

الإنفوجرافيك وتوظيفه في تصميم الإعلان التلفزيوني The Infographic and Recruitment it in the design of Television Advertising أ.د/ لمياء عبد الكريم قاسم

أستاذ التصميم بقسم الإعلان ورئيس قسم الإعلان سابقاً، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان

م.د/ لينا عاطف عبد العزيز

مدرس بقسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان

م/ مروة محمد سمير محمد سعد الدين

باحث بمرحلة الماجستير، ومعيد بقسم الإعلان، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان

ملخص البحث:

يتناول البحث التعريف بالإنفوجرافيك وإمكانية توظيفه في تصميم الإعلان التلفزيوني، حيث أن له دور مهم وفعال في نقل المعلومات والبيانات والمعرفة بوضوح وجذب للإنتباه، وذلك من خلال تمثيل البيانات والمعلومات بصرياً، وبما أن عصر المعلومات غيّر من طريقة التفكير والتواصل بين الأفراد في المجتمع، وأصبحت الثقافة الآن تتغذى على التعلم والمشاركة، فإن هذا التدفق للمعلومات يحتاج إلى معالجة مختلفة وهو ما يتطلب استخدام وسائل وطرق تواصل جديدة، ويعتبر الإنفوجرافيك في مقدمة هذه الطرق.

إن توظيف الإنفوجرافيك في تصميم الإعلان التلفزيوني واستخدامه في تحليل الرسالة والفكرة الإعلانية والمعلومات المقدمة من خلال الإعلان وتمثيلها بصورة مرئية مبسطة يعمل على تحقيق الهدف من الإعلان وجذب إنتباه المتلقي، بحيث يمد الإنفوجرافيك الماركات بفرصة لسرد قصصي Storytelling فريد عن المنتجات أو الخدمات بشكل جذاب، حيث تصبح تلك المعلومات المعقدة سهل على المستهلك فهمها، مشاركتها، وتذكرها، فمن خلال تمثيلها بصرياً يمكن أن تزيد الشركات كم المعلومات المحتمل أن يتذكرها المستهلك عند القيام بعملية إتخاذ القرار.

الكلمات الإفتاحية: Keywords:

الإنفوجرافيك Infographic، تصميم المعلومات Information Design، تصوير البيانات Data Visualization، التعلم البصري Visual Learning، التفكير البصري Visual Thinking، الإعلان التلفزيوني Television Advertising