

**دور الإعلان في إحداث حالة من السعادة للمتلقي**

م.د/ دعاء أحمد محمد المنطاوي

مدرس بقسم الإعلان بكلية الفنون التطبيقية - جامعة دمياط

[Doaaahmed77237@gmail.com](mailto:Doaaahmed77237@gmail.com)**ملخص البحث :**

يتناول البحث الدور الفعال للإعلان وعلاقته بنفسية المتلقي والمزاج العام له ومن ثم قبوله أو استحسانه للرسالة الإعلانية المقدمة ، حيث يعتبر الإعلان اليوم في هذا العصر الذي نعيش فيه الآن مع تزامم الإعلانات التي تحاصرنا يوميا بالعشرات بل بالمئات أحيانا سواء في الشوارع والطرق أو في المقاهي أو التلفزيون أو السوشيال ميديا من فيس بوك أو انستجرام أو يوتيوب أو غيرها من الوسائل المتعددة والتي تلاحقنا في كل مكان .. أصبح الإعلان جزء من المجتمع بل ويساهم بشكل ملحوظ في تشكيل القيم المجتمعية وسلوك الأفراد وطريقه تصرفهم وتعاملهم ، بل وصل إلي الحالة المزاجية للمتلقي نتيجة تلك الأعداد الهائلة التي يتعرض لها الفرد يوميا .

ولاشك أن الإنسان يبحث دائما عما يسبب له الراحة والسعادة والبهجة والأمل، وينفر دائما مما يسبب له الضيق والألم أو الشعور بالكآبة أو الحزن أو الخوف أو القلق.. وبالتالي فان مخاطبه المتلقي باستخدام الألوان المبهجة والرسائل التي تحمل ضمنا الإحساس بالأمل والراحة والسعادة والاطمئنان يجذب المتلقي اليوم بطريقه غير مباشره وبشكل لا شعوري إلي موضوع الإعلان، وبخاصة وسط كل الأحداث السيئة التي نعيشها يوميا وانتشار الأمراض والأوبئة والمشاكل التي لا تنتهي وحاله الخوف والذعر والقلق واضطراب المشاعر ومنغصات الحياة وبالتالي فان مخاطبته بهذه الطريقة تجعل الإعلان يؤثر فيه بل ويبقي عالقا في الذاكرة لفترة أطول، فالإنسان بطبعه كثير البحث عما يواسيه ويسعده ويسبب له الرضا والأمان والأمل وحاله من الايجابية التي تدعمه نفسيا وتساعده علي تحدي كل العقبات والصعوبات المختلفة.

من هنا تتضح أهمية البحث ودوره في التأثير بشكل إيجابي وفعال في المتلقي أولاً وبالتالي انجذابه إلي الإعلان ونجاحه في تحقيق الأهداف الاتصالية المرجوة.

**الكلمات المفتاحية :**

السعادة - التأثير - الرسائل اللاشعورية - روح المرح .