

"التفاعلية للتصميم الإعلاني لذوى الإعاقة البصرية "

Interactive advertising design for people with visual disabilities

ملخص البحث:

غيرت تكنولوجيا المعلومات خريطة المعرفة الإنسانية، ووفرت لجميع الفنون فرصا عديدة لإبداع مختلف، كما أثرت بشكل كبير في مجال تصميم وإنتاج الإعلان، فأصبح كل شيء اليوم وسيطاً إعلانياً محتملاً. فالإتصال الإعلاني عملية إجتماعية حيوية تعتمد على عدة عوامل مثل: الإدراك الحسي، والقدرة على الفهم والتفاعل الرمزي والذاكرة الإنسانية. فلم يتوقف التغير على الوسيلة الاعلانية فقط وانما تعداه لطبيعة هذا المستهلك وموقعه من المنظومة الاعلانية المكونة من معلن ومستقبل ووسيلة ورسالة ورجع صدى، وبوجه خاص إذا كان هذا المستهلك من ذوى الإعاقة البصرية ويهدف البحث لدراسة الإعلان التفاعلي الموجه لذوي الإعاقة البصرية بحيث تثير رغباته في التعرف على مكونات الإعلان مما يحقق الهدف الإتصالي المرجو، ودراسة اساليب الاعلان التفاعلي والاستفادة منها في تصميم رسالة اعلانية لذوى الاعاقات البصرية، وذلك بالإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة اساليب الاعلان التفاعلي الموجه لذوى الاعاقة البصرية ، للوصول إلى نتائج لفاعلية تطبيق الاساليب التفاعلية للاعلان لذوى الاعاقة البصرية.

الكلمات المفتاحية: الاعلان التفاعلي، ذوى الاعاقة البصرية، الاساليب التفاعلية، التسويق التفاعلي

النتائج ومناقشتها:

- 1- من الدراسة النظرية والتحليلية للبحث أمكن تحديد وتعريف التفاعلية كعامل هام ومؤثر في التصميم الإعلاني لذوى اعاقه البصرية لتحقيق الاتصال والتواصل الفعال.
- 2- يمكن الاستفادة من اساليب الإعلان التفاعلي في تنمية الوعي بالإعلان لذوى الإعاقة البصرية وذلك من خلال إمكانية تصميم اعلان تفاعلي للمكفوفين بالاعتماد على عنصرى اللمس و السمع كتصميم في صفحة اعلانية في مجلة حيث يكون الإعلان مكتوب بطريقة برايل مصحوب بشاشة رقيقة تعرض فيديو صوت و يوضع ازرار مرسومة بالإعلان عند ضغط المكفوف على تلك الأزرار يعرض الإعلان خصائص اخرى توضح طبيعة المنتج اكثر للمكفوف و بالتالي يتعرف المكفوف على المنتج المعروض له
- 3- يثرى مفهوم الاعلان التفاعلي تحقيق الهدف الاتصالي للإعلان لذوى الاعاقة البصرية.
- 4- إن البيئة التفاعلية للإعلان تحقق اكتساب ذوى الإعاقة البصرية للمعلومات والتشارك بها وانتقالها من المعلن أو المؤسسة إليه، أو العكس.

التوصيات:

نحتاج لمزيد من الدراسات التي تتناول تصميم الإعلان التفاعلي لذوي الإعاقة البصرية وتوظيف المستحدثات التكنولوجية عند تصميم إعلان تفاعلي لهم وقياس فاعليتها في اشباع رغبات المستهلكين من ذوي الإعاقة البصرية.

Abstract:

Information technology has changed the map of human knowledge, provided for all arts many opportunities for different innovation, and affected largely in the field of design and production of advertising, everything become today a potential mediator in advertising. Communication advertising is a social dynamic process depends on several factors such as: Sensory perception, And the ability to understand and symbolic interaction and human memory.

The change did not stop on advertising means only, but it included the nature of the consumer, and his Location in Ad system consisting of advertiser, receiver, Medium, and feedback, especially the consumer with visual disabilities. The research aims to study the interactive media directed to consumer with visual disabilities to plough his desire to identify the ad components to achieve the desired aim communication, study the advertising and interactive techniques and take advantage of it in the design of advertising message for people with visual disabilities, depending on Descriptive analytical method to access the results of the effectiveness of the application of interactive methods in advertising for people with visual disabilities.

Key words:

Interactive advertising, Visually disabled, Interactive methods, and Interactive marketing.

Results and discussion:

- 1- From Theoretical study and analytical study of the search can identify and define interactive as an important and influential in the design of advertising for people with visual disabilities to achieve visual Communication and effective communication.
- 2- We Can take advantage of the Interactive Advertising techniques in the development of awareness of the advertising for people with visual disabilities by design interactive advertising for blind, Depending on the elemental touch and hearing. Example: Design advertising page in magazine where the advertisement written in Braille accompanied by thin-screen displays audio and video and put drawing buttons, when blind press on it, the advertising explains the nature of the product, so blind recognizes the product.

- 3- It enriches the concept of interactive media to achieve aim communication to advertising for people with visual disabilities.
- 4- Interactive environment for advertising check information acquisition for people with visual disabilities and sharing it.

Recommendations: We need more studies on the Interactive Advertising design for people with visual disabilities, Employment the technological innovations in the design of interactive advertising for them and measure its effectiveness in satisfying the wishes of consumers with visual disabilities.

برجاء إعلامنا الموافقة على تعديل البحث للمشاركة في المؤتمر في الوقت المحدد .
وتفضلوا سيادتكم بقبول وافر الاحترام،

إسراء محمود طه محمود

مصمم جرافيك بقطاع الفنون التشكيلية

esraa.designer@yahoo.com