

الدور الإبداعي لتوظيف الواقع المدمج في تصميم الحملات الإعلانية السياسية

أ. د/ إيهاب محمد صبري العجموي

الأستاذ بقسم الإعلان – كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان – مصر

iselagamawv@yahoo.com

م. د/ مي علي ندا

المدرس بقسم الإعلان – كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان – مصر

Dr.mainada@yahoo.com

الباحث/ مهند حامد غندور

باحث دكتوراه

mohanadghandour@hotmail.com**ملخص البحث:**

يطلق اسم الواقع الافتراضي على عدد من التقنيات التي تستخدم الحاسبات والوسائط المتعددة في خلق بيئة تصويرية تخيلية اصطناعية يستطيع مستخدم الحاسب من خلالها أن يرى ويسمع ويلمس عن طريق عرض الصورة التي تستجيب في الحال لحركة المستخدم، فالواقع الافتراضي هو استعمال الحاسب في النمذجة والمحاكاة التفاعلية لتمكين شخص ما أن يتفاعل مع منتجات أو بيئة اصطناعية أخرى حسية أو بصرية ثلاثية الأبعاد. وجعل المستخدم يستخدمها ويعيش معها بشكل ثلاثي الأبعاد ويتعامل معه في الزمن الحقيقي كأنها أشياء حقيقية موجودة على أرض الواقع، ويمثل الواقع المدمج واحدا من أهم تطورات الواقع الافتراضي والتكنولوجيا الرقمية حيث سمح بتعزيز البيئة الحقيقية من خلال معطيات افتراضية لم تكن جزءا منها، فالواقع المدمج أساسا شكل من أشكال التقنية التي تم تركيز استخدامها في مجال التسويق والإعلان من قبل المنظمات والشركات والحملات السياسية بسبب مزاياها المختلفة التي تؤثر على المتلقي وتقنعه بشكل جذاب ومريح يتناسب مع العصر الرقمي الحديث، وتنبثق مشكلة البحث من قصور تفعيل دور التقنيات الرقمية الحديثة في تصميم الإعلان السياسي ما أوجد الحاجة إلى إيجاد رؤية مقترحة لتوظيف الواقع المدمج في تصميم الحملات الإعلانية السياسية، وعلى ذلك يستهدف البحث استكشاف الدور الإبداعي لتوظيف الواقع المدمج في تصميم هذه الحملات مع وضع رؤية مقترحة لتوظيف الواقع المدمج والتقنيات الرقمية الحديثة في تصميم هذه الحملات، وتوصل البحث إلى تقديم رؤية مقترحة لتوظيف الواقع المدمج في التصميم الإبداعي للحملات الإعلانية السياسية والتي شملت ستة مراحل تضمنت

- المرحلة الأولى: رؤية ورسالة وأهداف الحملة الإعلانية السياسية

- المرحلة الثانية: تحديد نوعية الإعلانات السياسية المستخدمة

- المرحلة الثالثة: تحديد الجمهور المستهدف وفقا للشرائح الثقافية والاجتماعية والتعليمية والسن

- المرحلة الرابعة: مرحلة تصميم الحملات الإعلانية السياسية

- الخامسة: الإعلان النهائي - السادسة: تقييم الإعلان السياسي باستخدام (AR).

الكلمات المفتاحية:

الواقع المدمج، الحملات الإعلانية، الحملات السياسية