

تصميم إعلان الإنفوجرافيك في حملات التوعية: حملة وزارة الصحة المصرية نموذجاً

أ.م.د/ علياء عبد السلام طريفي

أستاذ مساعد تخصص الإعلان، قسم الإعلام، كلية الألسن والإعلام، جامعة مصر الدولية

alyaa.treify@miuegypt.edu.eg

الملخص:

عانى العالم في عام ٢٠٢٠ من فيروس كوفيد **Covid-19** المستجد حيث أن معظم المتلقين يحصلون على معلوماتهم حول هذا الفيروس وكيفية التعامل معه وكيفية حماية أنفسهم منه من خلال وسائل الإعلام ومن حملات التوعية. والإنفوجرافيك هو وسيلة إعلانية تسهل وتنقل المعلومات من خلال صور أو رسومات حيث يتلقاها الجمهور ويفهمها عن قراءة النص (جينيفر ٢٠٢٠، ٣٢). يستخدم مصممو الإنفوجرافيك في العديد من المجالات مثل في عملية التعلم والتعليم، وعرض الأعمال، والبحوث، والإعلانات. و"يمكن تعريف الإنفوجرافيك بأنه شكل من أشكال الرسوم البيانية التي يتم فيها التعبير عن المعلومات أو البيانات المعقدة أو الأفكار بطريقة يمكن للقارئ فهمها واستهلاكها بسهولة" مستخدمة الأشكال والصور (سليمان ٢٠١٩، ٤٩٦). الإنفوجرافيك يتم استخدامه حالياً بكثرة كنوع من أنواع الإعلانات وهذا بسبب القدرة على جذب انتباه الجمهور وتوعيتهم من خلال التعبير عن المعلومات المعقدة باستخدام تصميم سهل وفريد (جينيفر ٢٠٢٠، ٣٢). ويحاول هذا البحث تحديد إطار عمل وخطة إستراتيجية وفقاً للأجزاء النظرية والتحليلية والعملية للمصمم لتحقيق أقصى استفادة من استخدام هذا النوع من الإعلانات، خاصة في حملات التوعية. ويتم اختبار الجزء النظري المتمثل في الأسئلة الخاصة بالجزء الخاص بتحليل المضمون لـ ١٠٠ إعلان إنفوجرافيك الذي تم نشرها على موقع وزارة الصحة المصرية، وصفحة الفيسبوك وصفحة رعاية مصر. هذا بالإضافة إلى تصميم ثلاث نماذج تمثل أنواع الإنفوجرافيك بغرض تطوير التصميمات الخاصة بوزارة الصحة والسكان ويتم اختبار هذا الجزء بواسطة استبيان موجه إلى الأساتذة والخبراء في مجال تصميم الإعلانات. ومن أهم النتائج أن يعد تصميم الإنفوجرافيك التفاعلي طريقة جديدة لتوضيح المعلومات اللازمة بطريقة تفاعلية، ومع ذلك، يجب أن يتكون من أجزاء متسلسلة للتأكد من أن الجمهور المستهدف سيحصل على جميع المعلومات المطلوبة.

الكلمات المفتاحية:

الإنفوجرافيك، الإعلان، حملات التوعية