

آليات إدماج التقنيات التفاعلية في تطبيقات الإعلان المطبوع وإمكانية تطبيقها في مصر

م.د/ هايدى يوسف ابو الغيط

مدرس بكلية الفنون التطبيقية – جامعة بنها

haidy.youssef@fapa.bu.edu.eg

ملخص البحث:

أصبحت الإعلانات أكثر تعقيداً في العصر الحالي وتضع المصمم أمام مواجهة لتحديات جديدة في محاولة لكسب القبول المطلوب من قبل المتلقي. حيث أصبح الإعلان يدعو المتلقي للتوقف أمامه لفترة والتفكير في محتوى الرسالة الإعلانية المقدمة له والتي اتجهت لتكون تفاعلية، والتي تترك أثر طويل المدى عن السلعة أو الخدمة المعلن عنها، ويكون ذلك من قبل مصمم يمتلك ملكة الابتكار وعلى وعي بقواعد وفنون الإعلان والتقنيات الرقمية الحديثة.

حيث أظهرت التطبيقات المتعددة للتقنيات التفاعلية في الإعلان تحديات مستقبلية كبيرة خاصة فيما يتعلق بدمجها في الإعلان المطبوع، وانطلقت الدول المتقدمة إلى استثمار تحويل هذه التقنيات في تصميم الإعلان المطبوع إلى عنصر جذب وإبهار للمتلقي، بل تجاوز الأمر لتحقيق منفعة ملموسة أنية تجعل المتلقي في حالة رضاء عن الإعلان والمنتج المعلن عنه وعن التجربة التفاعلية ككل، وفي نفس الوقت يواجه تطبيق هذه التقنيات التفاعلية في الإعلان المطبوع في مصر الكثير من العقبات والتحديات.

إن الواقع العملي لمساهمات الأنظمة التفاعلية في مجال التصميم الإعلاني بشكل عام، وتصميم الإعلان المطبوع بشكل خاص يرتبط باتجاهات مستقبلية لإعادة صياغة وتوظيف هذه التقنيات التفاعلية في الإعلان المطبوع، بهدف التحول من الحالة الفردية لتلقي الإعلان إلى منظومة تفاعلية ثنائية الاتجاه في تلقي الإعلان المطبوع، اعتماداً على نظم وقواعد التقنيات التفاعلية وإمكانية دمجها بسهولة ويسر في تصميم الإعلان المطبوع والتي يعد تحقيقها تحدياً مختلفاً للمصمم لأنه يتعامل بطريقة منهجية مع كم مختلف من المتغيرات الكمية وغير الكمية في تصميم الإعلان.

مشكلة البحث :

تنبثق مشكلة البحث من الحاجة إلى وضع رؤية لإمكانية تطبيق التقنيات التفاعلية في تصميم الإعلان المطبوع في مصر.

هدف البحث :

يهدف هذا البحث إلى رصد خصائص وآليات إدماج التطبيقات المتعددة للتقنيات التفاعلية في الإعلان المطبوع وإمكانية تطبيقها في مصر.

أهمية البحث :

١- تسهيل عمليات الاتصال الإعلاني وجعلها أكثر متعة وتشويقاً للمتلقي عبر ابتداء تحديات إدماج تقنية تفاعلية في الإعلان المطبوع.

٢- إيجاد العلاقة بين التكنولوجيا الرقمية الحديثة ووسائل الاتصال التقليدية وشبه التقليدية، حيث يتم اندماجها بالوسائط التفاعلية الحديثة.

الكلمات المفتاحية:

التقنيات التفاعلية، تطبيقات الإعلان، الإعلان المطبوع