

## أرجونومية تصميم واجهة مستخدم الألعاب التفاعلية كوسيلة إعلانية

أ.د/ تامر عبداللطيف عبد الرازق

أستاذ التصميم، قسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، مصر

[proftamer@gmail.com](mailto:proftamer@gmail.com)

أ.د/ سمر هاني أبو دنيا

أستاذ التصميم، قسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، مصر

[dr.samarhany@hotmail.com](mailto:dr.samarhany@hotmail.com)

م/ إسراء إبراهيم فتحي قاسم

معيد بقسم الإعلان و الطباعة و النشر، كلية الفنون التطبيقية، جامعة بنها، مصر

[israa.tawfeek@fapa.bu.edu.eg](mailto:israa.tawfeek@fapa.bu.edu.eg)

### ملخص البحث:

في عالم أصبح فيه جذب انتباه المستهلك أكثر صعوبة، ومع تزايد عدم رضى المعلنين عن القيمة التي تقدمها الوسائط التقليدية، أصبح من الضروري على المسوقين والمعلنين أن يبحثوا عن قنوات، وطرق، وأشكال، و وسائط إعلانية بديلة وحديثة لجذب وإقناع جماهيرهم. و في محاولة لإيجاد طرق ترويج جديدة، وجدت الألعاب الرقمية مكاناً كوسيط إعلاني جديد و واعد.

إن استخدام الألعاب الرقمية لأغراض أخرى بالإضافة إلى الترفيه هو بدون أدنى شك فكرة إبداعية. نظراً لأن الملايين من المستخدمين يلعبون الألعاب الرقمية لوقت طويل يومياً، ومع المستوى العالي من الرسومات والتقنيات التفصيلية، و المتطورة التي نشهدها في الوقت الحاضر، تعد الألعاب الرقمية وسائط إعلانية لا غنى عنها إذا كانت العلامة التجارية أو المنتج المروج له يتطلع إلى زيادة الوعي، والتواصل مع المستهلكين بطريقة جديدة، تفاعلية، مثيرة، ومبتكرة. يمكن للألعاب الرقمية أن تقدم للعلامات التجارية بعض الإعلانات الرقمية الأكثر ابتكاراً اليوم، مثل الوحدات التي يمكن أن تقدم للاعبين وسائط إبداعية وغنية، والمكافآت، وإعلانات الفيديو لتبادل القيمة، وفرص مصممة خصيصاً للعلامات التجارية، والمحتوى الخاص بالعلامة التجارية، وغير ذلك. كل هذه التطبيقات تعتبر جذابة للغاية على عكس إعلانات الوسائط التقليدية التي يتم تجاهلها في أغلب الأوقات. بالإضافة إلى ذلك، تقدم الألعاب الرقمية أنواعاً عديدة للإعلان من خلالها، مثل الإعلانات داخل اللعبة، والألعاب الإعلانية، و الإعلانات حول محتوى الألعاب. بالنظر إلى كل ما سبق، حدث تحول كبير في موقف المصممين والمسوقين تجاه الألعاب الرقمية، حيث بدأوا في اعتبارها وسيلة إعلانية قابلة للتطبيق في حد ذاتها.

هذا يجعل من الضروري على المعلنين والمسوقين أن يقوموا بفهم هذا الوسيط، بالإضافة إلى دراسة القواعد المحددة لكل لعبة، للعثور على أفضل طريقة لدمج الإعلانات خلال اللعبة دون إفساد تجربة اللعب. وعليه، هناك بعض الجوانب الأرجونومية التي يجب أن تؤخذ في الاعتبار لتصميم واجهة مستخدم فعالة للألعاب التفاعلية كوسيلة إعلانية.

### الكلمات المفتاحية:

إعلانات الألعاب الرقمية، الإعلان داخل اللعبة، الألعاب الإعلانية، الإعلانات حول محتوى اللعبة، واجهة المستخدم.