

دور الإعلان التفاعلي في تعزيز استقبال المتلقي للرسالة المستهدفة في المبادرات القومية
"دراسة تطبيقية"The Interactive Advertising Role in Enhancing the Recipient's Reception of
the national initiatives Target Message "Applied Study."

أ.م.د نرمين علي حسني نونو

أستاذ مساعد بقسم الإعلان بالمعهد العالي للفنون التطبيقية- التجمع الخامس

Assoc. Prof. Nermeen Ali Hosney Nounou

Assistant Professor in Advertising Department - Higher Institute of Applied Arts - fifth
installmentdr.nermeen.nounou@gmail.com

الملخص

يمكن للمبادرات القومية باقترانها بالإعلان بأشكاله المختلفة أن تعزز فكرة وهدف المبادرة وتوصيل الرسالة المجتمعية من خلال علاقة تكاملية بحتة ، كما يمكن للمبادرات القومية من خلال الإعلان الناجح أن يسرع من وتيرة المشاركة والعمل التطوعي والشعور بالمسؤولية بين أفراد المجتمع الذين يشاركون في تلك المبادرات التي غالبًا ما ترتبط بحملات إعلانية جذابة كما أن هناك فوائد أخرى تؤكد العلاقة بين المبادرات القومية والإعلان منها تعزيز الروابط المجتمعية، والمشاريع البيئية والاجتماعية المستدامة، وأيضا التركيز على المواطن من خلال المشاركة النشطة ، وكلما زادت القضايا المجتمعية والبيئية كلما زادت الحاجة لتوفير مبادرات قومية مبتكرة لحل القضايا المتعلقة بالمجتمع، فالعلاقة بين المبادرات والإعلانات ذات أهمية قصوى ، حيث إن التقاطع بين مبادرات الدولة والإعلان بشكل عام والإعلانات التفاعلية خاصة والتنمية المجتمعية والبيئية ضروري لخدمة قضايا الدولة، فالمبادرات القومية يجب أن يكون لديها القدرة على تعزيز التنمية البيئية والمجتمعية ، حيث تقوم بتقديم برامج وسياسات وحوافز محددة مثل القطاع الصحي والتعليم وتحسين مستوى المعيشة ، كما أن المبادرات توفر الدعم والفرص للمجتمعات المحلية لمعالجة التحديات البيئية والاجتماعية الملحة، من خلال البرامج والسياسات والحوافز المستهدفة ، وبالتالي الاستخدام الاستراتيجي للإعلانات يؤدي إلى زيادة تأثير برامج معينة (مثل مبادرات الصحة ومستوى المعيشة مثلاً) ووصولها بشكل كبير الى المتلقي، حيث يلعب الإعلان التفاعلي دورًا حيويًا في تعزيز تفاعل وفهم الجمهور المستهدف للرسائل المتعلقة بالمبادرات القومية، وبالتالي يعزز فاعلية وتأثير هذه المبادرات. كما يمكن للإعلان التفاعلي توجيه الجهود الإعلامية نحو تسليط الضوء على النجاحات والمكاسب التي تحققت بفضل المبادرات القومية، مما يسهم في تعزيز التأثير الإيجابي ونشر الوعي بشكل فعال. ومن ثم يمكن تحقيق أهداف برنامج الدولة من خلال الحملات الإعلانية التفاعلية التي تعزز المشاركة المجتمعية وتزيد الوعي وتعزز التغييرات السلوكية المستدامة. ويهدف هذا البحث إلى دراسة العلاقة بين المبادرات القومية والإعلانات التفاعلية وبيان دورها في خدمة المجتمع مع تقديم دراسة تطبيقية على مشروع التخرج الفرقة الرابعة قسم الإعلان. وتوصل البحث إلى أنه من خلال دمج الرسائل الإعلانية الإبداعية، وقنوات الإعلام الإبداعي في تعليم التصميم، والاستهداف المبني على البيانات، تستطيع بناء حملات إعلانية للمبادرات الحكومية قابلة للتسويق والتي تركز على البيئة والمجتمع بشكل فعال من خلال مزيج من الأساليب الإعلانية الفعالة.

الكلمات المفتاحية

المبادرات القومية – الإعلان التفاعلي – خدمة المجتمع

Abstract:

National initiatives can be associated with advertising in its various forms to enhance the idea and goal of the initiative and deliver the societal message through a purely complementary relationship, and national initiatives through successful advertising can accelerate the pace of participation, volunteer work and a sense of responsibility among members of society who participate in those initiatives, which are often associated with attractive advertising campaigns, as there are other benefits that confirm The relationship between national initiatives and advertising, including strengthening community ties, sustainable environmental and social projects, and also focusing on citizenship through active participation, and the more societal and environmental issues, the greater the need to provide innovative national initiatives to solve issues related to society, the relationship between initiatives and advertisements is of paramount importance, as the intersection between state initiatives and advertising in general and interactive advertisements in particular and community and environmental development Necessary to serve the issues of the state, national initiatives must have the ability to promote environmental and community development, as they provide specific programs, policies and incentives such as the health sector, education and improving the standard of living, and the initiatives provide support and opportunities for local communities to address pressing environmental and social challenges, through targeted programs, policies and incentives, and thus The strategic use of advertisements leads to a significant increase in the impact of certain programs (such as health and standard of living initiatives) and their reach to the recipient, as interactive advertising plays a vital role in enhancing the interaction and understanding of the target audience of messages related to national initiatives, and thus enhances the effectiveness and impact of these initiatives. The interactive announcement can also direct media efforts towards highlighting the successes and gains achieved thanks to national initiatives, contributing to enhancing positive impact and effectively spreading awareness. Hence, the objectives of the state program can be achieved through interactive advertising campaigns that promote community participation, raise awareness, and promote sustainable behavioral changes. This research aims to study the relationship between national initiatives and interactive advertising and to clarify its role in community service with an applied study on the graduation project of the fourth year of the advertising department. The research found that by integrating creative advertising messages, creative media channels into design education, and data-driven targeting, you can effectively build marketable government initiatives that focus on the environment and society through a combination of effective advertising methods.

Keywords

National Initiatives – Interactive Advertising – Community Service

المقدمة

يمكن للإعلان التفاعلي توجيه الجهود الإعلامية نحو تسليط الضوء على النجاحات والمكاسب التي تحققت بفضل المبادرات القومية، مما يساهم في تعزيز التأثير الإيجابي ونشر الوعي بشكل فعال، يمكن للمبادرات القومية باقتنائها بالإعلان التفاعلي بأشكاله المختلفة أن تعزز فكرة وهدف المبادرة وتوصيل الرسالة المجتمعية من خلال علاقة تكاملية بحتة، يمكن للمبادرات القومية من خلال الإعلان الناجح أن يسرع من وتيرة المشاركة والعمل التطوعي والشعور بالمسؤولية بين أفراد المجتمع

الذين يشاركون في تلك المبادرات التي غالبًا ما ترتبط بحملات إعلانية جذابة (Lai & To, 2020) ، كما أن هناك فوائد أخرى لتكامل العلاقة بين المبادرات القومية والإعلان التفاعلي منها تعزيز الروابط المجتمعية، والمشاريع البيئية والاجتماعية المستدامة، وأيضاً التركيز على المواطن من خلال المشاركة النشطة ، كلما زادت القضايا المجتمعية والبيئية كلما زادت الحاجة لتوفير مبادرات قومية مبتكرة لحل القضايا المتعلقة بالمجتمع، فالعلاقة بين المبادرات والإعلانات التفاعلية ذات أهمية قصوى ، إعلانات حملات الاتصال والتسويق هي إستراتيجية المبادرات القومية كوسيلة لرفع مستوى الوعي المتلقي ، وحثه على المشاركة المجتمعية ، إن التقاطع بين مبادرات الدولة والإعلان والتنمية المجتمعية والبيئية لا يخلو من الاعتبارات الأخلاقية .ويجب على الحكومات التأكد من أن جهودها الإعلانية شفافة وشاملة وتحترم وجهات النظر والاحتياجات المتنوعة للمجتمعات التي تخدمها. (Boerman et al., 2017) إن الفشل في معالجة هذه المخاوف الأخلاقية يمكن أن يقوض الثقة والمصداقية الضروريين لنجاح مثل هذه المبادرات ، المبادرات القومية يجب أن يكون لديها القدرة على تعزيز التنمية البيئية والمجتمعية ، فالمبادرات تقوم بتقديم برامج وسياسات وحوافز محددة مثل القطاع الصحي والتعليم وتحسين مستوى المعيشة ، فالمبادرات توفر الدعم والفرص للمجتمعات المحلية لمعالجة التحديات البيئية والاجتماعية الملحة (Greer & Rowley, 2020)، من خلال البرامج والسياسات والحوافز المستهدفة. (Pennis & Saunders, 2019) ، الاستخدام الاستراتيجي للإعلانات التفاعلية يؤدي إلى زيادة تأثير برامج معينة (مبادرات الصحة ومستوى المعيشة مثلاً) ووصولها بشكل كبير الى المتلقي ، يمكن تحقيق أهداف برنامج الدولة من خلال الحملات الإعلانية التفاعلية التي تعزز المشاركة المجتمعية وتزيد الوعي وتعزز التغييرات السلوكية المستدامة. (Holt & Schindler, 2019) ومن خلال مزيج من الرسائل الإبداعية، وقنوات الإعلام الإبداعي، والاستهداف المبني على البيانات، تستطيع الحكومات تسويق مبادراتها التي تركز على البيئة والمجتمع بشكل فعال من خلال مزيج من الأساليب المدرة للدخل.

مشكلة البحث

الحاجة إلى تفعيل دور الإعلان التفاعلي في تحقيق أهداف برنامج الدولة من خلال الحملات الإعلانية التفاعلية التي تعزز المشاركة المجتمعية وتزيد الوعي وتعزز التغييرات السلوكية المستدامة.

هدف البحث

يهدف هذا البحث إلى دراسة العلاقة بين المبادرات القومية والإعلانات التفاعلية وبيان دورها في خدمة المجتمع مع تقديم دراسة تطبيقية على مشروع التخرج الفرقة الرابعة قسم الإعلان.

منهج البحث

يتبع البحث المنهج الوصفي.

فرضية البحث

إن الاستخدام الاستراتيجي للإعلانات التفاعلية يؤدي إلى زيادة تأثير برامج معينة ووصولها بشكل كبير الى المتلقي، حيث يلعب الإعلان التفاعلي دورًا حيويًا في تعزيز تفاعل وفهم الجمهور المستهدف للرسائل المتعلقة بالمبادرات القومية، وبالتالي يعزز فاعلية وتأثير هذه المبادرات.

تعنى المبادرة initiative خطة أو إجراء يتم اتخاذه على مستوى وطني بهدف تحسين أو حل مشكلة معينة تؤثر على المجتمع بأكمله والتي يمكن أن تشمل مجالات متعددة كالصحة والتعليم والاقتصاد وغيرها والتي تسعى لتحقيق تأثير إيجابي، وتتم المبادرة من خلال القيام بإجراءات إبداعية من خلال عمل أو سلسلة من الأعمال وخاصة في المجال الاجتماعي مع الإبتكار أو دونه (الجوهري، ٢٠١٠) ، حيث يتم من خلال المبادرات الوطنية تعزيز الوعي الثقافي والتفاهم بين أفراد المجتمع وتحقيق الأهداف المرجوة ، هذه البرامج، والتي غالبًا ما تتميز بالإصلاحات التربوية والصحية ، والحملات الإعلامية الإعلانية، والفعاليات العامة، أهمية المبادرات هي خلق مجتمع أكثر معرفة بالقراءة والكتابة وأكثر وعيًا ثقافيًا (سميث، ٢٠٢٠) ، ويعد التعاون بين الوكالات الحكومية والمؤسسات التعليمية والمنظمات المدنية أمرًا ضروريًا للتنفيذ الفعال لمثل هذه المبادرات ، وقد لاحظ العديد من الأكاديميين أن الإجراءات الوطنية حاسمة في تعزيز مجتمع واسع المعرفة ودقيق ثقافياً ، فإن المبادرات التعليمية، مثل دمج المناهج الدراسية للدراسات الثقافية، لها دور محوري في تشكيل فهم الأجيال الشابة وقبولها للتنوع (Johnson & Turner, 2019). بالإضافة إلى ذلك، تساهم الحملات الإعلامية التي تسلط الضوء على التراث الثقافي وتعزز الروايات الشاملة بشكل كبير في الوعي العام.(Brown & Green, 2021) ، يعتبر الدعم الحكومي والتنظيمي المقدم من الحكومات والمنظمات غير الحكومية أمرًا حيويًا لاستدامة المبادرات القومية ومنها الدعم المالي وصنع السياسات وإنشاء المراكز الصحية والتعليمية والثقافية من بعض الطرق التي تساهم بها هذه الكيانات في حملات التوعية (Johnson & Turner, 2019) غالبًا ما تتضمن المبادرات التي تقودها الحكومة جميع الجوانب المذكورة أعلاه، وبالتالي تشمل نهجًا شاملاً للدمج الثقافي داخل المجتمع.

أشكال المبادرات

١/ المبادرات المجتمعية : تعمل المبادرات والحملات المجتمعية كأداة قوية لنشر المعرفة الثقافية وتشكيل التصور العام بالنواحي المجتمعية، يمكن أن تتخذ هذه الحملات أشكالاً عديدة ، بدءًا من المشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وحتى البرامج التلفزيونية المصممة لتتقيد المشاهدين حول التراث الثقافي والقضايا المجتمعية المعاصرة (Brown & Green, 2021) يعد الترويج للفنانين المحليين، والأفلام الوثائقية عن التاريخ الثقافي، ودعم إنتاج المحتوى ذي الصلة ثقافيًا، مكونات أساسية لحضور إعلامي غني ومتنوع وكذلك دور الدولة في دعم الفئات المتعددة من المجتمع. المبادرات المجتمعية هامة ولها تأثير على المجتمع المصري في سعيه نحو تحقيق التنمية الشاملة لجميع طبقات المجتمع؛ حيث تعد من أهم الأهداف التنموية في العصر الحديث، فالمبادرة القومية تحمل في طياتها عدة أبعاد أساسية تتمحور أساسا حول آفاق التنمية المستدامة باعتبارها السبيل الأمثل لرفاهية المجتمع وتحقيق المنفعة العامة. (هالة محمد، ٢٠٢٣) ومن المبادرات المجتمعية الهامة النماذج التالية:

أ- مبادرة دكان الفرحة

انطلقت في أبريل ٢٠١٩؛ بهدف توفير الملابس الجديدة للمواطنين الأولى بالرعاية وتجهيز الفتيات المقبلات على الزواج من اليتيمات وذوي الهمم، حيث تم توزيع نحو ٦٠٠ ألف قطعة ملابس على ما يقرب ١٢٠ ألف مستفيد، بجانب عدد من الدرجات للأطفال وأدوات النظافة الشخصية.(presidency:2024)



شكل رقم (١) مبادرة دكان الفرحة

ب- مبادرة دمج وتمكين متحدي الإعاقة

انطلقت في مايو ٢٠١٦؛ بهدف تطوير قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات من أجل توفير الخدمات التعليمية والصحية بسهولة لذوي الإعاقة، بجانب زيادة فرصة دخولهم لسوق العمل، وتهيئة المباني الحكومية لتصبح قادرة على استقبالهم وتم خلال المبادرة دعم ٨١٠ مدارس للتربية الخاصة والدمج وتدريب أكثر من ٣٠ ألف معلم من معلمي هذه المدارس على استخدام التكنولوجيا المساعدة في التعليم، كما تم الانتهاء من تأهيل ١٥٠ مركزاً. (presidency:2024)



شكل رقم (٢) مبادرة دمج وتمكين متحدي الإعاقة

أطلق المجلس القومي للمرأة مبادرة "واعية" التي تسعى لإيجاد ودعم الكوادر النسائية الريفية المتميزة في صعيد مصر، وكذلك أصحاب المبادرات التي تسهم في تنمية الموارد الريفية ودعم الأسر الريفية في محافظات بنى سويف، والمنيا، وأسيوط، وسوهاج، وقنا، والأقصر، وأسوان، واستهدفت المبادرة النساء والفتيات الريفيات بشكل عام، والنساء من ملاك الحيازات الصغيرة، وعاملات الزراعة، وخريجات الثانوي الزراعي، والشخصيات القيادية النسائية، ورائدات الأعمال الريفيات .

تهدف "واعية" لتعزيز قدرات النساء والفتيات بالمحافظات المستهدفة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي وتمكينهن من المعارف والمهارات المتعلقة بمتطلبات القطاع الزراعي والمشروعات الحرفية، من خلال تعزيز الأنشطة الاقتصادية للنساء الريفيات، ودعم المهارات المعرفية للمزارعات، تشجيع المبادرات والأفكار التي تتيح غذاء آمن وصحى للأسرة، وتبنى القيادات النسائية المتميزة على المستوى المحلي، حيث سيتم تنفيذ المبادرة بالشراكة مع المؤسسات الزراعية الشريكة للمشروع في المحافظات المستهدفة، وسوف تتيح الفرصة للسيدات الريفيات للانضمام إلى جميع أنشطة المشروع وتكريم المتميزات في المجالات المختلفة. (presidency:2024)



شكل رقم (٣) مبادرة واعية

٢. المبادرات التعليمية

من خلال المبادرات التعليمية يمكن زيادة الوعي الثقافي بشكل كبير، والتي تعتبر فعالة بشكل خاص. يجب أن تكون الدراسات الثقافية جزءاً من المناهج المدرسية لأنها توفر للطلاب فرصة لتطوير فهم أكبر للعالم وثقافته المختلفة (Johnson & Turner, 2019)، تلك المبادرات الوطنية تساهم في تعزيز الوعي الثقافي وبناء مجتمع أكثر استنارة من خلال الاستراتيجيات الوطنية المختلفة، تميل مؤسسات التعليم العالي إلى أن تكون موجهة نحو النموذج التعليمي، كما يتضح من البرامج التي تعزز التبادل الطلابي الدولي وتوفر تجربة ثقافية غامرة (Wang & Collins, 2018)، لذلك المبادرات التعليمية الرئيسية من المبادرات الناجحة لآثارها على تنمية المجتمع.

ومن المبادرات التعليمية الهامة النماذج التالية:

أ- مبادرة مصر تصنع الإلكترونيات

انطلقت في ٢٠١٥؛ بهدف توطين صناعة الإلكترونيات، حيث إنه في إطار تنفيذ الاستراتيجية تم طرح أول تليفون محمول يحمل علامة "صنع في مصر" بالسوق المحلي، كما تم من خلال المبادرة تدريب ٥٠٠٠ متدرب في مجالات تصميم وتصنيع الإلكترونيات. (presidency:2024)



شكل رقم (٤) مبادرة مصر تصنع الإلكترونيات

ب- مبادرة رواد تكنولوجيا المستقبل

انطلقت في نوفمبر ٢٠١٦؛ بهدف إنشاء منصة رقمية لتوفير التدريب في ٤٥ مسارا تدريبيا بتخصصات تكنولوجية متقدمة وبشهادات معتمدة من جامعات عالمية، حيث بلغ عدد المتدربين أكثر من ١٣ ألف متدرب، بينما بلغ عدد الخريجين لأكثر من ٧٤٩٣ خريجا. (presidency:2024)



شكل رقم (٥) مبادرة رواد تكنولوجيا المستقبل

انطلقت في نوفمبر ٢٠١٨؛ بهدف تنمية القدرات وتأهيل الشباب المصري والأفريقي على تطوير الألعاب والتطبيقات الرقمية باستخدام أحدث التقنيات، بجانب تحفيز تأسيس شركات مصرية وأفريقية ناشئة في هذا المجال، حيث تم خلالها تدريب ٩١٦٣ متدرجا واستفادت منها ٧٥ شركة من ٢٢ دولة أفريقية. (presidency:2024)

٣. المبادرات التثقيفية والصحية

تعتبر الفعاليات والاحتفالات العامة المخصصة لتعزيز التقدير الثقافي بمثابة منصة للتفاعل المباشر بين أفراد المجتمع. توفر هذه الأحداث فرصًا لتجربة فنون وعادات وتقاليد الثقافات المختلفة بشكل مباشر (Martinez, R.:2020) علاوة على ذلك، فإنها تعمل أيضًا على تعزيز الاقتصاد المحلي والسياحة، وبالتالي تعزيز العوامل الخارجية الإيجابية للوعي الثقافي (Smith, 2020). كما تسهم المبادرات الصحية في توفير دعم صحي وحياة صحية لأفراد المجتمع. ومن المبادرات التثقيفية والصحية المصرية القومية ذات غرض التثقيف:

أ- مبادرة صناعية مصر

انطلقت في يونيو ٢٠١٩؛ بهدف صون الهوية والحفاظ على ملامحها المتفردة وإعادة الحرف التقليدية والتراثية المصرية إلى دائرة الضوء، حيث تم تدريب ٧٣٠ تدريرا في ١٣ محافظة حيث تم من خلال المبادرة التدريب على مهن (النسيج التلي - قشرة الخشب - نسيج السجاد - الصدف - نسيج الجوبلان والكليم - أشغال المعدن والحفر بالحمض والطرق على النحاس - أشغال النحاس)، كما تم تأسيس ٩ مراكز حرفية بقصور الثقافة والتي تم بها الدورات التدريبية، كما تم افتتاح معرض نتاج مبادرة "صناعية مصر" في ٢٦ محافظة واستمر حتى ٧ يونيو ٢٠٢١ ويضم أكثر من ١٠٠ عمل فني . (presidency:2024)



شكل رقم (٦) مبادرة صناعية مصر

انطلقت في ٢٠٢١؛ بهدف إنشاء قاعدة بيانات لصناع السجاد والكليم اليدوي وتسيير ضمهم لمنظومة الحماية الاجتماعية بتكلفة ٢٠ مليون جنيه، حيث أنه مستهدف توزيع ١٠٠٠ نول وخامات إنتاج على مصنعي السجاد اليدوي والكليم والجوبلان، والتي تحقق دعم وتمكين اقتصادي لـ ١٠٠٠ أسرة وأكثر من ٣٠٠٠ مستفيد. (presidency:2024)



شكل رقم (٧) مبادرة تتلف في حرير

ج- مبادرة دراجتك صحتك

انطلقت في يوليو ٢٠٢٠؛ بهدف رفع معدلات اللياقة البدنية والصحية لدى المواطن المصري، وتغيير ثقافة الانتقال اليومي للمواطنين وتشجيعهم على استخدام وسائل النقل النشط، حيث تم طرح ٢٤٠٠ دراجة عقب الانتهاء من المرحلتين الأولى والثانية من المبادرة، كما تتضمن المرحلة الثالثة ٧٢٠٠ دراجة. (presidency:2024)



شكل رقم (٨) مبادرة دراجتك صحتك

- تحقيق التنمية المستدامة: تعمل المبادرات القومية على تعزيز التنمية المستدامة من خلال تحسين الظروف الاقتصادية والاجتماعية.
- معالجة المشكلات الاجتماعية: تهدف إلى حل القضايا الاجتماعية مثل الفقر، البطالة، ونقص الخدمات الأساسية مثل التعليم والصحة.
- تعزيز البنية التحتية: تسهم في تطوير البنية التحتية الوطنية، مثل الطرق والمرافق العامة، مما يسهل حركة الأفراد والبضائع.
- زيادة الوعي المجتمعي: تعمل على رفع الوعي بالقضايا الوطنية وتعزيز الانتماء والمشاركة الفعالة في تنمية المجتمع.
- تحفيز الاقتصاد المحلي: تشجع على تطوير المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مما يساهم في خلق وظائف جديدة وتحسين مستوى المعيشة.
- تنمية الموارد البشرية: تسهم في تطوير مهارات الأفراد وتعزيز التعليم والتدريب، مما يزيد من فرص العمل والقدرة التنافسية.
- خلق شراكات استراتيجية: تعزز التعاون بين الحكومة والقطاع الخاص والمجتمع المدني، مما يساهم في تحقيق أهداف التنمية.
- تحقيق العدالة الاجتماعية: تهدف إلى توزيع الموارد بشكل عادل، مما يساهم في تقليل الفجوات الاجتماعية والاقتصادية.
- تعزيز الاستقرار السياسي: من خلال تحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، تساهم المبادرات القومية في تعزيز الاستقرار الاجتماعي والسياسي.
- إيصال الدعم للفئات الأكثر احتياجاً: تركز على تقديم الدعم والمساعدة للفئات الضعيفة والمهمشة في المجتمع .

المحور الثاني/ دور المبادرات القومية في زيادة الوعي والثقافة لدي أفراد المجتمع

١/ تعزيز التراث الثقافي: هدف تعزيز التراث الثقافي والحفاظ عليه من بين الأهداف الأساسية للمبادرات القومية والتي من شأنها تدعو إلى تشكيل الوعي الثقافي على مستوى المجتمع ، يتم ذلك من خلال التوجه الى البرامج التي تسلط الضوء على العادات والفنون والثقافة المتنوعة داخل حدود البلد، يمكن للحكومات تعزيز التقدير الأعمق للتنوع الموجود داخل حدود الدولة (Holt & Schindler, 2019)، ويمكن أن يشمل ذلك إنشاء مراكز ثقافية وتنظيم مهرجانات وفعاليات.

٢/ تعزيز المشاركة المجتمعية: يمكن للمبادرات الوطنية أن تساعد في تعزيز المشاركة المجتمعية والمدنية من خلال توفير برامج للحفاظ على الثقافة من أجل إعادة إرساء المشاركة المجتمعية المدنية، يمكن للحكومات تطوير ثقافة العمل التطوعي وخدمة المجتمع وحل المشكلات بشكل جماعي من خلال إنشاء برامج تعزز المشاركة العامة في المجتمع (Greer &

(Rowley, 2020)، وهذا بدوره يمكن أن يؤدي إلى تطوير روابط اجتماعية أقوى، وزيادة الوعي بالقضايا المحلية، وإحساس أكبر بتمكين المجتمع

٣/ الاستفادة من التكنولوجيا لتسهيل الاتصالات المجتمعية

يمكن أن تساعد التكنولوجيا في تعزيز المشاركة المجتمعية والتبادل الثقافي في العصر الرقمي من خلال المبادرات الوطنية التي تستخدم التكنولوجيا الرقمية لتعزيز الوعي المجتمعي، يمكن للحكومات إنشاء مساحات افتراضية تسمح للمواطنين بالتواصل وتبادل المعلومات والتعاون في المشاريع التي تعالج الاهتمامات المحلية من خلال منصات الإنترنت وتطبيقات الهاتف المحمول والمنصات الرقمية الأخرى (Lai & To, 2020)، ويمكن أن تساعد هذه المبادرات الرقمية في سد الفجوات الجغرافية وتعزيز الشعور بالانتماء للمجتمع الذي يتجاوز الحدود المادية.

٤/ دعم السياسات الشاملة والمنصفة

يمكن للمبادرات الوطنية أن تلهم وتعزز الوعي والثقافة المجتمعية، ولكن تنفيذ سياسات شاملة وعادلة غالباً ما يفشل في تلبية كافة الاحتياجات لوجهات النظر المتنوعة لجميع أفراد المجتمع. ويجب على الحكومات إعطاء الأولوية للشمولية وإمكانية الوصول والعدالة الاجتماعية في برامجها وتدخلاتها، ومعالجة أي تحديات وعوائق فريدة تواجهها الفئات المهمشة من خلال المشاركة النشطة مع وجهات النظر المتنوعة والاعتراف بها. (Greer & Rowley, 2020)

المحور الثالث/ دور الإعلان التفاعلي وأنماطه التفاعلية في تعزيز استقبال للمتلقي للرسالة الإعلانية

١/٣ تطبيقات الواقع الافتراضي VR في الإعلان التفاعلي

تعرف تجربة الواقع الافتراضي بأنها: استجابة المستخدم بشكل فعال أثناء تواجده بداخل بيئة افتراضية وبشكل انغماسي، وهذا يعني ضمناً التحكم الديناميكي للمستخدم، لذلك فالواقع الافتراضي باعتباره نظاماً حاسوبياً مغلقاً يتكون من بيئة افتراضية، وبيئة مادية، فضلاً عن واجهة برمجية وأجهزة تتيح التفاعل بين الإنسان والكمبيوتر.



شكل رقم (٩) تطبيقات الإعلان التفاعلي بالواقع الافتراضي في التسويق الإعلاني

٢/٣ تطبيقات الواقع المعزز AR في الإعلان التفاعلي:

هناك ثلاث خصائص أساسية للواقع المعزز وهي:-

مجلة التراث والتصميم - المجلد الرابع - عدد خاص (1)
المؤتمر الاول لكلية التصميم والفنون الإبداعية جامعة الاهرام الكندية
تحت عنوان (رؤية مستقبلية للصناعة المصرية)
(أ) الجمع بين الحقيقية والافتراضية في البيئة المادية.
(ب) أن تكون تفاعلية في الوقت الحقيقي.

(ج) عرض المحاكاة من المعلومات الافتراضية في بيئة ثلاثية الأبعاد 3D.

ولقد تركزت الأبحاث المرتبطة بتطبيق الواقع المعزز في الإعلان في العلاقة البيئية بين الإنسان والحاسوب بوجه عام وارتكزت على ثلاث سمات رئيسية كقيم تصميمية - الترفيه، المعلوماتية والتفاعلية - باعتبارها أهم التأثيرات على المواقف السلوكية للمستخدمين تجاه الإعلان. أيضاً، يتم التحقق من القيم المتداولة عموماً على تقييمات المستخدمين للإعلان والمواقف تجاه الإعلانات.



شكل رقم (١٠) تطبيقات الإعلان التفاعلي بالواقع المعزز في التسويق الإعلاني

٣/٣ الإعلان التفاعلي وتعزيز استقبال للمتلقي للرسالة الاعلانية

التطور التكنولوجي في الإعلان أفرز الإعلان التفاعلي والذي أحدث تحولاً في الثقافة البصرية للمتلقي مما أدى إلى توسيع نطاق التسويق والاتصالات بشكل كبير في العصر الحديث ، الإعلان التفاعلي له القدرة على جذب المتلقي من خلاله إشراكه في التجارب الديناميكية ، والتي يمكن أن ترفع مستوى رسائل العلامة التجارية من خلال إبراز هدف وقيمة الإعلان التفاعلي ، الإعلان التقليدي ظل يعتمد على الاتصال السلبي أحادي الاتجاه، ، أصبح الإعلان التفاعلي، الذي يستخدم مدخلات المستخدم في الوقت الفعلي وإنشاء المحتوى الديناميكي، أداة حاسمة للعلامات التجارية لجذب انتباه وخيال جمهورها المستهدف. (Voorveld, 2019) يمكن للإعلانات التفاعلية التي تتضمن عناصر مثل التفاعل والألعاب والواقع المعزز أن تعزز تجربة العلامة التجارية للعلامة التجارية من خلال توفير تجربة علامة تجارية غامرة وفردية.

يمكن للإعلان التفاعلي أن يعزز استقبال للمتلقي للرسالة الاعلانية من خلال زيادة المعرفة البصرية لديه، وهو أمر بالغ الأهمية في عصر تهيمن عليه الصور، تعد المعرفة البصرية (أو القدرة على فهم وتحليل الرسائل المرئية) مهارة أساسية يمكن إتقانها (Yilmaz & enel, 2017) استخدام المتلقي للتجارب المرئية الشخصية والمحتوى يمكن للإعلان التفاعلي أن يقود المتلقي إلى فهم وتقدير أكبر للفروق الدقيقة في الاتصال المرئي (Voorveld, 2019) ومن خلال التفاعل النشط مع الإعلانات التفاعلية، يتم تشجيع المتلقي على التفكير بشكل جدي حول العناصر المرئية وخيارات التصميم والأنماط التفاعلية التي تشكل رسائل العلامة التجارية.

يهدف الإعلان التفاعلي الى تحقيق مزايا تعزيز استقبال المتلقي للرسالة الاعلانية وبجانب مزايا المعرفة البصرية هناك أيضا ميزة تعزيز الإبداع والابتكار لدى المتلقي، فمن خلال تلك الميزة عملية توصيل الرسائل وفهم مضمونها بشكل جذاب ، يعتمد الإعلان التفاعلي على قدرة المتلقي الكامنة على التعبير عن الذات وحل المشكلات بشكل إبداعي من خلال قدرته

على المساهمة في إنشاء المحتوى الإعلاني (Yin et al., 2019)، الإعلانات التفاعلية الحديثة بما تملكه من أنماط مرئية وتفاعلية أكثر إبداعاً لديها القدرة على إحداث تغييرات تعمل على توحيد الثقافة البصرية الحالية. تعتبر التطبيقات في الهاتف المحمول من الإعلانات التفاعلية الفعالة على استقبال للمتلقي للرسائل الإعلانية من خلال مشاركة الشاشة، تتطلب تلك التطبيقات الإعلانية التفاعلية أن تكون العلامات التجارية واضحة وتتمحور حول المتلقي وتهدف الى احترام خصوصيته واستخدامه البيانات (Boerman et al., 2017)، لذلك لا بد من الإعلان التفاعلي الاهتمام بالأهداف الأخلاقية التي يمكن أن تؤدي إلى خفض الثقة والمشاركة التي تعتبر ضرورية لتوليد ثقافة بصرية مميزة إيجابية.



شكل رقم (١١) استخدام الإعلان التفاعلي في المبادرات القومية

المحور الرابع/ دراسة تطبيقية للعلاقة بين المبادرات القومية والإعلانات التفاعلية (تجربة تعليمية)
تستهدف الدراسة التطبيقية من خلال (تجربة تعليمية على مشروع التخرج ٢٠٢٤ لطلاب قسم الإعلان/ المعهد العالي للفنون التطبيقية/مصر - عدد الطلاب ٦٣ طالب وعدد المشاريع ١٢ مشروع) أن العلاقة بين المبادرات القومية والإعلانات التفاعلية تكون علاقة تكاملية، حيث يمارس كل منهما دوراً في دعم الآخر لتحقيق نتائج إيجابية على المستوى الوطني وبالتالي فإن أسس العلاقة بين المبادرات القومية والإعلانات التفاعلية التي بنيت عليها التجربة التعليمية تتمثل في عدة نقاط رئيسية وهي:



مخطط رقم (١) أسس العلاقة بين المبادرات القومية والإعلانات التفاعلية

١. **تأكيد التوجه الاستراتيجي القومي:** استهدفت التجربة التعليمية تأكيد التكامل نحو التوجه الاستراتيجي القومي حيث تعمل المبادرات القومية على تحديد الأهداف الوطنية والمجتمعية، بينما تلعب الإعلانات التفاعلية دورًا في تحقيق هذه الأهداف من خلال استخدام استراتيجيات تسويقية تتفاعل مع الجمهور.
٢. **استهداف التوعية والمشاركة:** استهدفت التجربة التعليمية تأكيد التكامل حيث تهدف المبادرات القومية إلى رفع الوعي حول قضايا معينة (مثل الصحة، التعليم، أو البيئة) وتعزيز المشاركة المجتمعية. يمكن أن تسهم الإعلانات التفاعلية في هذه العملية من خلال خلق منصات تفاعلية تشجع الجمهور على الانخراط في المبادرات.
٣. **توظيف التكنولوجيا التفاعلية:** استهدفت التجربة التعليمية الاعتماد على الإعلانات التفاعلية بتوظيف التكنولوجيا التفاعلية للوصول إلى الجمهور بشكل فعال وسريع. وتأكيد استخدام هذه التكنولوجيا التفاعلية في سياق المبادرات القومية لزيادة الانتشار والتفاعل.
٤. **تعزيز استقبال المتلقي للرسالة الاعلانية:** استهدفت التجربة التعليمية تأكيد أن تعمل الإعلانات التفاعلية على تعزيز استقبال المتلقي للرسالة الاعلانية عبر جمع البيانات والمعلومات الدقيقة حول تفضيلات الجمهور المتلقي وآرائه، مما يمكن الجهات الحكومية أو المنظمات من تكييف المبادرات لتلبية احتياجات المجتمع بشكل أفضل.

٥. تحقيق الأهداف الاستراتيجية: استهدفت التجربة التعليمية تأكيد تحقيق الأهداف الاستراتيجية حيث تساهم كل من المبادرات القومية والإعلانات التفاعلية في بناء مجتمع واعٍ ومتحضر، حيث تكون الإعلانات التفاعلية وسيلة لتعزيز الرسائل الإيجابية للأهداف الاستراتيجية المرتبطة بالمبادرات القومية.

٦. تقييم فعالية الاستراتيجيات المطبقة: استهدفت التجربة التعليمية قياس تأثير المبادرات القومية عن طريق تتبع التفاعل والمشاركة، مما يساعد على تقييم فعالية الاستراتيجيات المطبقة. ويمكن رصد نتائج التجربة التعليمية من خلال الجداول التالية:

جدول رقم (١) إعلان مجسم تفاعلي متحرك مبادرة (تتلف في حرير)

الوصف العام للمشروع	اسم المشروع	تتلف في حرير
	المبادرة القومية	مبادرة (تتلف في حرير)
	نوع الإعلان	إعلان مجسم تفاعلي متحرك
	وصف الإعلان	يتميز الإعلان بكونه وحدة تفاعلية متكاملة تتضمن داخلها مجموعة من الأقمشة الناتجة عن مبادرة (تتلف في حرير) بالوان وتصميمات متعددة وعند استخدام المتلقي وتفتله مع الإعلان يتم اختياره لنموذج معين فيقوم الإعلان التفاعلي بإخراجه إليه ليراه على الطبيعة.
وصف وفكرة المشروع		
	مضمون الفكرة الإعلانية وفق المبادرة القومية	استنبطت الفكرة الإعلانية شعارها من نفس اسم المبادرة وأكدت على أن الناتج القومي من هذه الحرفة سيكون مثل الحرير مؤكداً على أهمية إحياء هذه الحرفة في إطار إعلان تفاعلي تكنولوجي يخرج المنتج ويعرضه بسهولة.
	الوسائل الإعلانية	تم استخدام الإعلان المجسم كوسيط إعلاني.
التصميم الإعلاني	الشكل	تم تصميم الإعلان المجسم في شكل بسيط وفي تناسق يتماشى مع بساطة المحتوى الفكري الذي يقدمه عبر شكل المتوازي المستطيلات وكتابات ولوجو مباشر لكلمة حرير واسم المبادرة والإعلان (تتلف في حرير).

شكل رقم (١٢) يوضح قبل وبعد التفاعل مع الإعلان المجسم

تم استخدام اللونين الأزرق والأبيض ليتناسبا مع الألوان السائدة في صناعة السجاد والكليم اليدوي.	اللون	
لا يوجد صوت في الإعلان	الصوت	
تم استخدام شعار (حرير) وقد جاء انسيابياً ليدل على جودة ونعومة المنتج والشعار	الصور والرسوم والشعار	
		
شكل رقم (١٣) يوضح شعار الإعلان		
تم استخدام نص (تتلف في حرير) ليعكس نفس مسمى المبادرة ويؤكد رسالتها.	النص	
جاءت الحركة ميكانيكية نتيجة الاستجابة لرد الفعل بخروج المنتج من داخل الصندوق إلى خارجه.	الحركة	
المجسات باللمس Touch sensors.	نوع التقنية التفاعلية المستخدمة	وصف التفاعلية ودورها في الإعلان
ساهمت التفاعلية في الإعلان في إضفاء تجربة فريدة وشيقة ومميزة للمتلقى مما يساهم في تقبل فكرة الإعلان واستقبال الرسالة الإعلانية.	دور التفاعلية في الإعلان	

جدول رقم (٢) بوستر إعلاني تفاعلي لمبادرة (تحفيز الاستهلاك وتشجيع المنتج المحلي / ما يغلاش عليك)

الوصف العام للمشروع	اسم المشروع	ما يغلاش عليك
	المبادرة القومية	مبادرة تحفيز الاستهلاك وتشجيع المنتج المحلي (ما يغلاش عليك)
	نوع الإعلان	بوستر إعلاني تفاعلي
	وصف الإعلان	يتميز الإعلان بكونه بوستر تفاعلي يتضمن تصميمه شكلين مختلفين ورسالتين وعند استخدام المتلقي وتفاعله مع الإعلان يتم إيصال الرسالة على حسب لون النظارة VR التي يرتديها المتلقي.

			<p>وصف وفكرة المشروع</p>
<p>شكل رقم (١٤) يوضح البوستر الإعلاني التفاعلي</p>			<p>مضمون الفكرة الإعلانية وفق المبادرة القومية</p>
<p>استنبطت الفكرة الإعلانية شعارها من نفس اسم المبادرة ما يغلاش عليك وأكدت على تحفيز الاستهلاك وتشجيع المنتج المحلي في إطار إعلان تفاعلي تكنولوجي يخرج الرسالة الإعلانية ويعرضها بسهولة بواسطة تغيير لون عدسة النظارة الافتراضية.</p>			<p>الوسائل الإعلانية</p>
<p>تم استخدام البوستر الإعلاني الداخلي كوسيط إعلاني.</p>			
<p>تم تصميم الإعلان المجسم في شكل بسيط وفي تناسق يتماشى مع بساطة المحتوى الفكري الذي يقدمه عبر شكل المتوازي المستطيلات وكتابات ولوجو مباشر لكلمة حرير واسم المبادرة والإعلان (تتلف في حرير).</p>			<p>الشكل</p>
<p>تم استخدام اللونين الأزرق والأحمر ليتناسبا مع تقنية الانجليف المستخدمة.</p>			<p>اللون</p>
<p>لا يوجد صوت في الإعلان</p>			<p>الصوت</p>
<p>تم استخدام شعار (ما يغلاش) وقد جاء انسيابياً ليبدل على تحفيز ودعم المنتج المحلي.</p>			<p>الصور والرسوم والشعار</p>
			<p>التصميم الإعلاني</p>
<p>شكل رقم (١٥) يوضح شعار الإعلان</p>			

تم استخدام نص (ما يغلاش) ليعكس نفس مسمى المبادرة ويؤكد رسالتها كما تم استخدام نص (حلينا لك العقدة) ونص (صنع في مصر) لتأكيد نفس الرسالة.	النص	
جاءت الحركة بصرية فقط نتيجة الاستجابة للخداع البصري والتجسيم الناتج عن استخدام العدسات الملونة.	الحركة	
الواقع الافتراضي باستخدام صور الانجليف 3D Anaglyphic images (*). وعدسات/ مرشحات الرؤية الملونة.	نوع التقنية التفاعلية المستخدمة	وصف التفاعلية
ساهمت التفاعلية في الإعلان في إضفاء تجربة فريدة وشيقة ومميزة للمتلقي عبر استخدام الواقع الافتراضي باستخدام صور الانجليف مما يساهم في تقبل فكرة الإعلان واستقبال الرسالة الإعلانية.	دور التفاعلية في الإعلان	ودورها في الإعلان

جدول رقم (٣) إعلان مجسم تفاعلي مبادرة (صناعية مصر)

ما درش بينا الزمن	اسم المشروع	الوصف العام للمشروع
مبادرة (صناعية مصر)	المبادرة القومية	
إعلان مجسم تفاعلي	نوع الإعلان	
يتميز الإعلان بكونه وحدة تفاعلية متكاملة تم توصيلها بطابعة وعند استخدام المتلقي وتفاعله مع الإعلان يتم اختياره لنموذج بلمس الزرار الموجود فيقوم الإعلان التفاعلي بإخراج مطبوعات بالمعلومات عن الحرفة إليه ليراه على الطبيعة.	وصف الإعلان	
		وصف وفكرة المشروع
شكل رقم (١٦) يوضح قبل وبعد التفاعل مع الإعلان المجسم		
استنتجت الفكرة الإعلانية شعارها لتأكيد رسالة المبادرة وأكدت على أن الحفاظ على بعض الحرف الهامة وأنها ما زالت مطلوبة (ما درش بينا الزمن) مؤكداً على أهمية إحياء هذه الحرف في إطار إعلان تفاعلي تكنولوجي يخرج المعلومات عن الحرفة ويعرضها بسهولة.	مضمون الفكرة الإعلانية وفق المبادرة القومية	

تم استخدام الإعلان المجسم كوسيط إعلاني.	الوسائل الإعلانية	
تم تصميم الإعلان المجسم في شكل بسيط وفي تناسق يتماشى مع بساطة المحتوى الفكري الذي يقدمه عبر شكل المتوازي المستطيلات وكتابات ولوجوهات ورسومات مباشرة معبرة عن كل حرفة من العشرة حرف.	الشكل	التصميم الإعلاني
تم استخدام مجموعة لونية مكونة من اللون الأزرق والأحمر والبيج بالإضافة إلى اللون الأسود ليؤكد العراقة والأصالة في هذه الحرف.	اللون	
لا يوجد صوت في الإعلان	الصوت	
تم استخدام شعار (ما درش بينا الزمن) وقد جاءت الصور والرسومات متماشية مع كل حرفة.	الصور والرسوم والشعار	
شكل رقم (١٧) جاءت الصور والرسومات متماشية مع كل حرفة.		
تم استخدام نص (ما درش بينا الزمن) (صناعية مصر) ليعكس نفس مسمى المبادرة ويؤكد رسالتها مع أسماء الحرف.	النص	
جاءت الحركة ميكانيكية نتيجة الاستجابة لرد الفعل بخروج المطبوعات من داخل الإعلان إلى خارجه.	الحركة	
المجسات باللمس Touch sensors.	نوع التقنية التفاعلية المستخدمة	وصف التفاعلية ودورها في الإعلان
ساهمت التفاعلية في الإعلان في إضفاء تجربة فريدة وشيقة ومميزة للمتلقي مما يساهم في تقبل فكرة الإعلان واستقبال الرسالة الإعلانية.	دور التفاعلية في الإعلان	

نتائج البحث

1. من خلال دمج الرسائل الإعلانية الإبداعية، وقنوات الإعلام الإبداعي في تعليم التصميم، والاستهداف المبني على البيانات، تستطيع بناء حملات إعلانية للمبادرات الحكومية قابلة للتسويق والتي تركز على البيئة والمجتمع بشكل فعال من خلال مزيج من الأساليب الإعلانية الفعالة.
2. يعتمد الإعلان التفاعلي على تفاعل الجمهور مع المحتوى، مما يعزز من إمكانية استيعاب الرسالة المستهدفة في المبادرات القومية.

3. استخدام عناصر تفاعلية مثل الواقع المعزز AR أو الواقع الافتراضي VR يمكن أن يجعل الرسالة أكثر جاذبية ويسهل على المتلقي استيعابها.
4. يوفر الإعلان التفاعلي للجمهور التفاعل الاجتماعي لمناقشة ونشر المحتوى، كما يشجع الجمهور على المشاركة الفعالة، مما يزيد من ارتباطهم بالرسالة ويعزز من انتشار المبادرة وبفضل التفاعل، يمكن للمتلقين استكشاف جوانب المبادرة بشكل أعمق، مما يساعد في تعزيز فهم أهمية المبادرة.
5. تساهم الإعلانات التفاعلية في تفعيل الاستجابة وتعزيز قبولها لدى المتلقي حيث تحتوي على دعوات واضحة للعمل، مما يحفز الجمهور على اتخاذ خطوات فعلية لدعم المبادرة، مثل الاشتراك أو التبرع أو المشاركة في الأحداث.
6. من خلال تحسين القدرة على قياس تفاعل الجمهور، يمكن تقييم فعالية الرسائل وتعديل الاستراتيجيات بناءً على استجابة المتلقين.
7. يمارس الإعلان التفاعلي دورًا كبيرًا في تعزيز فعالية المبادرات القومية، حيث يمنح الجمهور فرصة للمشاركة الفعالة والشعور بالارتباط القوي بالمبادرات، مما يؤدي في النهاية إلى تأثير إيجابي أكبر في تحقيق الأهداف المرجوة.

توصيات البحث

- 1- التوجه نحو تبني المبادرات الرئاسية القومية في المشروعات الطلابية وتفعيلها بشكل عملي يسمح بمشاركة الجمهور.
- 2- التوجه نحو توظيف الإعلان التفاعلي في المبادرات الرئاسية مما يحث الجمهور على التفاعل الاجتماعي ويشجعه على المشاركة الفعالة، كما يزيد من ارتباطهم بالرسالة ويعزز من انتشار المبادرة.

مراجع البحث

1. هالة على محمد حسن (٢٠٢٣) دور المبادرات الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة في المجتمع المصري: مبادرة حياة كريمة نموذجًا، دراسة ميدانية على قرية مصرية، مجلة بحوث العلوم الاجتماعية والتنمية، المجلد الخامس (يوليو ٢٠٢٣م)
2. Brown, L. M., & Green, T. D. (2021). Media's role in the perpetuation of cultural norms. *Journal of Media Studies*, 38(2), 135-149.
3. Johnson, L., & Turner, B. (2019). The importance of education in cultural diversity awareness. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 39(9-10), 749-763.
4. Martinez, R. (2020). Celebrating diversity: Public events and cultural awareness. *Culture & Society*, 11(3), 199-213.
5. Smith, J. (2020). National identity and cultural celebrations: A case study approach. *Journal of National Studies*, 45(4), 321-337.
6. Wang, Y., & Collins, B. J. (2018). Integrating cultural exchange: International programs in higher education. *Journal of International Education Research*, 26(5), 455-470.
7. Boerman, S. C., Kruijemeier, S., & Zuiderveen Borgesius, F. J. (2017). Online behavioral advertising: A literature review and research agenda. *Journal of Advertising*, 46(3), 363-376.

- Voorveld, H. A. (2019). Brand communication in social media: A research agenda. .8
Journal of Advertising, 48(1), 14-26.
- Yilmaz, R. M., & Şenel, E. A. (2017). The impact of augmented reality games on .9
children's learning preschool children's learning of numbers with an augmented reality
game. Interactive Learning Environments, 26(1), 39-53
- Yin, L., Wu, H., & Adomavicius, G. (2019). Trying to have it all: Optimal dynamic .10
product recommendations with explicit consideration of user psychology. Information
Systems Research, 30(4), 1196-1215.
- Boerman, S. C., Kruikemeier, S., & Zuiderveen Borgesius, F. J. (2017). Online .11
behavioral advertising: A literature review and research agenda. Journal of Advertising,
46(3), 363-376.
- Greer, B., & Rowley, T. (2020). The role of national policies in shaping community .12
development. Community Development Journal, 55(3), 397-415.
- Holt, D. B., & Schindler, R. M. (2019). Cultural capital and the making of the consumer .13
market. Journal of Consumer Culture, 19(4), 485-506.
- Lai, C. H., & To, W. M. (2020). Enhancing community engagement through digital .14
platforms: A case study of a rural community in Hong Kong. Sustainability, 12(8),
3085.
- Msm:2024, Retrieved from; <https://www.msm.ej/projects/48> , Retrieved at .15
10/3/2024.
- presidency:2024, Retrieved from; <https://www.presidency.ej/e>, Retrieved at 10/3/2024. .16

* - تعتمد تقنية صور اناجليفي ثلاثية الأبعاد Anaglyphic 3D images على فصل الألوان من خلال مرشحات " فلاتر
بصرية تركيب بنظارة الرؤية والتي تعمل على إعطاء الإحساس البصري بالبعد الثالث بكفاءة عالية "