

جامعة الزيتونة الأردنية
المؤتمر العلمي الدولي الرابع لكلية الآداب
"التصميم الجرافيكي بين المهنية والرسالة"
كلية الآداب
2014

"التصميم وأثره على التسويق والعولمة"

دراسة تحليلية

د. ابراهيم أبو الرب

جامعة الزيتونة الأردنية

كلية العمارة والفنون / قسم التصميم الجرافيكي

[Tel:00962785337284](tel:00962785337284)

E-mail: ibrahim.ali@zuj.edu.jo

2014

ملخص البحث

هذا البحث يتناول التصميم كعملية أساسية ومسبقة للإنتاج والتسويق وما ينتج عنهما عن عولمة اقتصادية وثقافية وغيرها من شعاراتها ورموزها المعروفة.

وتطورت فنون التصميم والإعلان عبر المراحل المتعددة وما يتناسب تطورات كل مرحلة ومع تسارع الاحداث عالمياً وعمليات الإعلان والتسويق وتسارع التكنولوجيا والاتصال حتى انك تستطيع إرسال باقة ورد من باريس إلى القاهرة خلال ساعتين ويمكن أن تتلقى محاضرة في الجامعات المفتوحة وغيرها.

وبطبيعة البشرية فإن الإنتاج ضرورة هامة في ظل توحيد العالم ثقافياً وإعلامياً، وهي ثقافة التلقي والمرتبطة بالسيادة العالمية ذات المحور الواحد بل ان أخلاقياتها ازدادت في تعدد وتوسع استخدام الصورة.

خاصة في السياسة فنرى اسرائيل تقلب صورة محمد الدرة لصالحها على أنه طفل اسرائيلي وفي حريق الأقصى حيث ألقى الإعلام الأمريكي باللوم على الجمهور العربي والمصلين وليس الفاعل اليهودي.

ومها يكن فإن للتصميم دوراً هاماً في التسويق وما يتبعها من عولمة، والتي هي الوريث للاستشراق، وثقافة العولمة لا بد من مواجهة الجوانب السلبية لهذه القضية والاستفادة من ايجابياتها وذلك من خلال التعليم والإعلام والاقتصاد وبرامج التنمية البشرية.

Abstract

This research deals with design as a basic and pre-production and marketing process and the resultant economic and cultural globalization and other well-known slogans and symbols.

The development of the arts of design and advertising across multiple stages and commensurate with the developments of each stage and with the acceleration of events worldwide and advertising and marketing and accelerated technology and communication so you can send a package received from Paris to Cairo in two hours and can receive a lecture at the Open University and others.

The human nature of production is an important necessity in light of the world's cultural and media unification, which is a culture of acceptance associated with global sovereignty with a single axis, but that its morality has increased in the multiplicity and expansion of the use of the image.

Especially in politics, we see Israel turning the image of Mohammed al-Durra in her favor as an Israeli child and in the fire of the Aqsa Mosque where the American media blamed the Arab public and the worshipers and not the Jewish perpetrator.

What is important is that design plays an important role in marketing and its subsequent globalization, which is the heir to Orientalism and the culture of globalization. It is necessary to confront the negative aspects of this issue and to benefit from its positives through education, media.