

تصميم الإعلان بين البلاغة البصرية والمعرفة البصرية

Advertising design between visual rhetoric and visual knowledge

أ.د/ ميسون محمد قطب

أستاذ التصميم بقسم الإعلان وعميد كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان - كلية الفنون التطبيقية

أ.د/ لمياء عبد الكريم قاسم

أستاذ التصميم بقسم الإعلان ورئيس قسم الإعلان سابقا - جامعة حلوان - كلية الفنون التطبيقية

م.د/ علاء جميل حسان الشرع

مدرس بقسم التصميم الجرافيكي، كلية العمارة والتصميم، جامعة الزيتونة، عمان، الأردن

مقدمة البحث

تتلخص الغاية من الإعلان في جذب الانتباه ، ونقل الرسالة ، وإقناع الجمهور، وبعد أن أصبح المتلقي يتجاهل كمية الإعلانات التي يراها يوميا ومع انتشار ظاهرة تبادل الصور والفيديوهات عبر مواقع التواصل الاجتماعي من ضمنها بعض الإعلانات فكان لا بد من الاعتماد بشكل أساسي على اللغة البصرية التي تقوم بتوصيل الفكرة بأسرع وقت ممكن، فكان لا بد من ابتكار وتصميم إعلان يستعمل المدخل البلاغي الجمالي لجذب الانتباه ومن ثم المدخل المعرفي الاتصالي لنقل الرسالة والإقناع وتخضع البشرية اليوم لكمية غير مسبوقة من تبادل المعلومات وتطور تكنولوجي مضطرد يلغي المكان والزمان ويقارب بين المادي والخيالي. وهذا يجعل تصميم الإعلان من أكثر الموضوعات أهمية لدى الشركات الكبرى لتنظيم البيانات المعقدة وتنظيم حركة مرور المعلومات. والاعتماد على اللغة البصرية والمحتوى البصري في الانتشار بين المجتمع وتفاعلهم مع المنتج.

والأبحاث العلمية في هذا الشأن تشير إلى مدى فعالية البصر في عملية تقديم المعلومات وإدراك الرسالة. لذلك لاحظنا في السنوات الأخيرة زيادة في استعمال استراتيجيات تسويقية ذات مضمون تفاعلي إلكتروني وتقليدي على أساس المحتوى واللغة البصرية. فالعقل البشري يمكن له إدراك ونقل المعلومات البصرية بسرعة كبيرة وبطريقة أكثر كفاءة ومستمرة بالمقارنة مع نقل المعلومات المكتوبة أو اللفظية.

مشكلة البحث :

- 1- إلى أي مدى تساهم دراسة البلاغة البصرية والمعرفة البصرية في تصميم الفكرة الإعلانية ؟
- 2- كيف تساهم البلاغة البصرية في الإعلان على جذب انتباه المتلقي وإظهار مميزات المنتج ؟
- 3- كيف تساهم المعرفة البصرية في الإعلان على نقل الرسالة وإقناع المتلقي ؟

أهمية البحث :

- 1- تصميم إعلان واضح وبسيط وابتكار رسالة إعلانية بالاعتماد على اللغة البصرية.
- 2- رسم صورة بلاغية بصرية للمنتج وزيادة جذب انتباه المتلقي للإعلان.
- 3- استعمال اللغة البصرية كمصدر للأفكار الإعلانية ووسيلة للإقناع.

أهداف البحث :

- 1- دراسة أهمية اللغة البصرية وقدرتها على إظهار مميزات المنتج بشكل فعال ومؤثر من خلال فكرة إعلانية مبتكرة تراعي المدخل البلاغي الجمالي والمدخل المعرفي الاتصالي عند التصميم وتشفير المعنى.

فروض البحث :

- 1- قد تساهم البلاغة البصرية والمعرفة البصرية في الإعلان على جذب انتباه المتلقي وإظهار مميزات المنتج.
- 2- قد تساهم البلاغة البصرية التي يستخدمها المصمم والمعرفة البصرية للمتلقى في ابتكار فكرة إعلانية ناجحة.
- 3- قد تساهم البلاغة البصرية والمعرفة البصرية في الإعلان على نقل الرسالة وإقناع المتلقي.

منهج البحث :

سيأخذ الباحث المنهج الوصفي والتحليل، من خلال الاطار النظري وتحليل بعض النماذج للتأكد من فروض البحث.