

## استراتيجية ابتكارية للظلال كقيمة فنية مستحدثة في الاعلان

د. ياسر أحمد حسن عمار

مدرس بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

### مقدمة

يقول الحق عز وجل في محكم التنزيل (( ألم تر إلى ربك كيف مد الظل ولو شاء لجعله ساكناً ثم جعلنا الشمس عليه دليلاً))، إن الله عز وجل قد خلق العقل للتفكير والتدبر في آيات الله سبحانه، وكل ما تراه الأعين ما هو إلا إنعكاس لصور وما كانت الصور إلا إشارات ليعمل العقل عليها للوصول إلى أسمى درجات الابتكار، فالطبيعة والإستقاء منها هو مصدر جميع الأشكال المرئية التي تدخل في التصميم التطبيقي عامة وتصميم الإعلان خاصة، ولذلك فإن العملية الإبداعية تستند في الأساس على فلسفة المفهوم الفكري الذي هو المكون الأساسي في العملية الإتصالية، ويعد تقديم الافكار المبتكرة من أصعب المراحل في العملية التصميمية للاعلان نظراً لضرورة قيام مصمم الاعلان بإطلاع والبحث عن -معلومات وأفكار- معتمداً على خبراته السابقة وتنظيمها بشكل جديد يؤلف صورة جديدة لم تكن موجودة من قبل، وتعد الظلال من العناصر التصميمية والفنية التي لم تستخدم بشكل ابتكاري فعال في مجال الاعلان، فهي تقوم بدور هام في التأثير الدرامي للصورة المستخدمة في تصميم الإعلان و قدرتها في التأكيد علي الاتزان والتباين في التصميم فتكسبه التجسيم والايهام بالعمق فضلاً عن ابعادها الدلالية الرمزية حيث توحى بالغموض لذلك وجب على مصمم الإعلان مراعاة فكر وثقافة وذكاء وإدراك المتلقي المصري والوصول لحلول ابتكارية للعناصر التصميمية المختلفة مثل الظلال بما يتلاءم مع طبيعة الرسالة الاعلانية و الجمهور المستهدف من حيث خصائصه وميوله ورغباته وعاداته الشرائية للوصول إلى افضل الوسائل الفنية للتعبير عن الرسالة الاعلانية مما يحقق جذب الانتباه والهدف من الاعلان.

### أسباب اختيار البحث

1. عدم الاستفادة من الابعاد الابتكارية والرمزية للظلال كعنصر هام من عناصر تصميم الاعلان
2. إفتقار بعض الاعلانات إلى عناصر الابتكار مما يؤثر سلباً على الاعلان
3. إتجاه بعض الاعلانات إلى إستخدام اللا مألوف بأسلوب غير مدروس يفقد الاعلان فعاليته
4. تفتقد بعض الاعلانات إلى وجود الافكار المبتكرة مما يؤدي إلى عدم إنتباه المتلقى نحوها مما يؤثر سلباً على الاعلان

### هدف البحث

يهدف البحث إلى إيجاد استراتيجية بصرية جديدة لاستخدام الظلال في الاعلان من خلال الافكار المبتكرة والاستفادة من وسائل الاعلان المختلفة بشكل غير مسبوق.

### فروض البحث

1. إن توظيف عناصر الجذب الاعلاني بأسلوب غير مالوف سوف يحقق نسبه عاليه من الغرايه في الاعلان ومن ثم جذب الانتباه بشرط توافر القيمة الجمالية في التصميم
2. تختلف درجة تقبل المتلقى لاسلوب غير المألوف وفقاً للصياغة التشكيلية للاعلان والطاقة الاستيعابية للمتلقى

### منهجية البحث

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي القائم على جمع المعلومات لبناء الإطار النظري للبحث مع رصد بعض عدد من التجارب العالمية بغرض تحليلها ومعرفة الأسس التي يبنى عليها استخدام الظلال في الإعلان وكذلك رصد القيمة الفنية التي يحدثها استخدام الظل من خلال الفكرة الإعلانية المبتكرة.