

## فاعلية الطاقة الذهنية فى الإعلان التفاعلى

م م / محمد على عزمى عبد الرحيم

مدرس مساعد فى كلية الفنون و التصميم- بجامعة أكتوبر للعلوم والحديثة والأداب

### ملخص البحث Abstract :

مع تطور التقنيات الحديثة وتطور الأساليب التى يستخدمها المصمم والمعلن عن السلع والخدمات بشكل أكثر ابتكاراً ، أُسُحِدَتْ مفاهيم جديدة لإستخدامات وتطبيقات على الطاقة الذهنية للمتلقى فى الإعلان التفاعلى تلك الطاقة الذهنية التى تتأثر بالعديد من المدخلات الخاصة بالمتلقى بشكل مرتبط بالعملية الإدراكية عن طريق حواس الإنسان التى يمكن إثارتها بشكل يحفز هذه الطاقة ، ومن هنا تظهر مشكلة البحث والتي يمكن تلخيصها فى محاولة الإجابة عن التساؤل الآتى: كيفية إثارة وتغيير الطاقة الذهنية للمتلقى وكيفية قياسها لزيادة فاعلية الإعلان التفاعلى الحديث؟ ويهدف البحث إلى هو التعرف على الإمكانيات الحديثة و التى تدعم تغيير و إثارة الطاقة الذهنية للمتلقى لجذب إنتباهه وفكره لأطول فترة ممكنة لإحداث الأثر المطلوب من الإعلان على ذهن المتلقى . وقد إتبع البحث المنهج الوصفى التحليلي وذلك من خلال دراسة تحليلية لنموذج إعلاني تفاعلى، حيث توصلت الدراسة إلى أن هناك محددين لقياس الطاقة الذهنية للمتلقى فى بيئة الإعلان التفاعلى لهم مجموعة من المتغيرات و التى يمكن إستخدامها، المحدد الأول حدوث جذب الإنتباه (الإثارة) ، و المحدد الثانى عملية التفاعل وهو الذى يمكن وصفه فى جميع المتغيرات الداخلة فى عملية التفاعل و التى يمكن أن تُقيسها التقنيات و التكنولوجيا الرقمية للتعرف ، و أن إستخدام التقنيات التفاعلية الحديثة بهدف تغيير وإثارة الطاقة الذهنية للمتلقى يعمل على زيادة فاعلية الإعلان التفاعلى.

### الكلمات الدالة Keywords:

الطاقة الذهنية (Mental Energy) - الإعلان التفاعلى (Interactive Advertising) - الإدراك (perception).

### مقدمة البحث Introduction:

مع تطور التقنيات الحديثة وتطور الأساليب التى يستخدمها المصمم والمعلن عن السلع والخدمات بشكل أكثر ابتكاراً ، أُسُحِدَتْ مفاهيم جديدة لإستخدامات وتطبيقات على الطاقة الذهنية للمتلقى فى الإعلان التفاعلى تلك الطاقة الذهنية التى تتأثر بالعديد من المدخلات الخاصة بالمتلقى بشكل مرتبط بالعملية الإدراكية عن طريق حواس الإنسان التى يمكن إثارتها بشكل يحفز هذه الطاقة .

ومن هنا تظهر مشكلة البحث والتي يمكن تلخيصها فى محاولة الإجابة عن التساؤل الآتى: كيفية إثارة وتغيير الطاقة الذهنية للمتلقى وكيفية قياسها لزيادة فاعلية الإعلان التفاعلى الحديث؟

هدف البحث هو التعرف على الإمكانيات الحديثة و التى تدعم تغيير و إثارة الطاقة الذهنية للمتلقى لجذب إنتباهه وفكره لأطول فترة ممكنة لإحداث الأثر المطلوب من الإعلان على ذهن المتلقى .

ويتبع البحث المنهج الوصفى التحليلي وذلك من خلال دراسة تحليلية لنموذج إعلاني تفاعلى.