

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۹/۲۰
تاریخ پذیرش نهایی: ۹۱/۱۲/۹

عفت‌السادات افضل طوسی^۱، محبوبه طاهری^۲

استعاره تصویری، تجلی خلاقیت در تبلیغات تجاری^۳

چکیده

با گسترش زندگی اجتماعی و به تبع آن ارتباطات، بخشی از انتقال اطلاعات به تبلیغات اختصاص یافته است. همچنین با توجه به ارزش اقتصادی تبلیغات در عرصه تجارت، تبلیغات تجاری از ضروریات ارتباطات در عصر حاضر به شمار می‌رود. به دلیل آنکه این رویکرد از ارتباطات در سطح جامعه مورد پذیرش قرار گیرد و همچنین تأثیرگذار واقع شود، وجود خلاقیت در تبلیغات تجاری ضروری می‌نماید. در این راستا با فرض تطبیق تعاریف مربوط به خلاقیت با حوزه نوآوری در تبلیغات تجاری، علاوه بر شرح ترکیب کردن (کم یا زیاد کردن، جایگزینی) و نامتعارفی یا خارج شدن از قالب‌های ذهنی به‌عنوان شاخصه‌های خلاقیت، به بررسی استعاره تصویری به‌عنوان شیوه‌ای از نوآوری در عرصه تبلیغات تجاری پرداخته می‌شود. استعاره در حقیقت از فنون رایج خلاقیت هنری است که به‌ویژه در زبان و گفتار برای همگان شناخته شده است و در تبلیغات تجاری نیز استعاره تصویری به‌طور گسترده دیده می‌شود. در پژوهش حاضر گردآوری اطلاعات به روش کتابخانه‌ای صورت گرفته و با شیوه توصیفی-تحلیلی و روش تطبیقی به بررسی و تبیین این دیدگاه پرداخته شده که استعاره تصویری یکی از شیوه‌های منحصر به فرد خلاقیت در عرصه تبلیغات تجاری به‌صورت بصری است. **کلیدواژه‌ها:** تبلیغات، تبلیغات تجاری، خلاقیت، نوآوری، استعاره.

۱. استادیار گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء(س)، استان تهران، شهر تهران (نویسنده مسئول)
E-mail: afzaltousi@hotmail.com

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء(س)، استان تهران، شهر تهران
E-mail: taheeri1365ma@yahoo.com

۳. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد محبوبه طاهری با عنوان «خلاقیت در هنر و نسبت آن با هنر گرافیک» به راهنمایی دکتر عفت‌السادات افضل طوسی در دانشگاه الزهراء(س) است.