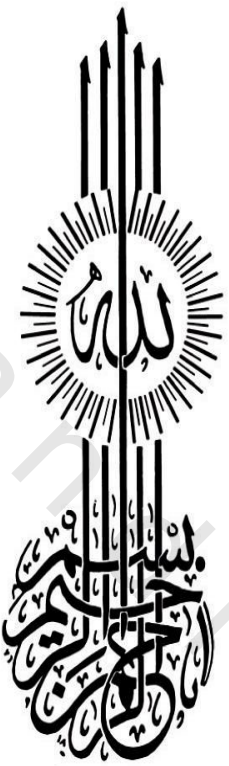

المقدمة

قلت في مقدمة الطبعة الأولى لهذا الكتاب وأقول في مقدمة الطبعة الثانية أنَّ الإعلان يكاد ينطبق عليه المعنى الذي وصف الله به الخمر بأنَّ فيه إثما ومنافع للناس!

ويقول الواقع أنَّ دولة الإعلان غير الديمقراطية لا تزال في حاجة إلى ممارسات واعية تتجاوز مرحلة الفهلوة والشطارة والإحباط النفسي الذي قد يتولَّد من تكاثر وسائط الإعلان كما تكاثر الفطريات.

في مباحث هذا الكتاب وفصوله الثمانية محاولة لتحقيق التوازن المعرفي والمهني عند عناصر صناعة الإعلان.. يمكن من خلالها التأكيد على أنَّ الإعلان كما هو فن وعلم وتقنية وسياسة وكياسة وقانون وفلوس.. هو أيضًا مهارة وطهارة وشطارة وقيم وإبداع وابتكار.

الكلمة والصورة الصوت والرسمة والإضاءة والألوان .. هي أمانة وإبداع.

التصميم والتحرير والتأثير والإقناع.. علم ومهارة وفن وفضيلة.

اقتصاد البلاد وثقافة العباد لا يقوم على الغرائز والفهلوة وحب الذات .. بل يحتاج إلى ضمائر تكتب وعقول تتفنن وقانون يحاسب.

هكذا يؤمن أهل العلم والأخلاق من الأساتذة والصحفيين والإذاعيين والطلاب والدارسين .. وقولوا آمين.

د. رضا محمود عكاشة

كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

٢٥ يناير ٢٠١٥م.- ٥ ربيع الآخر ١٤٣٦هـ

obeikandl.com