

## الأساليب التفاعلية اللاإلكترونية ودورها في تصميم الإعلان التفاعلي

### Non-electronic interactive methods and their role in the interactive advertising design

أ.د/ محمد محمود أحمد شحاتة

أستاذ تصميم الأغلفة المتفرغ ورئيس قسم الإعلان سابقاً، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان

أ.د/ إيناس محمود محمد

أستاذ التصميم بقسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان

م/ إلهام رشدي شطا

مصمم جرافيك

#### ملخص البحث

يتضمن البحث مناقشة حول مفهوم التفاعلية في التصميم الإعلاني التفاعلي من منظور العلاقة التبادلية بين المرسل والمتلقي في العملية الاتصالية، ومن خلال التفاعل بين المتلقي والرسالة الاعلانية يمكن خلق اعلان تفاعلي مميز بشكل لا إلكتروني، ويلقي البحث الضوء على كيفية خلق التفاعلية في التصميم الإعلاني دون الحاجة إلى وسائط تكنولوجية معقدة، حيث يقصد بالإعلان التفاعلي اللاإلكتروني الإعلان الذي يحقق عملية الاتصال التبادلي بين المرسل والمتلقي بشكل يتبني نظاماً أكثر بساطة و نفاذية وأكثر قدرة على تنمية مشاركة المتلقي وتحقيق درجة أعلى من التفاعلية دون الحاجة إلى استخدام وسائط تكنولوجية معقدة.

وبالرغم من أن مصطلح التفاعلية مصطلح قديم إلا انه ظهر مؤخراً في الإعلان ليعبر عن الاعلان الذى يتطلب مشاركة المتلقي في العملية الاتصالية، ومع ظهور الوسائل التكنولوجية الحديثة بدأ مصطلح التفاعلية ينحصر على الوسائل التكنولوجية والالكترونية الحديثة فقط الحديثة فقط إلا انه في الحقيقة أن التفاعلية ليست تعبيراً عن الوسائل التكنولوجية الحديثة فقط ، فالنفاذية في الاعلان هي استراتيجية للابتكار والتحويل في الفكر الاعلاني لمشاركة المتلقي في العملية الاتصالية وجعل عملية الاتصال الاعلاني عملية تبادلية بين المرسل والمستقبل سواء تم ذلك بأسلوب الكتروني أو لا الكتروني فالهدف من التفاعلية هي مشاركة المتلقي في العملية الاتصالية بشكل يجذب الانتباه ويحفزه وأضافه عنصر المتعة لديه بحيث ينتقل تصميم الإعلان ووسائله من الوسائط ذات البعد الثنائي والثلاثي إلى ابعاد أخرى أكثر عمقاً وتفاعلاً مع المتلقي.

ومن هنا جاءت أهمية البحث في إلقاء الضوء على دراسة الأساليب التفاعلية لتصميم الإعلان التفاعلي بشكل اللاإلكتروني، حيث يقصد به الإعلان الذي يحقق التفاعلية بشكل يتبني نظاماً أكثر بساطة وأكثر نفاذية وأكثر قدرة على تنمية مشاركة المتلقي وتحقيق درجة أعلى من التفاعلية دون الحاجة إلى الاستخدام التكنولوجي.

#### الكلمات الدالة

التفاعلية interactivity – التصميم الإعلاني المتفاعل Interactive advertising design – الأساليب التفاعلية  
Interactive methods - الإعلان التفاعلي اللاإلكتروني Non-electronic interactive ads