

**تنوع السياق الشكلي والأقناعي للملصق الاعلاني المعتمد على التكنولوجيا الرقمية.**

أ.م.د/ نادية خليل اسماعيل

أستاذ مساعد دكتور بقسم تقنيات الاعلان - كلية الفنون التطبيقية

الباحثة / فردوس فلاح حسن

قسم تقنيات الاعلان - كلية الفنون التطبيقية

[Pink6eve456@gmail.com](mailto:Pink6eve456@gmail.com)**مخلص البحث**

يعد الاعلان من الرسائل البصرية وشكلاً من أشكالها فهي حلقة تواصل بين المرسل والمتلقي بذلك تأخذ على عاتقها أقناع المتلقي والأخذ به في اقتناء السلعة أو الخدمة لما يظهره من أثر بتنوع السياق الشكلي والإقناعي للإعلان وما فيه من ميزات تنتج من خيال وأبداع وأبتكار المصمم إضافة الى استخدام البرامج التكنولوجية المعالجة الإخراجية. لذا فالمصمم عليه أن يتبع خطوات متقنة ومدروسة لتحقيق الأقناع والاخذ بأهتمام المتلقي وتحقيق رغبته إذ حددت الباحثتان مشكلة البحث بالتساؤل التالي ( ما هو تنوع السياق الشكلي والإقناعي المتجسدة بنية التصميمية في الاعلان الرقمي) بأعتماد الناحية التقنية. وأتباع الأسلوب العلمي المتطور في تصميم الإعلانات وخاصة التقنية الطباعية. وأتساق الأقناع الشكلي والإقناعي للإعلان الرقمي. فالمتلقي لم يعد ذلك الشخص الذي يستطيع الوصول الى رغبته بسهولة وشد أنتباهه ودفعه الى الشراء عن طريق تصاميم بسيطة وسريعة. إذ أصبح الاعلان عملية إبداعية وإقناعية متقنة. وهنا يأتي دور المصمم الذي فتح المجال للأعتماد على البرامج الرقمية المتطورة وأساليب فنية عالية عن طريق التنوع الشكلي والإقناعي عن طريق الاسلوب والالوان واستغلال الفضاءات التصميمية بشكل مدروس رقمي. فالمتلقي لم يعد ذلك الشخص الي يستطيع الوصول الى رغبته بسهولة وشد انتباهه ودفعه الى الشراء عن طريق تصاميم بسيطة وسريعة. دخلت التكنولوجيا كعامل اساسي في تصميم الاعلان لتوفير الوقت والجهد واخراج تصاميم مبهرة ومؤثرة بالأعتماد على اسس وسياقات جيدة إذ اصبح الاعلان عملية ابداعية وإقناعية متقنة. وبذلك حدد البحث بثلاث مباحث المبحث الاول حيث تم أستعراض مشكلة واهمية وهدف البحث وتحديد المصطلحات، والمبحث الثاني تضمن الاطار النظري، اما المبحث الثالث أفرد الإجراءات المتبعة لمنهج البحث الوصفي التحليلي، ومجتمع البحث وتحليل العينة أما المبحث الرابع فلقد تم أستعراض النتائج والأستنتاجات والتوصيات والمقترحات والمصادر.

**الكلمات المفتاحية :**

السياق، الشكل، التنوع، الإقناع