

**استثمار العناصر اللامعقولة لاستحداث أفكار إعلانية مبتكرة**

أ.د/ تامر عبد اللطيف

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

أ. م. د/ سمر هاني السعيد

أستاذ مساعد بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية-جامعة حلوان

م. م/ إيمان محمد على فرماوي

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

[efaramawy82@gmail.com](mailto:efaramawy82@gmail.com)**ملخص البحث:**

الإنسان في تغير دائم جيلاً بعد جيل، والمبتكر متيقظ الحواس فيرى جمالاً جديداً مبتكراً من خلال تفاعل العقل الباطن والتأثير على المتلقي بشكل لاإرادي مستخدماً الحداثة في التفكير لتحقيق ذلك الفعل.

إلا أن استراتيجية التفكير الإبداعي الغير معقول تتطلب البحث في مخبوات العقل الباطن لدى المتلقي، وترجمة الخبرات البصرية والاعتماد على تأثير الصدمة البصرية مستدياً بذلك نظرة بصرية مختلفة تخاطب اللاوعي والمعاداة للمألوف البصري عند بناء الفكرة الإعلانية والوصول بها إلى نوع من الإبهار والتشويق.

هكذا أصبح المميز لما بعد الحداثة هو اللاشافية، اللانفاذية، الاختباء والتويه بالمعنى الحرفي، وقد أصبحت هذه الكلمات المفاتيح السحرية لولع ما بعد الحداثة، فتم التوجه إلى الإعلانات القائمة على الفكر اللامعقول الغير متوقع للمشاهد في رؤية الإعلان وصولاً إلى بعض الخدع الحسية في عملية الإدراك البصري.

ومن هنا تنحصر مشكلة البحث التي يمكن تلخيصها في محاولة الإجابة عن التساؤل الآتي:

كيف يمكن استثمار العناصر اللامعقولة في تصميم الإعلان والوصول إلى استجابة مؤثرة لدى المتلقي عند عرض الفكرة (الغير معقولة) بحيث تكون لها حسابات بصرية تفتح آفاق جديدة في الفكر الإعلاني الحديث؟

**ويهدف البحث** إلى استثمار العناصر اللامعقولة والخيال في ابتكار أفكار تصميمية تعتمد على الإبهار والمفاجأة والوصول إلى استجابة تفاعلية مؤثرة لدى المتلقي، يكون لها بالغ الأثر في إحداث تغير شامل في مضمون الفكر التصميمي.

ويتبع **البحث المنهج** الاستقرائي لجمع المعلومات والبيانات لاستحداث أفكار إعلانية يسيطر عليها اللامعقول، ثم يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي لنماذج من وسائل الإعلان المختلفة التي تعتمد على اللامعقول في التفرد بعرض الفكرة بصورة ذهنية مختلفة من خلال اللامعقول، ثم يتبع المنهج التطبيقي لتصميمات غير مألوفة بصرياً.

وقد **أظهرت الدراسة** مدى تأثير اللامعقولة في الفكر الإعلاني الحديث على تفاعل وتخيل المتلقين تجاه الإعلان بشكل غير مألوف، وقد كانت هذه الرؤية لها استكشافها في تنفيذ تصميمات غير مألوفة بصرياً لتوظيف القدرات التشكيلية المعتمدة على الخيال في مجال الإعلان وخلق حالة جديدة هدفها الوصول إلى لغة بصرية مختلفة.

**الكلمات الدالة:**

العناصر اللامعقولة. الأفكار الإعلانية. الابتكار.