

الملصقات الإعلانية بين فلسفة اللعب وهندسة التفكير

م. د/ رانيا ممدوح محمود جبر

مدرس بالمعهد العالى للفنون التطبيقية – مدينة 6 أكتوبر

Raniagber25@gmail.com

ملخص البحث:

تعد الملصقات الإعلانية من الوسائل المهمة التي يستخدمها المصمم، للتعريف بطبيعة المنتج أو الخدمة التي تقدمها المؤسسات، ويعد إدراك المصمم لمكونات التصميم إدراكا جيدا وتفهمه لدلالات كل عنصر يساعد في عملية التخطيط والتنظيم، وهو ما يسمى بهندسة التفكير فيجعل عملية التصميم سهلة وذات قيمة، كما تساعد في تقييم التصميم وتطويره. كما شغلت ظاهرة اللعب حيزا مهما في تفكير عدد من العلماء والباحثين على مر العصور، فنجد أن فلسفة اللعب ونظرياتها قد تم تطبيقها في شتى مجالات العلوم والفنون من خلال أهمية اللعب ودوره في العملية الإبداعية، إلا أننا نفتقد في بعض الملصقات الإعلانية إلى تحقيق الدور التكاملي بين ما يهدف الملصق الإعلاني إلى توصيله من معانٍ ورؤى فلسفية، وبين أساليب العرض وعمليات التخطيط والتنظيم للتفكير المتبع في التصميم والتنفيذ من خلال المتعة الذهنية والجسدية والفكاهة والمرح، ومن هنا تكمن أهمية البحث في كيفية تحقيق الدور التكاملي بين فلسفة اللعب وهندسة التفكير في تصميم الملصق الإعلاني من خلال توجيه الفكر التصميمي في الإعلان إلى أهمية اللعب والمتعة الذهنية والفكاهة في تصميم الرسائل الإعلانية؛ وذلك من خلال استخدام أدوات بحثية تمكن الباحث من التبحر في التراث المعرفي لفلسفة اللعب بمنهجية دقيقة ووسائل ملائمة، مما يتيح فرصة التوصل إلى نتائج علمية مؤكدة والتي من أهمها أن تصميم الملصقات الإعلانية ليست مجرد عمل فني جذاب يثير المتلقى بل هي منظومة متكاملة تجمع بين فلسفة اللعب وهندسة التفكير لخلق مزيج متكامل ناجح.

الكلمات المفتاحية:

نظريات اللعب- هندسة التفكير- الملصقات الإعلانية