يُعارض أرسطو أفلاطون في تقييم تأثير الفن، مُعتبرًا إياه ذا دور معرفي وتربويّ يُبرز حقائق إنسانية عالمية عبر المحاكاة. يشرح مفهوم "التطهير العاطفي" (الكاثارسيز) في فن الشعر، حيث تُثير التراجيديا الشفقة والخوف، ثم تُنفيسهما، مُنتجة متعة جمالية من إدراك المشاهد لحقيقة إنسانية أو إمكانية كامنة. ينطبق هذا على الإعلانات الناجحة، التي تحكي قصصًا مؤثرة تُمكّن المشاهد من التعاطف والتعرف على ذاته، كما في إعلانات التأمين أو الأعمال الخيرية. تُثير هذه القصص مشاعر، مُتيحة تطهيرًا عاطفيًا مصغرًا، وقوتها تكمن في تمثيلها الفنيّ لجوهر الحقيقة الإنسانية أكثر من الواقع المباشر. لذا، يمكن اعتبار الجمالية في الإعلان أداة تعليمية أو أخلاقية غير مباشرة، تتجاوز الترويج التجاري، مُشكّلةً بذلك شكلًا فنيًا صغيرًا يتفاعل معه الجمهور فكريًا وعاطفيًا.

Summarized by © lakhasly.com