

مقرر: علم النفس الإعلامي (DGM 311)
الدكتور: د. أميرة سليمان
التطبيق العملي للمحاضرة السابعة: سيكولوجية الإعلان الرقمي

ابدأ حياة أكثر صحة اليوم

نبض

لأن صحتك تستحق أن تراقبها

تابع نبضك، نومك، نشاطك اليومي... كل ذلك من معصمك

نبض القلب
عدد الخطوات
جودة النوم
السرعات المحروقة

بطارية تدوم طويلاً
مقاومة للماء
مرتبطة بجهازك



الأسلوب السيكولوجي المستخدم في الإعلان:

اعتمد هذا الإعلان بشكل أساسي على أسلوب **التفاعل العقلي** ، وذلك من خلال استخدام صورة **واقعية من منظور الشخص نفسه** أثناء ممارسة رياضة المشي وهو ينظر إلى الساعة الذكية. ووفقًا للمحاضرة، فإن هذا الأسلوب يجعل المتلقي يتخيل نفسه في الموقف ذاته، مما ينشط الاستجابة الذهنية ويزيد من احتمالية تقبل المنتج والرغبة في استخدامه. وقد تم اختيار هذا النوع من الصور لأنها تلامس واقع حياة الشباب، حيث أصبحت ممارسة المشي ومتابعة المؤشرات الصحية باستخدام الأجهزة الذكية جزءًا من نمط حياتهم اليومي، لذلك يبدو الإعلان طبيعيًا **وقريبًا من تجربة المستخدم** وليس مجرد صورة دعائية.

كما تم توظيف أسلوب **تخصيص السلوك**، إذ لم تقتصر الصورة على عرض الساعة فقط، بل عرضتها أثناء استخدامها في **موقف عملي**، بهدف توجيه المتلقي إلى السلوك المطلوب وهو ممارسة النشاط البدني والاعتماد على الساعة لمتابعة صحته اليومية، وهو ما يعزز ارتباط المنتج بالحياة الواقعية ويزيد من تأثيره النفسي.

أما من ناحية الصياغة، فقد استخدمت العبارة الرئيسية **"لأن صحتك تستحق أن تراقبها"** لمخاطبة الجانب العاطفي لدى المتلقي وربط المنتج بقيمة المحافظة على الصحة، بينما جاءت العبارة "تابع نبضك، نومك، نشاطك اليومي... كل ذلك من معصمك" لتوضح الفائدة المباشرة للمنتج بصورة مختصرة وسهلة، مما يساعد على إقناع الجمهور بسرعة.

كذلك تم استخدام اللون **البرتقالي** في اسم المنتج والعنوان الفرعي لأنه من الألوان الدافئة التي تجذب الانتباه وتزيد من الإثارة البصرية، بينما استخدم اللون الأسود في الساعة لإبراز الطابع العصري والفخامة، مع اللون الأبيض في النصوص لضمان الوضوح وسهولة القراءة.

ويسهم هذا التناسق اللوني في جذب انتباه المستخدم وإبراز العناصر المهمة داخل الإعلان.