

فلسفة الفكر التصميمي كمنهجية ابداعية لتصميم الحملات الاعلانية التفاعلية

أ.د/ فاتن فاروق حلواني

أستاذة دكتور التصميم والجرافيك كلية التصميم والفنون جامعة جدة

prof.faten95@gmail.com

أ.م / هند عبدالله الوتيد

محاضر في قسم التربية الفنية كلية التربية، جامعة الملك سعود

halwetaid@ksu.edu.sa

مخلص الدراسة:

يتناول هذا البحث الفكر التصميمي كمنهجية ابداعية تهدف إلى حل المشكلات التصميمية، بشكل تطبيقي لتوظيفه في مجال التصميم لتصميم وإنتاج حملات إعلانية تفاعلية تخدم الهدف الإعلاني الذي صممت من أجله. ويتناول هذا البحث أربعة محاور، حيث تناول المحور الأول ماهية الفكر التصميمي ونشأته ومراحله وأهميته. بينما في المحور الثاني تم استعراض مفهوم التفاعلية في الحملات الإعلانية وأهمية الحملات الإعلانية التفاعلية بالنسبة لكل من المعلن والمستخدم. وناقش المحور الثالث الاستراتيجية الإبداعية لتصميم الحملات الإعلانية من خلال الفكر التصميمي، وفيها تم عرض المنهجية الإبداعية في تصميم الحملات الإعلانية التفاعلية من خلال الفكر التصميمي. وأخيراً شمل المحور الرابع: الدراسة التحليلية التي تناولت حملتين تفاعليتين في المملكة العربية السعودية، وهما حملة روح السعودية التابعة لوزارة السياحة، وحملة عشرة سنين تعدت العشرين لشركة شاورمر للأطعمة السريعة. وكانت أهم نتائج هذه الدراسة أن تصميم الحملات الإعلانية التفاعلية يتطلب منهجية منظمة تتسم بالإبداع والابتكار لتحقيق التأثير والهدف المنشود منها. بالإضافة إلى أن الفكر التصميمي منهجية ابداعية تساهم في إيجاد مداخل ابتكارية لتصميم الحملات الإعلانية التفاعلية. وتوصي الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات العربية التي تتناول الفكر التصميمي كمنهج مرن يمكن تطبيقه في جميع المجالات. أيضاً، ضرورة تبني الاستراتيجية الإبداعية في توظيف الفكر التصميمي لتصميم الحملات الإعلانية التفاعلية في الوكالات الإعلانية.

الكلمات الدالة:

الاستراتيجية الإبداعية - التفاعلية - الحملات الإعلانية التفاعلية - فلسفة الفكر التصميمي.