

**الإعلان التفاعلي في المراكز التجارية****أ.د/ عطيات محمد بيومي الجابري**

أستاذ التصميم بقسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان

**أ.د/ سمر هاني السعيد أبو دينا**

أستاذ التصميم بقسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان

[dr.samarhany@hotmail.com](mailto:dr.samarhany@hotmail.com)**م/ مصطفى محمد إبراهيم عيسى**

مصمم حر

[mmalkawe077642097@gmail.com](mailto:mmalkawe077642097@gmail.com)**ملخص البحث:**

لقد أدى تطور الإعلان في الفترة الأخير إلى ظهور نوع جديد من الإعلانات يعتمد على كافة الوسائل التكنولوجية المتطورة والذي يسمى بالإعلان التفاعلي (Interactive Advertising)، وذلك لزيادة نجاح العملية الإعلانية، وإمكانية استغلالها لجذب أكثر للمتلقين له، فالإعلان التفاعلي يعتبر من أكثر الوسائل الإعلانية التي تعتمد على الفكرة الإبداعية والتي تتطلب دراسة مكثفة لتصميمه، فالإعلان التفاعلي ما هو إلا وسيلة متطورة للإعلان يمكن استغلالها بدرجة كبيرة في المراكز التجارية لما له من مميزات متاحة أمام المصمم والمستخدم.

للإعلان التفاعلي عدة وسائل يمكن العرض عليها واستغلالها من خلال إدخال التكنولوجيا المتطورة والتقنيات العالية فيه مثل استغلال الجدران والأرضيات والأسقف والساحات ونوافذ العرض والمصاعد وغيرها من الأماكن التي من الممكن استخدامها كوسيلة لعرض الإعلان التفاعلي عليها.

يرى مصممو الإعلانات التفاعلية أن المراكز التجارية تعد من أهم الأماكن لنشر الإعلانات التفاعلية فيها، وذلك لعدة أسباب كان من أهمها مركزا يجمع المستخدمين من كافة المستويات والجنس والعمر، غير أنه يعتبر من الأماكن النشطة، فالإعلان التفاعلي في المراكز التجارية له دور كبير في نجاح العملية الإعلانية وذلك لاختلاف وسائله ومكوناته المستخدمة فيه. ومن هنا تظهر مشكلة البحث في محاولة الإجابة على التساؤل الآتي: كيف يمكن توظيف الإعلانات التفاعلية في المراكز التجارية في واستغلالها بصورة ايجابية وبفكر إبداعي يجذب المستخدمين نحو المنتج أو الخدمة المعلن عنها؟

**هدف البحث:** الاستفادة من توظيف التقنيات التفاعلية لتصميم الإعلانات التفاعلية في المراكز التجارية، ورصد وتحليل النماذج الإعلانية التفاعلية في المراكز التجارية لمعرفة مدى توافقها مع طبيعة المستخدم.

**منهج البحث:** المنهج الوصفي لبعض النماذج من الإعلانات التفاعلية في بعض المراكز التجارية لاستخلاص النتائج، ومن ثم المنهج التطبيقي لتصميم نماذج إعلانية في المراكز التجارية من قبل الباحث.

**الكلمات المفتاحية:** الإعلان التفاعلي – التصميم التفاعلي – المراكز التجارية.