

تعظيم دور تقنية الواقع المعزز للإعلان التفاعلي بداخل المولات التجارية

Maximizing the Rule of Augmented Reality Technology for Interactive Advertising in commercial malls

م.د/ شيماء صلاح صادق صديق

مدرس بقسم الإعلان كلية الفنون التطبيقية، جامعة بنها، محافظة القليوبية

shimaa.salah@fapa.bu.edu.eg

ملخص البحث:

تبعاً للثورات العلمية التكنولوجية المتلاحقة الرائدة في مجال الإعلان، وظهور تقنية الواقع المعزز المبهرة والتي تضيف دورها بعداً تفاعلياً ديناميكياً جذاباً علي مضمون الرسالة الإعلانية، ومع تطور هذه التكنولوجيا قدمت آفاق جديدة للتقنيات الإعلانية الحديثة وتوظيف الإبداع الإعلاني بداخل المولات التجارية بشكل تكنولوجي تفاعلي ببناء لإيجاد تشكيلات إعلانية جديدة كحلول تصميمية متقدمة ومبتكرة لمجابهة ظاهرة التشبع الإعلاني. حيث تتيح المميزات المعمارية للمولات التجارية عوامل مساعدة لتطبيق تفاعل قوي مع المستخدم مثل كبر الحجم وإمكانية الرؤية من مسافة بعيدة وإمكانية الإبتكار في التوظيف التقني للتكنولوجيا الحديثة بشكل متوافق مع البعد المكاني والوظيفي والتقني للإعلان، فمراعاة الاعتبارات الجوهرية في تطبيق تكنولوجيا الواقع المعزز للإعلانات التفاعلية في المولات التجارية وإنغماس المستخدم في بيئة التصميم التفاعلية المتاحة بشكل دوري تساعد علي الإرتقاء بمستوي الإعلان في ضوء التطور التكنولوجي لتحقيق الجودة والإبتكار والإبهار الإعلاني، وكذلك تتيح درجة عالية من الإرتباط بالإعلان وتذكره. فتكمن مشكلة البحث في فقر التصميمات الإعلانية بداخل المولات التجارية وعدم الإبتكار في إنتاج الإعلان وفقدان القيم الوظيفية للإعلان بداخل المولات التجارية والجمود الفكري الإعلاني في ظل عصر التكنولوجيا، حيث يمثل المشهد البصري الحضاري للإعلان التفاعلي بداخل المولات أحد معالم التطور التنموي المجتمعي، وبالتالي فمراعاة مصمم الإعلان جماليات الإعلان التفاعلي وقيمه الوظيفية والإجتماعية مع توافق إبتكار الإعلان في عالم إتصف بالجدة والدينامية والتفاعل أمراً بالغ الأهمية، لذا يهدف البحث إلي إلقاء الضوء علي كيفية توظيف المميزات الديناميكية التفاعلية للواقع المعزز في الإعلان بداخل المولات التجارية بشكل علمي مع مراعاة الأسس والمعايير الجمالية والمعمارية للمول التجاري، وإعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لمجموعة من النماذج الإعلانية التي توظف تقنية الواقع المعزز بشكل تفاعلي بداخل المولات التجارية. وتوصل البحث لعدة نتائج أهمها أن التوظيف الناجح لتكنولوجيا الواقع المعزز الرقمية في الإعلان التفاعلي بداخل المولات التجارية يحقق تأثيراً عاطفياً وترفيهياً فعالاً في سلوك المستخدم. وكذلك يساعد إنغماس أكبر قدر ممكن من حواس المستخدم في إعلان الواقع المعزز التفاعلي من تعلق المستخدم بالتجربة المعززة ويستمر لفترة طويلة المدي في ذاكرة المستخدم. ونستخلص من النتائج السابقة أن تقنيات الواقع المعزز تمثل تطوراً ملحوظاً في صناعة مدخل إعلاني متطور فائق التأثير في دمج المستخدم في بيئة التصميم التفاعلية بداخل المولات التجارية.

الكلمات الإفتتاحية

الإعلان التفاعلي، تقنية الواقع المعزز، الواقع المدمج، المولات التجارية، الميديا الرقمية، الميديا الذكية