

الإبهار البصري في تصميم أساليب العرض الإعلانية أ.د/ تامر عبد اللطيف

أستاذ التصميم ورئيس قسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية-جامعة حلوان

proftamer@gmail.com

أ.م.د/ سمر هاني السعيد

أستاذ مساعد بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية-جامعة حلوان

dr.samarhany@hotmail.com

م.د/ إيمان محمد على فرماوي

مدرس مساعد بالمعهد العالي للفنون التطبيقية - كلية الفنون التطبيقية-قسم الإعلان-جامعة حلوان

efaramawy82@gmail.com

ملخص البحث: Abstract

تعتمد الكثير من الشركات على سياسة عرض السلع الخاصة بها بأبعاد جديدة مختلفة غير نمطية تستحوذ على العميل، فهي تخاطبه دون أي وساطة من خلال اللامعقول في التصميم، ويأتي هنا دور أساليب العرض الإعلانية لتحقيق الإبهار البصري في التصميم، لتحقيق أسلوب العرض التفاعلي ذهنياً لدى المتلقي لتستمر حتى بعد إزالتها من العرض. ومن هنا أصبح مصمم الإعلان يبحث عن لغة أو أداة تساعد على الاقتراب من المتلقي، ليكون له دور في التفاعل مع التصورات الذهنية الغير مألوفة لدي المتلقي لبناء أفكار مبتكرة عند تصميم أساليب العرض. إلا أن **أساليب العرض الإعلانية في مصر** تحتاج إلى جهد كبير لمواكبة التكنولوجيا الحديثة، وبناء بدائل وطرق مختلفة للاستفادة من اللامعقولية والخيال للإبهار البصري عند بناء الفكرة التصميمية والوصول بها إلى نوع من الإبهار البصري.

لذا لابد من المحاولة لإيجاد علاقة تفاعلية واستحداث أفكار تصميمية، تحقق عنصر الصدمة البصرية من خلال الإبهار البصري في أساليب العرض الإعلانية التي تجعل المتلقي يتأثر ويتفاعل ذهنياً مع العناصر التشكيلية المستخدمة. ومن هنا تنحصر **مشكلة البحث** التي يمكن تلخيصها في محاولة الإجابة عن التساؤل الآتي:

- كيف يمكن تحقيق الإبهار البصري في أساليب العرض الإعلانية التي اعتمدت على اللامعقولية والخيال وأحداث ديناميكية عالية وفعالة، واستجابة المتلقي لهذه الرؤى والتخيلات؟

ويهدف البحث إلى استثمار اللامعقولية والخيال في ابتكار أفكار تصميمية تعتمد على الإبهار البصري لتحقيق الأهداف الاتصالية والوصول إلى استجابة ديناميكية تسويقية مبتكرة لدي المتلقي.

ويتبع **البحث المنهج** الاستقرائي في جمع المعلومات والبيانات لأساليب العرض الإعلانية التي لها بعداً جديداً باستخدام الخيال التفاعلي واللامعقولية، ثم المنهج الوصفي التحليلي لنماذج مختارة لأساليب العرض الإعلانية اعتمدت على تحقيق الإبهار البصري للمتلقى في ضوء الابتكار واحداث عنصر المفاجئة، يليه الجانب التطبيقي من قبل الباحثة.

وقد أظهرت الدراسة مدى تأثير التقنيات الحديثة في أساليب العرض التي اعتمدت على اللامعقولية والخيال في تقديم الفكرة المبتكرة من خلال الإبهار البصري الغير مألوف والقدرة على توظيفها بأسلوب تصميمي مبتكر لأساليب العرض الإعلانية.

الكلمات الدالة: الإبهار البصري، أساليب العرض الإعلانية، اللامعقول.