المتعة فى الإعلان التفاعلى

م. د/ رانيا ممدوح محمود جبر
وزاره التعليم العالى- المعهد العالى للفنون التطبيقة -مدينة اكتوبر -مصر
Raniagber25@gmail.com

ملخص البحث Abstract:

تلعب التكنولوجيا دورا محوريا فى تغيير التشكيل المعرفى والوجدانى والحسى للمتلقى، الامر الذى مهد امام المصمم المعاصر استحداث مداخل غير تقليدية بهدف جذب الانتباه، واثارة الاهتمام بمحتوى الرسالة الاعلانية لذلك يأتى دور الاعلان التفاعلى الذى يعتمد على اللامعقولية، والمتعة والمرح لإثارة إهتمام المتلقى وجذب انتباهـــــــــه، فالإعلان التفاعلى له مميزات متاحة أمام المصمم لكى يقيم البدائل التى لديه بما يتلائم مع قدرات المتلقى الحالى من خلال دراسة سلوكه وقدراته الذهنية والوجدانية والنفسية، ودراسة احتياجاته وانفعالاته ودوافعه وبيئته وثقافته لتحقيق افضل فاعلية للاعلان لكى ينجح فى توصيل رسالته الى الجمهور المستهدف.

وتعرف **المتعة** The pleasure على أن شيئا بسيطا مثل السعادة والمرح هى أسهل طريقا لتغيير سلوك الإنسان نحو الإيجابية، بحيث يعود بالفائدة على الفرد والمجتمع ولذلك تنبثق **المشكلة البحثية** فى كيفية توظيف المتعة فى الاعلان التفاعلى واستغلالها بصورة ايجابية فى تغيير الطاقة الذهنية للمتلقى كما **يهدف البحث** الى كيفية الاستفادة من المتعة فى تغيير سلوك المتلقى وادخاله فى تجربة حسية فريدة تساهم فى تغيير الطاقة الذهنية لديه مما تساهم فى تحقيق الاستدامة للمنتج او الخدمة المعلن عنها، ويتم ذلك من خلال استخدام ادوات بحثية تمكن البحث من التبحر فى التراث المعرفى للمتعة بمنهجية دقـــــيقة ووسائل ملائمـــــة، مما يتيح فرصة التوصل الى نتائج علمية مؤكدة والتى من اهمها ان توظيف المتعة فى الاعلان التفاعلى يؤدى الى تغيير الطاقة الذهنية للمتلقى نحو الايجابية لتحقيق الاستدامة للمنتج او الخدمة المعلن عنها.

الكلمات المفتاحية:

المتعة – الاعلان التفاعلى – التصميم التفاعلى - الطاقة الذهنية

DOI: 10.21608/mjaf.2020.24510.1524