلى جانب تأثير الشبكيات الهندسية بالأرضية وتم عمل مقترح توظيفي لوشاح.

التحليل الفني: استوحى هذا التصميم من لوحة "والدة ويسلر" الشكل رقم (3) للفنان جيمس ويسلر واعتمدت فكرة التصميم على إحداث نوع من التناسب والتجاذب بين الأشكال، النسب، والمساحات في صراع أفقي ممتد بعرض التصميم مما أحدث إيقاعاً عن طريق التكرار والترديد بصور منتظمة من خلال تنظيم الفواصل الموجودة والتواصل بينهم لتعطي تنظيماً أقوى تركيبياً بجانب المرأة والعناصر النباتية المختلفة مما أعطي تنوعاً وثباتاً وقوة مطلوبة، وتحقق الإيقاع عن طريق التكرار بألية شبه منتظمة باستخدام التصميم رقم (4):



الفكرة التصميمية رقم (4)



شكل (4): "الموناليزا" - ليوناردو دافنشي



مقترح توظيفي رقم (4)

في نسب المساحات والأشكال وانعكس ذلك التنوع من خلال التباين الذي تم التأكيد عليه وتحقيق الإيقاع عن طريق التكرار بألية باستخدام العناصر الفنية المختلفة مما أثرى من قيمة العمل الفني ككل، والاعتماد علي أسلوب التجاور بين العناصر وذلك للربط بين أجزاء العمل ككل، وقد تم استخدام مجموعة لونية تتميز بالثراء اللوني فقد جمعت بين الألوان الساخنة والباردة مما أثرى من القيمة اللونية للعمل ككل إلى جانب تأثير الشبكات الهندسية بالأرضية وتم عمل مقترح توظيفي لوشاح.

التحليل الفني: استوحى هذا التصميم من لوحة "الموناليزا" الشكل رقم (4) لليوناردو دافنشي واعتمد على ظهور امرأة ذو ملامح مصرية أصيلة للتأكيد على الهوية المصرية إلى جانب عناصر التصميم الهندسية والتجاذب بين النسب والمساحات في العمل موزعاً عليها الأشكال والعناصر في اتجاه رأسي فخلق إحساساً بالثبات وهذا التنوع بين الأشكال الهندسية والمرأة أحدث إيقاعاً في التشكيل بالتكرار والترديد بصور منتظمة وتنظيم الفواصل بين المساحات والعناصر والتجاور بين العناصر بعضها ببعض والتنوع **التصميم رقم (5):**



الفكرة التصميمية رقم (5)



شكل (5): "بورتريه أديل بلوخ باور" - غوستاف كليمت



مقترح توظيفي رقم (5)

في العمل والعناصر والمفردات فعمل على خلق حالة من تلاقي الخطوط المتعددة الاتجاهات فأدي إلي تكامل عناصر العمل بعضها مع البعض علي نحو يبلغ من الوثوق أو الإتحاد حداً لا تؤدي معه الظروف الموجودة بينهما إلي فصل وحدة العمل بل تُمرّج سويّاً من أجل تحقيق الوحدة، وقد تم استخدام مجموعة لونية تتميز بالثراء اللوني فقد جمعت بين الألوان الساخنة والباردة مما أثرى من القيمة اللونية للعمل وتم عمل مقترح توظيفي لوشاح.

التحليل الفني: استوحى بناء هذا التصميم من لوحة "بورتريه أديل بلوخ باور" الشكل رقم (5) للفنان غوستاف كليمت واعتمد البناء التصميمي على التنوع بين الطابع المصري القديم للتأكيد على الحضارة المصرية القديمة والخطوط الهندسية المنتظمة واستخدمت المساحات والخطوط المستقيمة، الأفقية والرأسية مما أثرى من التنوع الخطي الذي ساعد على الإحساس بالحيوية والاتزان معاً من خلال الربط بين مساحات الأرضية، والأشكال الهندسية المستخدمة

التصميم رقم (6):



الفكرة التصميمية رقم (6)



شكل (6): "بورثريه دكتور غاشيه" - فنسنت فان جوخ



مقترح توظيفي رقم (6)

التصميم مما خلق صلة مستمرة، وظهر ما يُسمى بحسن الجوار بين كل جزء أثناء تكراره وانتشاره في التصميم ككل مع التأكيد على الخطوط والزوايا في التصميم وإعطاء الإحساس بالأبعاد المختلفة للمستويات الذي أعطى حساً مرفهاً بموسيقى الخط وحركته وهذا التنوع أعطي الإحساس بالإيقاع والوحدة والاتزان وقد تم استخدام مجموعة لونية تتميز بالثراء اللوني فقد جمعت بين الألوان الساخنة والباردة مما أثرى من القيمة اللونية للعمل وتم عمل مقترح توظيفي لوشاح.

التحليل الفني: استوحى بناء هذا التصميم من لوحة "بورثريه دكتور غاشيه" الشكل رقم (6) للفنان فان جوخ واعتمدت فكرة التصميم على مزج الرجل ذو الطربوش والأشكال الهندسية مع الخطوط المنحنية لينتجاً معاً في مظهر جمالي متعادل مما نتج عنه تناغم وتباين في العلاقة الشكلية الكلية للتصميم والتباين بين الخطوط الهندسية والخطوط اللينة بانسيابية تمتد على جانبي التصميم لقطع الرتابة والملل في التصميم والعمل على تباين المساحات المحصورة والناشئة من تلاقي الخطوط المختلفة فنتج عن ذلك تألف بين أجزاء التصميم رقم (7):



الفكرة التصميمية رقم (7)



شكل (7): "عارف القيثارة المُسن" - بيكاسو



مقترح توظيفي رقم (7)

التحليل الفني: استوحى بناء هذا التصميم من لوحة "عازف القيثارة" للمُسن "الشكل رقم (7) لبيكاسو واعتمدت على الاستعانة بالطابع المصري القديم المتمثل بالعنصر البشري للتأكيد على الحضارة المصرية القديمة والشبكية الهندسية المنتظمة واستخدمت المساحات والخطوط المستقيمة، الرأسية، والأفقية والمائلة مما أثنى من التنوع الخطي الذي ساعد على الإحساس بالحيوية والالتزان معاً من خلال الربط بين مساحات الأرضية، والأشكال الهندسية المستخدمة في العمل والعناصر والمفردات كل ذلك عمل على خلق حالة تجمع بين التصميم رقم (8):

الإستاتيكية والديناميكية في العمل ويتحقق الوحدة في التصميم عندما توفر عاملان أساسيان الأول التنظيم الجيد في علاقة أجزاء التصميم بعضها ببعض، والثاني علاقة كل جزء منها بالتكوين الكلي وهذا ما تحقق في هذا العمل مع مراعاة إضافة الخطوط والأشكال الهندسية لملئ الفراغات وأحدث نوعاً الإيقاع المتعاقب المتزن والمستمر، وقد تم استخدام مجموعة لونية تتميز بالثراء اللوني فقد جمعت بين الألوان الساخنة والباردة مما أثنى من القيمة اللونية للعمل وتم عمل مقترح توظيفي لوشاح.



الفكرة التصميمية رقم (8)



شكل (8): "السيدة شالوت" - جون ولياموترهاوس



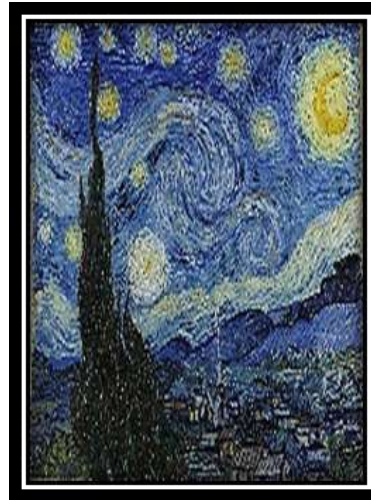
مقترح توظيفي رقم (8)

في العمل والعناصر والمفردات وهذا ما تحقق في هذا العمل مع مراعاة إضافة الخطوط والأشكال الهندسية لملى الفراغات وأحدث نوعاً الإيقاع المتعاقب المتزن الحادث من انتظام النسق التعبيري المصحوب في الوقت نفسه بعامل التغيير الدائم والمستمر، وقد تم استخدام مجموعة لونية تتميز بالثراء اللوني فقد جمعت بين الألوان الساخنة والباردة مما اثنى من القيمة اللونية للعمل وتم عمل مقترح توظيفي لوشاح.

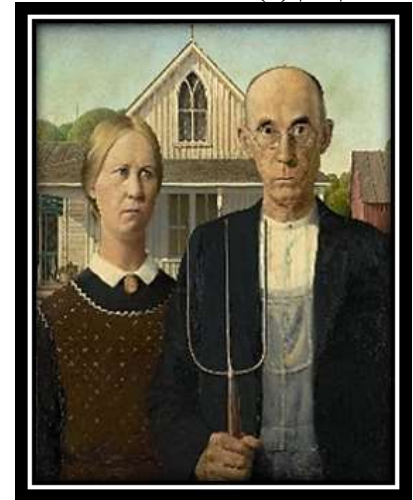
التحليل الفني: استوحى بناء هذا التصميم من لوحة "السيدة شالوت" الشكل رقم (8) لجون وليم ووترها واعتمدت على بالعنصر الأدمي في زي مصري قديم للتأكيد على الحضارة المصرية القديمة، والمركب ذات الشراع مما أثنى من التنوع الخطي الذي ساعد على الإحساس بالحياة والانتزان معاً من خلال الربط بين مساحات الأرضية، التصميم بجانب العمل على تباين المساحات المحصورة والناشئة من تلاقي الخطوط المختلفة، والأشكال الهندسية المستخدمة **التصميم رقم (9):**



الفكرة التصميمية رقم (9)



شكل (10) "ليلة النجوم" - فان جوخ



شكل رقم (9): "الْقُوْطِيَّةُ الْأَمْرِيكِيَّةُ" - جرانت وود،



مقترح توظيفي رقم (9)

مما خلق صلة مستمرة وعمل على حسن الجوار بين كل جزء بالتصميم إلى جانب تكراره وانتشاره في التصميم ككل وإعطاء الإحساس بالأبعاد المختلفة للمستويات والإحساس بالعمق وإظهار التوازن الذي أعطى حساً مريحاً بموسيقية الخط وحركته وهذا التنوع أعطى الإحساس بالإيقاع والوحدة والانتزان، وقد تم استخدام مجموعة لونية تتميز بالثراء اللوني فقد جمعت بين الألوان الساخنة والباردة مما اثنى من القيمة اللونية للعمل وتم عمل مقترح توظيفي لوشاح.

التحليل الفني: استوحى بناء هذا التصميم من لوحتي "الْقُوْطِيَّةُ الْأَمْرِيكِيَّةُ" الشكل رقم (9) لجرانت وود، و"ليلة النجوم" الشكل رقم (10) لفان جوخ، واعتمدت فكرة التصميم على مزج العناصر البشرية بالجلاب المصري للتأكيد على الهوية والأشكال الهندسية من الخطوط المنحنية ليتساق معاً في مظهر جمالي نتج عنه تناغم وتباين في العلاقة الشكلية الكلية للتصميم والمزج بشكل انسيابي ممتد على التصميم والتنوع في الخطوط الحرة، المائلة والمستقيمة لقطع الرتابة والملل في التصميم والعمل على تباين المساحات الناشئة من تلاقي الخطوط فنتج عن ذلك تآلف بين أجزاء التصميم

التصميم رقم (10):



الفكرة التصميمية رقم (10)



شكل (11): "بورتريه دورا مار" - بيكاسو



مقترح توظيفي رقم (10)

3- أن استخدام الهوية المصرية في تصميمات البراندات الطباعية يمكن أن يساهم في بناء صورة إيجابية للعلامة التجارية وتعزيز الولاء لدى العملاء المحليين والعالميين.

التوصيات: Recommendation

- 1- ضرورة تبني الشركات والعلامات التجارية للاستراتيجيات الإبداعية التي تدمج الحركات الفنية العالمية مع الهوية المصرية في تصميمات البراندات الطباعية، وتوظيف مصممين ومسوقين مبدعين قادرين على تحقيق هذا التكامل بشكل ملائم.
- 2- توجيه الاهتمام نحو التدريب والتطوير المستمر للمصممين والمسوقين لفهم الثقافة المصرية بشكل عميق واستثمار هذا الفهم في إبداع تصميمات طباعية فعالة.
- 3- إجراء دراسات استطلاعية واستقصائية دقيقة لفهم تفضيلات الجمهور المستهدف واستجابته لتصميمات البراندات الطباعية التي تجمع بين الهوية المصرية والحركات الفنية العالمية.
- 4- تشجيع المشاريع البحثية والابتكارية التي تستكشف وتطور استراتيجيات إبداعية جديدة لتصميمات البراندات الطباعية بهوية مصرية، وتشجيع التعاون بين الجامعات والصناعة لتحقيق ذلك.

المراجع: References

- 1- أبو النجا، نورهان إبراهيم وشحاتة، محمد محمود وعوض، هبة عبد المهيمن (2023)، التفكير الإبداعي وأثره في

التحليل الفني: استوحى بناء هذا التصميم من لوحة بورتريه دورا مار "الشكل رقم (11) لبيكاسو، وقد ظهر بالتصميم كأنه طبقات تلي الواحدة الأخرى فأدى إلى إحداث إيقاع بالتصميم، ويظهر في هذا التصميم استخدام عنصر المرأة والخطوط (العرضية المستقيمة) الممتدة بالتصميم مما عمل على تكامل عناصره على نحو يبلغ من الاتحاد من أجل تحقيق هذه الوحدة، وقد تم توزيع الوحدات الكتابية المستخدمة في اتجاهات أفقية في فراغ العمل ككل مما عمل على الإحساس بالراحة والثبات لأنه استمد جماله ورونقه من طبيعة التوازن فيه والانسيابية والإحساس بالحركة المتصلة ونلاحظ أن الاعتماد على إحداث التوازن بالعمل عن طريق الأرضية فخلق إحساساً بالحركة بجانب والاتزان من خلال العلاقات بين الشكل والأرضية وترتيب العناصر والمساحات مما أعطي قوة للعمل الفني ككل، وقد تم استخدام مجموعة لونية تتميز بالثراء اللوني فقد جمعت بين الألوان الساخنة والباردة مما أثري من القيمة اللونية للعمل وتم عمل مقترح توظيفي لوشاح.

النتائج: Results

- 1- أن الاستراتيجيات الإبداعية المبتكرة في تصميم البراندات الطباعية تسهم بشكل كبير في تميز البراندات وزيادة جاذبيتها للعملاء على المستوى المحلي والعالم.
- 2- أن دمج الحركات والمدارس الفنية العالمية مع الهوية المصرية في تصميمات البراندات الطباعية يمكن أن يؤدي إلى إبداعات ملهمة تعكس تنوع التأثير الثقافي وتعزز جاذبية البراندات المصرية وتسهم في تحقيق التميز التنافسي للبراندات المصرية عالمياً.

- القاهرة، العدد (32).
 12- نفادي، دينا احمد والفقي، حسناء محمد خيرى (2021)، إستراتيجية تصميمية لتحقيق الهوية الثقافية من خلال تصميمات الأقمشة الوقائية المطبوعة والإنفوجرافيك لتعزيز السياحة في ظل جائحة الكورونا، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، المجلد 6، العدد 3.
 doi: 10.21608/MJAF.2021.67862.2273
 13- Abraham, S. C., (2017). Strategic Planning, A Practical Guide for Competitive Success, Emerald Group Publishing Limited; December.
 14- Carlos, O., (2004). Formulating identity in a globalized world, Berkelez University, California press.
 15- Jewler, A. and Bonnie L. D., (2005). Creative Strategy Eighth edition Thomson, Wads worth.
 16- <https://www.artic.edu/artworks/6565/american-gothic>
 17- <https://www.artic.edu/artworks/28067/the-old-guitarist>
 18- <https://www.fridakahlo.org/self-portrait-with-necklace-of-thorns>
 19- <https://www.louvre.fr/en/explore/the-palace/from-the-mona-lisa-to-the-wedding-feast-at-cana>
 20- <https://www.mauritshuis.nl/en/our-collection/artworks/670-girl-with-a-pearl-earring/>
 21- <https://www.neuegalerie.org/womaningold>
 22- <https://www.pablo-ruiz-picasso.net/theme-doramaar.php>
 23- <https://philamuseum.org/calendar/exhibition/the-artists-mother-whistler-philadelphia>
 24- <https://www.tate.org.uk/art/artworks/waterhouse-the-lady-of-shalott-n01543>
 25- <https://www.vincentvangogh.org/portrait-of-dr-gachet.jsp>
 26- <https://www.vincentvangogh.org/starry-night.jsp>

- تصميم العلامة التجارية، مجلة الفنون والعلوم التطبيقية، مجلد (10)، العدد (1)،
 doi: 10.21608/maut.2023.281990
 2- السيد، فاطمة محمد (2003)، البحث التربوي المقارن وتحديات العولمة في القرن الحادي والعشرين، مستقبل التربية العربية، المركز العربي للتعليم والتنمية، المجلد (9)، العدد (30).
 3- العبد، سعد السيد (2009)، قيم الانتماء والمواطنة في ضوء مفهوم ودلالات حقوق الانسان كمدخل لإنتاج ابداعات فنية مستحدثة تنسجم بالطابع القومي، المؤتمر العلمي الثاني لحقوق الانسان ومناهج الدراسات الاجتماعية، مجلد (1).
 4- الكحكي، ياسمين أحمد (2020)، الهوية البصرية المصرية كمصدر لبناء ماركة ملبسية مصرية ذات طابع خاص، مجلة التصميم الدولية، مجلد 10، العدد 2،
<https://search.emarefa.net/detail/BIM-979148>
 5- توفيق، هدى وصالح، ريم ودرويش، داليا (2021)، التكمال بين الفنون البصرية في أوربت في النصف الثاني من القرن العشرين، مجلة الفنون والعمارة للدراسات البحثية، كليه الفنون الجميلة، المجلد 2، العدد 4،
 doi: 10.47436/JAARS.2021.82921.1025
 6- جابر، هشام رمضان (2023)، العوامل المؤثرة في تصميم العلامة التجارية كمدخل لإكساب شخصية المؤسسة التسويقية، بحث في التربية الفنية والفنون، المجلد 2، العدد 23.
 doi: 10.21608/seaf.2023.298263
 7- طعية، سعد وحدادو، فطيمة (2021)، الإبداع الثقافي ومعوقاته في العالم العربي، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 7، العدد 1،
 doi: 10.35779/2002-007-001-022
 8- غلام، أميرة والعصفوري، ريم رجاء، وعبد العزيز، لينا (2022)، توظيف الهوية البصرية للبراند في تصميم نوافذ العرض التجارية، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، المجلد 7، العدد 34،
 doi: 10.21608/MJAF.2021.51057.2083
 9- عبد الحميد، شاكر (2007)، الفنون البصرية وعبقورية الإدراك، دار عين، القاهرة.
 10- عبد الخالق عبد الله (1999)، العولمة جنورها وفروعها وكيفية التعامل معها، مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، المجلد (28)، العدد (2).
 11- عمارة محمد، عمارة (1999)، مخاطر العولمة على الهوية الثقافية، سلسلة في التنوير الإسلامي، دار نهضة مصر،