

اهمية علم الدلالة في تعزيز الرسائل الاعلانية

أ.د/ تامر عبد اللطيف

أستاذ بكلية الفنون التطبيقية-جامعه حلوان

proftamer@gmail.com

م/ دينا فكرى عبد القادر محمد الشيخ علي

معيدة بالمعهد العالي للفنون التطبيقية-قسم الجرافيك وفنون الإعلان

Dina.elshikh.ali@gmail.com**ملخص البحث**

إن الدلالات الرمزية تأتي من ثقافة وقيم المجتمع ولذلك يجب الحرص عند اختيارات الدلالات الرمزية المناسبه للفكره الإعلانية إعادة النظر أكثر من مره وعلي المصمم دراسه الفئه المستهدفه وعلاقتها بالدلالات الرمزيه المقترحة لان الخطأ في إختيار الدلالة الرمزيه يؤدي إلى فشل في الحمله الإعلانية والتأثير بالسلب على المتلقي.

على سبيل المثال يعتبر الأسود لون الحداد في الغرب والأبيض لون السعادة. إنه العكس في الهند. لذا، ولذلك يصبح من الضروري فهم الكلمات والألوان والإشارات المستخدمة في الحملة الإعلانية، وهي حساسة للغاية يجب أن ندرك مع من نتحدث. لقد صنع إعلان لدراجة منذ سنوات و اراد التعبير عن الراحة التي تمنحها الدراجة لراكبيها. أظهر الإعلان رجلاً على الدراجة، ويقوم صبي صغير بصقل حذاءه. تلقى الإعلان الكثير من النقد من المنظمات غير الحكومية حول قضية عمل الأطفال والطريقة التي عرضنا بها الإعلان. فيجب علينا أن نضع في الاعتبار جميع عناصر المعنى الدلالي (صوري او لفظي) قبل تنفيذ خطة إعلانية.

والإعلان كاتصال إقناعي يهدف إلى تحقيق الذبوع عن طريق انتقال المعلومات والأفكار والاتجاهات من شخص او جماعة إلى اشخاص أو جماعات اخري باستخدام رموز موحدة، فالحملة الإعلانية تنطوي على مجموعه من الكلمات والصور والرسوم لترميز الرسالة الإعلانية بصوره مقنعه، ويتم ذلك عن طريق استخدام صور ورموز ذات إطار دلالي موحد بين المرسل والمستقبل، وان تعمل الرسالة الإعلانية الإقناعية على استثارة الحاجات الإنسانية لدي المستقبلين بما يتفق مع القيم الاجتماعية السائدة.

ويهدف البحث إلى اهمية دراسة العناصر الأساسية للدلالات لانها يمكن أن تعمل لصالح أو ضد الإعلان. ويجب ان تكون جميع السمات مجتمعة جمالية متناسبة مع فئة المتلقين والثقافة العامة ولا تزعج المشاهدين وتسبب الإدراك الخاطئ.

الكلمات المفتاحية

الدلالة الرمزية-الثقافة-الإدراك-الرسالة الاعلانية