

تنمية التفكير ما وراء المعرفى باستخدام الدلالات الرمزية فى الفكرة الإعلانية

م.د/ إبتهاج حافظ الديرى

مدرس بقسم الإعلان المعهد العالى للفنون التطبيقية –التجمع الخامس

Bega_mishoo2007@yahoo.com

ملخص البحث:

الفكرة الإعلانية هى الركيزه الأساسية التى تبنى عليها الحملة الإعلانية لما لها من قدرة كبيرة على التعبير عن الرسالة الإعلانية المرجوه وتحقيق الهدف الإتصالى وذلك من خلال تطوير وصياغة الفكرة الإعلانية بما يخدم القيم والسلوكيات والثقافة لدى أفراد المجتمع وتحقيق قيمة إيجابية فعالة مجتمعياً بجانب الهدف الترويجى والتجارى والإقتصادى ويتحقق ذلك من خلال ما تحمله الفكرة الإعلانية من معانى ودلالات رمزية ومضامين قد تكون متعارف عليها أو قد يبتكرها المصمم حسب ملائمتها للفكرة حيث تحمل أفكار مستنبطة تعبر عن السياق فتحمل للمتلقى صورة مادية مشحونه بالمتراپطات المعنوية والوجدانية تحفزه على إستدعاء العمليات المعرفية الداخلية فى محاولة لإستخلاص وفهم المعنى الدلالى للفكرة ، ومن هذا المنطلق يجب الإشارة إلى الدور الهام لإستراتيجيات التفكير ما وراء المعرفى فى مجال الإعلان ودورها فى عمليات التلقى والفهم والإدراك للمتلقى حيث تساعده على أن يعى سلوكياته وإستراتيجياته القرائية التى تيسرله فهم وإدراك الرموز وأن يكون قادراً على الحكم على ما يعرفه وما لا يعرفه وقدرته على تحقيق الإستبصار الذاتى تجاه مجاله المعرفى وبنائه المعرفى وقدرته على إتخاذ القرارات ، فالتفكير ما وراء المعرفى هو وعى الفرد بالعمليات التى يمارسها فى مواقف التلقى المختلفة للفكرة الإعلانية .

الكلمات المفتاحية: (التفكير ما وراء المعرفى – الفكرة الإعلانية –الدلالات الرمزية).