

## رؤية مستقبلية مبتكرة للواقع المعزز في الاعلان المطبوع

أ.م. د/ هبة عبد المهيمن محمد عوض

استاذ مساعد بكلية الفنون التطبيقية - جامعة دمياط - قسم الإعلان

[hebaawad13@yahoo.com](mailto:hebaawad13@yahoo.com)

### الملخص

"الواقع المعزز" Augmented reality أو AR تقنية حديثة يعيش فيها المتلقى التجربة في محيطه، كما لو أنها جزء من بيئته. فيتم الدمج بين سرد الخبر\* من قبل المطبوع وبين تجربة المستخدم له، ويفتح المستخدم على أشكال افتراضية ثلاثية الأبعاد بإضافة محتوى متعدد الوسائط (كالنصوص والصور والرسومات والملفات الصوتية ومقاطع الفيديو والأشكال ثلاثية الأبعاد) "والتي لا تتيحها الطباعة"، بما يسمح له بالتعرف إلى معلومات وبيانات جديدة سواء كانت هذه المعلومات والبيانات نصية أم بصرية، وبذلك يصبح المستخدم جزءاً هاماً له سرده الخاص للحدث، وله رأيه فيه. ويكون ذلك إما من خلال إعلانات تنقل القارئ إلى روابط على الإنترنت عبر أكواد QR "شكل (أ1)، أو عن طريق تطبيقات تعمل على تقنيات الـ "Detection" شكل (ب1)، بحيث يعمل تطبيق معين على تحديد شخصية في صحيفة أو في ورقة، ثم تحريك الشخصية عبر التطبيق المبرمج (3: ص12).



شكل (ب1) تقنيات الـ Detection (ص 17: 10، 11، 13)

شكل (أ1) مقطع مطبوع لكود QR

### مشكلة البحث: -

- تظهر دائما المنتجات ثابتة ساكنة لا تسمح بكثير من التفاعل المتبادل، إذ يمكن رؤيتها ولمسها، وأحياناً تذوقها أو شمها، إلا أنها تبقى ساكنة. فكيف يمكن الاستفادة من الاساليب الحديثة والمبتكرة لتقنية الواقع المعزز وتطبيقاتها في الاعلان المطبوع لجذب إنتباه العملاء وعمل علاقة عاطفية معهم.
- عدم الاستفادة بالشكل الكافي حتى الآن من تقنية "AR" كأساليب جديدة في مجال الاعلان.

### أهمية البحث: -

- تكمن أهمية البحث في أننا نعيش في عالم يغرق في الإعلانات التي تحيط بنا، لذا وجب التحلي بالابتكار والبراعة في الاعلانات بتقنية AR لجذب المستهلك والتفاعل معه.
- تمثل أهمية تطبيقات الواقع المعزز AR في الاعلان المطبوع في أنها تدمج مكانة وسمعة العلامات التجارية على الوسائط المطبوعة، لتصل العروض بالشكل الأمثل.

### اهداف البحث: -

- توظيف الواقع المعزز AR لإنشاء إعلانات إبداعية مطبوعة تتحرر من الطرق التقليدية.
- توضيح مستقبل الاعلان المطبوع بتقنية الواقع المعزز.

### فروض البحث: -

- اعلانات الواقع المعزز ترفع المبيعات وتدخل المستهلكين في تجربة قد تنقله للواقع الحقيقي للمنتج الذي يتم التسويق له.  
2- تزيد الاعلانات المطبوعة بتقنية الواقع المعزز للعلامات التجارية من نسج علاقة تفاعلية مع المستهلك بشكل فعال أكثر بكثير من الإعلانات التقليدية.

### منهج البحث:

- يعتمد البحث على المنهج التاريخي الوصفي حيث يتم عرض مختصر لنشأة واستخدام تقنية "الواقع المعزز"، وأثر استخدام التقنية في الاعلان المطبوع.  
- المنهج التجريبي حيث تم تطبيق التقنية على مطبوعات المقرر الدراسي تصميم (المطبوعات المنشرات – الأغلفة) لطلاب الفرقة القالقة قسم الاعلان.

### الكلمات الرئيسية

الواقع المعزز، الإعلان المطبوعة، أكواد"

---

\* لتفسير دور السرد ونقل المعلومة والخبر في تعليم المتلقي، يمكننا الاعتماد على "النظرية البنائية" constructivism التي تفسر أن بناء المعلومات عند المتلقي يُبنى عبر اكتساب معلوماته داخليا متأثرا بالبيئة المحيطة به والمجتمع واللغة، فتتقل له المعلومة بصورة أوضح من خلال تفعيل حسه الإدراكي ومن خلال تجسيدها عبر وسائط مختلفة.