

دور التقنيات الرقمية للعرض المباشر في صناعة الإعلان الحديث

م.م مروه باسم حمودي
وزارة التربية- تربية الرصافة الثانية
marwaabasim@gmail.com

مستخلص البحث:

ان التحولات الجذرية التي جرت في عالم صناعة الإعلانات لتحوّله من قالب الرقمي التقليدي الى الشكل الرقمي الحديث، جعلته محطة مهمة للدراسة. حيث أصبحت برامج العرض المباشر المدعومة بتقنيات رقمية متقدمة قوة دافعة وراء نجاح الإعلان وزيادة التفاعل معه، لذا يسلط البحث الضوء على الكيفية التي اثر بها استخدام هذه التقنية الرقمية الحديثة على شكل الإعلان وبالتالي على كيفية تأثيره، حيث أصبح قوة دافعة لنجاح الحملات الاعلانية. لذلك يركز البحث على الدور الأساسي الذي تلعبه التقنيات الرقمية في خلق إعلانات تجذب الانتباه وتبني علاقات قوية بين شركات الإنتاج والعملاء. وفي ظل الدراسات المستقبضة في مجال التقنيات الرقمية الحديثة جاء هذا البحث ليناقد أحد أهم التقنيات الرقمية تطورا وحادثة فتبلورت مشكلة البحث بالتساؤل الاتي:

ما دور التقنيات الرقمية للعرض المباشر في صناعة الإعلان الحديث؟

ثم بينت الباحثة أهمية هذه الدراسة والتي تبرز من خلال تسليط الضوء على الإمكانيات والتقنيات والتطبيقات التي تختزل زمن انتاج الإعلان ورفع المستوى الفني وتقديمه للجمهور، الامر الذي يجعله أكثر تأثيراً وفاعلية.

الكلمات المفتاحية : التقنيات الرقمية / العرض المباشر

هدف الدراسة

التعرف على التقنيات السينمائية الجديدة المستخدمة في انتاج الإعلانات لتقريب شكلياً وفنياً من واقعية صناعة الأفلام السينمائية وتحدث التطور الكبير في عالم صناعة الاعلانات.

حدود البحث

يتحدد البحث بحدود العينة المختارة قصديا والتي يتحدد فيها زمان ومكان وموضوع الدراسة والتي تتمثل فيها مشكلة البحث وهي اعلان لشركة (BMW) لصناعة السيارات.

تحديد المصطلحات:

قامت الباحثة بتحديد تعريف إجرائي للمصطلحات الواردة في العنوان والتي تحتاج الى توضيح قصدية الباحثة من خلال تعريف التقنيات الرقمية، وغطت الباحثة الإطار المنهجي للدراسة من ثم شرعت بالفصل الثاني وهو الإطار النظري والقاعدة العلمية للبحث حيث تضمن مبحثين:

المبحث الأول: مفهوم تقنيات العرض المباشر.

المبحث الثاني: المقومات الإبداعية في الإعلان التلفزيوني الحديث.

وخلصت الباحثة بعد الدراسة المفصلة الى جملة من المؤشرات التي تعتبر أداة معيارية في تحليل عينة البحث. من ثم استعرضت الباحثة اهم الدراسات التي قاربت موضوع بحثها واهم النقاط المشتركة بين الدراستين وهي ((البساطة والتعقيد في بنية تصميم الإعلان الرقمي)).¹ للباحثة (وفاء جاسم محمد). ثم تطرقت الى الفصل الثالث والذي يتضمن إجراءات البحث ومنها:

¹وفاء جاسم محمد، البساطة والتعقيد في بنية تصميم الإعلان الرقمي، مجلة بحوث الشرق الأوسط، ع:53، 2020م.

منهج البحث : حيث اعتمدت الباحثة في انجاز هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي والذي يعرف "بانه وصف ما هو كائن ويتضمن وصف الظاهرة الراهنة وتركيبها وعملياته والظروف السائدة وتسجيل ذلك وتحليله وتفسيره"¹

اداة البحث: وهي المؤشرات التي خلصت لها الباحثة من دراسة الإطار النظري.

عينة البحث: اعلان لشركة (BMW) لصناعة السيارات انتاج 2019. اما وحدة التحليل: فاعتمدت الباحثة اللقطة او المشهد اللذان تتمثل فيهما التقنيات التي توظف لتظهر البناء الصوري في اللقطة – المشهد كوحدة تحليل رئيسة كونهما يمثلان الوحدات البنائية الاساسية داخل المنجز المرئي.

التحليل: طبقت فيها الباحثة الأدوات المعيارية على العينة فتوصلت الى جملة من النتائج التي استعرضتها في الفصل الرابع نذكر منها الابرز:

1- تسهم تقنية العرض المباشر في توسيع المدى الابداعي في تقديم التنظيم الجديد للعناصر المرئية المعقدة لجذب انتباه المشاهد في لحظات الاعلان الاولى.

2- يشكل استخدام الية العرض المباشر اختزال فعال للتكاليف الانتاجية وضغط الاخطاء الانتاجية الى اقصى حد ممكن.

ثم اختتمت الدراسة بقائمة المصادر التي استعانت بها الباحثة في متن البحث ومستخلص باللغة الإنجليزية.

الفصل الأول

المقدمة

تشهد عملية صناعة الصورة الفنية في كافة المجالات السينماتوغرافية بشكل عام تطوراً مستمراً وفي ظل هذا التطور المتسارع الذي يرفع مستوى القيمة الفنية والجمالية، لتقديم شكل جديد من الصورة يحقق غايات مهمة مثل الابهار والاختزال والايجاز، بالإضافة الى جذب الانتباه على مستوى تكوين العناصر المرئية وديناميكية حركة تلك العناصر وتفاعلها، حيث ان تلك المميزات تحتاج الى معالجة جديدة عند تقديمها لنفس الموضوع وباستخدام نفس الأدوات، الامر الذي يجعل الصانع يقدم تلك المعالجة ضمن حدود تؤهل الفكرة بأن تصل الى المتلقي، الامر الذي يجعل من تلك الحدود سبباً في تقارب المعالجات الفنية لنفس الموضوع والذي يؤدي الى تقليل او فقدان ميزة الابهار ومخالفة التوقعات في ذهن المتلقي مما ينقل المنجز الفني الى خانة الاعمال التي تسبب الملل عند مشاهدتها، وبالتالي تفقد القيمة الفنية المسؤولة عن الجانب التعبيري للفكرة الرئيسية لذا نجد ان صناعة المنجزات الفنية ذات الطابع الإتصالي بحياة المجتمع وتفاصيلها تحاول مواكبة التقنية الرقمية او استحداثها لتقديم شكل فني جديد يشد المتلقي ويجذب الانتباه. ولعل الإعلان الرقمي (الفيديو) يعد من اهم الوسائل الاتصالية المؤثرة في المتلقي، لذا يجب ان يتوفر فيه الجذب والوضوح والاختزال والتأثير، حيث ان هذه العناصر يجب العناية بها وتقديمها بأقصر زمن ممكن بما يلائم طبيعة موضوع المادة المعلن عنها. حيث ان زمن الإعلان يُعد بمثابة الحيز الذهني المفترض السيطرة عليه وتقديم كل معلومات المنتج ضمن ذلك الزمن دون الوقوع في فخ الملل الذي يجعل المتلقي لا يكمل المتبقي من زمن مشاهدة الإعلان، ولكون ان المخرج يعمل على توزيع معلومات الإعلان على زمن الصورة الكلي مما يجعل المتلقي لا يتعرف على معلومات الإعلان المختزلة وبالتالي يفقد اهم ميزة يجب توفرها وهي الاعلام. ومن ثم يفقد ميزة التأثير لذا نجد ان العديد من التقنيات الرقمية قدمت امكانياتها في

¹ ابو طالب محمد سعيد، علم مناهج البحث، دار الحكمة لطباعة والنشر، الموصل، 1990، ص94.

تحقيق تلك الخصائص، ولعل أحدث تقنيات صناعة الصورة الرقمية هي التصميم ونمذجة العناصر الثلاثية الابعاد وإظهارها المباشر على الشاشة الامر الذي يجعلنا نطرح التساؤل الاتي والمتمثل بمشكلة البحث:

ما دور التقنيات الرقمية للمعرض المباشر في صناعة الإعلان الحديث؟
أهمية البحث والحاجة اليه

تسليط الضوء على الإمكانيات والتقنيات والتطبيقات التي تختزل زمن انتاج الإعلان.

الأهداف

التعرف على التقنيات السينمائية الجديدة المستخدمة في انتاج الإعلانات لتقرب شكلياً وفنياً من واقعية صناعة الأفلام السينمائية.

حدود البحث

يتحدد البحث بحدود العينة المختارة قصدياً والتي تتمثل فيها مشكلة البحث.

تحديد المصطلحات:

التقنية الرقمية

لغويًا: جاءت التقنية لغويًا "وأَتَقَن الشيء: أَحْكَمَهُ، وإِتْقَانُهُ إِحْكَامُهُ. وإِتْقَانُ: الإِحْكَامُ للأشياء"¹
"تَقْنِيَّةٌ [مفرد]: اسم مؤنث منسوب إلى تَقَنَ: "تُعِدُّ المعاهد التَّقْنِيَّةُ خبراءَ تَقْنِيَّينَ في مختلف الحقول".
تَقَنَ: أسلوب أو فَنِيَّةٌ في إنجاز عمل أو بحث علمي ونحو ذلك، أو جملة الوسائل والأساليب والطرائق التي تختص بمهنة أو فنّ "تَقْنِيَّةُ القِصَّةِ/الرَّوَايَةِ/البناء- يَتَمَيَّزُ العصر الحديث بتَقَدُّمِ التَّقْنِيَّاتِ في مختلف الميادين". • علم التَّقْنِيَّةِ: التَّكْنُولُوجِيَا، علم الصَّنَاعَةِ.²

التقنية اصطلاحاً

تعرف "أسلوب العمل المحدد الذي يستخدم إجراءات خاصة ومحددة بأدوات معينة تساهم في تحقيق النتيجة المطلوبة"³ أن هذا التعريف أكثر عمومية فيما يخص التقنية لذلك اعتمدت الباحثة التعريف الاتي والذي يكون اقرب للوسيط الصوري من الناحية الفنية.

التقنية اصطلاحاً: المعالجة النظامية للفن أو جميع الوسائل التي تستخدم لإنتاج أشياء ضرورية لراحة الانسان واستمرارية وجوده، وهي طريقة فنية لأداء أو انجاز أغراض علمية.⁴ لذلك اعتمدت الباحثة هذا التعريف ليكون تعريفاً إجرائياً لمصطلح التقنية كونه اقرب للموضوع المقصود.

الرقمية: لغة تُعَدُّ خَصِيصًا طبقاً لقواعد معينة لتستخدم في الحاسبات الإلكترونية كوسيلة للعمل بها.
"التقنيات الالكترونية المستعملة بوساطة الأجهزة والمعدات والحواسيب والتي اشتقت من النظام الرقمي الحاسوبي الثنائي المعروف بنظام الصفر والواحد والتي تم توظيفها في الإنتاج التلفزيوني الدرامي"⁽⁵⁾.

¹ ابن منظور، لسان العرب، مج9، ط4، (بيروت: دار صادر للطباعة والنشر، 2005م)، باب التاء.

² احمد مختار، معجم اللغة العربية المعاصرة، ط1، (القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر، 2008م)، ص296.

³ Henry Jacoowitz, Electronic Computers, 3rd, (London W.H Publishing, 1999), P78

⁴ احمد محمد الخطيب، طرق التصنيع والعمليات، (بغداد: مؤسسة دار الكتب للطباعة والنشر، 1981م) ص12-13.

⁽⁵⁾ Thomas Ohanian, Digital Non Linear Editing, London, Focal Press 1993, P348.

الفصل الثاني

المبحث الأول

مفهوم تقنيات العرض المباشر

لعبت التقنيات الرقمية دوراً فعالاً في شتى مجالات الحياة لتوفر على الانسان الكثير من الجهد والوقت لإنجاز المهام الموكلة اليه، الامر الذي جعله يعتمد عليها بشكل كبير لما تقدمه من تسهيلات وسرعة في انجاز المهام لذا لجأ صناع الصورة الرقمية الى هذه التقنيات المتطورة والمختلفة حيث وظفت السينما كل الإمكانيات الرقمية القادرة على إضفاء فارق ولو قليل في صناعتها علاوةً على اختصار الوقت والجهد، فهي تقدم إمكانيات واسعة جداً في هذا المجال، مثل بناء البيئات وخلق وتحريك المجسمات و تنفيذ الخدع و المؤثرات البصرية وغيرها من البرامج الرقمية المتطورة التي نقلت البناء الصوري الى مستوى جديد متمكن على صعيد التجسيد و التعبير بشكل متوازي مع سرعة الإنتاج، وخلق بيئات جديدة تنقل المتلقي الى عوالم وافاق جديدة، لكن هذا ليس على صعيد الإنتاج السينمائي فحسب، وانما على صعيد العاب الفيديو و الإعلانات و المسلسلات وكل ما يتعلق ببناء وإنتاج الصورة الرقمية. فتقنيات العرض المباشر وفرت إمكانيات العرض والتفاعل أثناء عملية الإنتاج فكانت هذه العملية طفرة نوعية لاخترزال الوقت والجهد مع جودة ودقة عالية في الأداء حيث (يحدد خوان جوميز من Epic Games الأمر بإيجاز: "ما تراه هو ما تحصل عليه").¹ ويشير زاك ألكسندر، مؤسس ومدير العمليات في Lux Machina، إلى الفوائد العملية لتقنيات التصوير المسبق للإنتاج الافتراضي من خلال بيانه، (كل ساعة من مرحلة ما قبل الإنتاج تساوي ساعتين من الإنتاج).² ويلاحظ خورخي: "الإنتاج الافتراضي يشبه صنع الأفلام باستخدام الطريقة الرشيقية". ويضيف ببلي: "الإنتاج الافتراضي يشبه أيضاً المعالجة المتوازية. فهو يزيل الحواجز بين الإنتاج المباشر والمؤثرات البصرية، بحيث يمكن أن تحدث في وقت واحد بدلاً من أن تحدث في خط واحد". لذلك نجد ان تقنيّة العرض المباشر جاءت بالدرجة الأساس لأخترزال الوقت والجهد و التكاليف في الإنتاج فُجّنبنا التكرار الذي هو عملية تحسين عبر محاولات متعاقبة للوصول إلى النتيجة المرجوة. وفي كثير من الأحيان تهدر هذه العملية في الإنتاج التقليدي في إيجاد نقطة بداية مشتركة بدلاً من تحسين رؤية مشتركة متفق عليها. وقد يكون الإنتاج التقليدي أشبه بتعلم كيفية العزف على آلة موسيقية لا يمكنك سماعها - لا يمكنك التعلم بسرعة كبيرة عندما تسمع الموسيقى بعد أسبوعين من ضرب النغمة. قارن ذلك بحلقة ردود الفعل الإبداعية في الوقت الفعلي. بالنسبة لصناع الأفلام، تتجلى هذه المشكلة في حالة من عدم اليقين. عندما يتعين على مصور سينمائي أن يخمن أفضل لون للإضاءة ليتناسب مع عنصر شاشة خضراء غير مرئي، أو عندما لا يعرف المخرج بالضبط كيف يبدو المخلوق في ذروة فيلمه، فهذا هو عدم اليقين. إنها عملية شاملة تبدو منفصلة ولا تحل نفسها حتى يتم الانتهاء من جميع اللقطات. قد لا يتم الاستفادة الكاملة من الخبرة المهنية المستخدمة في الإنتاج في هذه العملية بسبب مستوى الانفصال البصري. فتحدث عملية التشطيب في مرحلة ما بعد الإنتاج، عندما تكون التغييرات التكرارية الرئيسية في أفضل الأحوال مكلفة للغاية وفي أسوأ الأحوال مستحيلة بسبب الموعد النهائي للإصدار. وعندما يحاول المحرر تقليص الحركة والتوقيت لتسلسل يتميز بتأثيرات بصرية قيد التنفيذ، فهذا أمر غير مؤكد. إن الوصول إلى النسخة النهائية من المشهد غالباً ما يكون طريقاً طويلاً يتضمن استبدال

¹ Noah Kadner ,The Virtual Production Field Guide, 2021,p5

² Lbid, P5

اللقطات المؤقتة أو المفقودة، وإضافة النتيجة، وتصحيح الألوان، وما إلى ذلك. إن تحقيق الاستمرارية والسيولة من لقطة إلى أخرى أمر صعب مع وجود العديد من المكونات في حالة تغير مستمر. كل هذه القضايا تجعل من الصعب على المحرر الوصول إلى النسخة النهائية من المشهد، وغالبًا ما تكون النتيجة فيلمًا يتم إصداره بدرجة ما من التنازل الإبداعي. مع الأخذ في الاعتبار الأشكال الأكثر تقليدية للتصور المسبق، فهناك مجال للتحسين. تم إنشاء التصور المسبق تقليديًا من خلال برامج الرسوم المتحركة المحسنة لجودة الصورة المتميزة على حساب أوقات العرض الطويلة. تتضمن العملية قيام الفنانين بإنشاء نسخ من المشاهد بعناية شديدة لا تتمتع بجودة صورة مثالية ولا مرونة في الوقت الفعلي. ونتيجة لذلك، قد يشعر صناع الأفلام بأنهم منفصلون عما ينبغي أن تكون عملية تطوير عملية وتعاونية، ولا يتم الاستفادة الكاملة من المواهب الحقيقية كما يمكن أن يتأثر حجم ونطاق الإنتاج بسير عمل التأثيرات البصرية التقليدية.* (قد تكون مصورًا سينمائيًا ترغب في تصميم وتصوير تأثيرات بصرية في الوقت الفعلي داخل الكاميرا باستخدام تقنية جدار LED. أو قد تكون منتجًا يرغب في الاستفادة من تقنيات التصور في الوقت الفعلي لزيادة كفاءة التصوير في الموقع أو كبديل للتصوير في موقع صعب. قد تكون مصورًا يرغب في التعرف على كيفية استخدام عربة مزودة بمشفرات بصرية لتصوير شخصيات افتراضية في حجم كبير. أو ربما تكون مخرجًا على وشك الشروع في مسلسل تلفزيوني متحرك للقطات الأداء. أو شخص يقوم بالأعمال الخطرة ويتعلم كيف يمكن للتصوير الخطر أن يجعل أعماله أكثر روعة وأمانًا. ربما تكون صانع أفلام مستقل يخطط لفيلم طويل وتريد معرفة كيف يمكن لـ VP المساعدة في تحقيقه بميزانية متواضعة. أو قد تكون فنانًا في مجال التصوير المسبق يأمل في تطوير أصول في الوقت الفعلي لأعمال الاستوديو الخلفي الافتراضي).* يوفر الاستوديو الافتراضي الذي يعمل على تقنيات العرض المباشر إمكانية تحقيق كل ما ذكر سابقًا وببساطة.

ان من اهم البرامج التي استخدمت في هذا المجال هو برنامج (unreal engine)* والذي يرمز له بأول حرفين من اسمه (UN) قام بتطويره شركة (Epic Games) وتم عرضه لأول مرة (عام 1998) مع لعبة التصويب من منظور الشخص الأول التي تحمل نفس الاسم. فهو يعتبر البرنامج الذي يوفر إمكانية العرض المباشر اثناء الانتاج حيث له إمكانيات واسعة جدا بدأ من تصميم المنازل ثلاثية الابعاد وصولا الى تصميم الإعلانات التلفزيونية وخلق البيئات الافتراضية والخلفيات المبتكرة، لهذا يعتبر من البرامج خصيصاً لأثارة الدهشة وشد المتلقي للعمل المصمم في هذا البرنامج. فاستخدامه يوفر الكثير من الجهد والوقت وحتى على صعيد المادة فبدلاً من توجه الكوادر الى مواقع التصوير الخارجية وما يتبع ذلك من تكاليف انتاج باهضة تشمل استخدام الكثير من الأجهزة والمعدات مثل (كاميرات - اضاءة - صوت - اكسسوارات... الخ (مع اعداد منطقة العمل وتحضيرها بما يتلاءم مع المشاهد المطلوب تصويرها وما يتبع ذلك من جهد ووقت مستهلك ويبقى كادر الإنتاج في قلق وتساؤل حول جودة انتاج الصورة وجودة المنجز ككل. (الإنتاج الافتراضي هو مصطلح واسع يشير إلى مجموعة من أساليب الإنتاج بمساعدة الكمبيوتر وصناعة الأفلام المرئية. وللبداء، إليك بعض التعريفات البارزة حول الإنتاج الافتراضي. وفقاً لفريق Weta Digital، "الإنتاج الافتراضي هو

5* Look out, Noah Kadner, OP. Cit. ,p

* Look out, Ibid, p3

المكان الذي يلتقي فيه العالمان المادي والرقمي". وتضيف شركة Moving Picture Company (MPC) إلى هذا التعريف بمزيد من التفاصيل الفنية، "يجمع الإنتاج الافتراضي بين الواقع الافتراضي والمعزز مع تقنيات CGI ومحرك الألعاب لتمكين أطقم الإنتاج من رؤية مشاهدهم تتكشف أثناء تأليفها والتقاطها في المجموعة"¹.

فعملت هذه التقنيات بتضافر لإنتاج صورة مختلفة عن المؤلف قادرة على شد المتلقي بأقل قدر من تكاليف الإنتاج المقدر لذلك العمل وأقل وقت مستهلك ومعرفة جمال المنجز في وقت الإنتاج ذاته، ومع مرور الوقت، توسع نطاق استخدامه ليشمل مجموعة واسعة من الأنواع وذلك لقدراته الفنية والتقنية المتقدمة بما في ذلك:

- 1- ألعاب المنصات
- 2- ألعاب القتال
- 3- ألعاب تقمص الأدوار
- 4- ألعاب اللاعبين المتعددين عبر الإنترنت
- 5- التجارب التفاعلية
- 6- التطبيقات ثلاثية الأبعاد.

ما الذي يميز برنامج Unreal Engine:

- 1- **رسومات قوية وواقعية:** يوفر Unreal Engine أدوات متطورة لإنشاء رسومات ثلاثية الأبعاد مذهلة وواقعية، بما في ذلك الإضاءة الديناميكية، والتأثيرات المرئية المتقدمة، ونماذج الشخصيات عالية التفاصيل.
 - 2- **نظام برمجة مرن:** يستخدم Unreal Engine لغة البرمجة C++، مما يمنح المطورين تحكماً دقيقاً في جميع جوانب اللعبة أو التطبيق.
 - 3- **نظام Blueprint المرئي:** يقدم Unreal Engine نظام Blueprint، وهو نظام برمجة مرئي يسمح للمطورين والمبدعين بإنشاء منطق اللعبة دون الحاجة إلى كتابة الكثير من الكود.
 - 4- **مجموعة أدوات شاملة:** يتضمن Unreal Engine مجموعة واسعة من الأدوات للنمذجة، والرسوم المتحركة، والتحرير، وتصميم الصوت، وتطوير الذكاء الاصطناعي، والمزيد.
 - 5- **مجتمع كبير وداعم:** يوجد لدى Unreal Engine مجتمع كبير ونشط من المطورين والمبدعين الذين يشاركون المعرفة والتعليمات والبرامج التعليمية عبر الإنترنت.
- ألية تنفيذ العرض المباشر باستخدام برنامج Unreal Engine:**
- تعتمد الآلية على مجموعة من الأجهزة التي ترتبط سلكياً ولاسلكياً لنقل بيانات الحركة التي تمثل جوهر تنفيذ الآلية بدءاً من جهاز متحسس الحركة الذي يتم تثبيته أعلى كاميرا التصوير في الموقع وكما الموضح في الصورة أدناه:

¹ Unreal+Engine_vpfieldguide_VP-Field-Guide-V1.2.02 P3



يرتبط هذا الجهاز بجهاز اخر بشكل لاسلكي الذي بإمكانه ان يرتبط بعدة أجهزة متحسنة للحركة حيث يعتمد عدد الأجهزة المرتبطة على موضوع المشهد المصور ان كان يتضمن انتقالات متعددة يتطلب فيها تحريك الكاميرا لتصوير المشهد من عدة زوايا.



من ثم يرتبط الجهاز الأخير بدوره سلكياً بجهاز كمبيوتر مثبت فيه برنامج (Unreal Engine) حيث تنتقل بيانات الحركة الى الكاميرا الافتراضية* داخل البرنامج بشكل مباشر، حيث يقف الشخص المراد تصويره او الموضوع المراد تصويره في المشهد امام شاشة كبيرة الحجم تعرض محتواها من خلال منفذ الصورة في جهاز الكمبيوتر لعرض مكونات البيئة الافتراضية المراد تصويرها كخلفية، فتسجل الكاميرا صورة تتضمن البيئة والموضوع المصور بطريقة ديناميكية منسجمة مع حركة الكاميرا الواقعية من خلال تطبيق بيانات الحركة من (متحسس الحركة المثبت فوق الكاميرا الى الكاميرا الافتراضية في البرنامج والتي تكون موجهة على البيئة الافتراضية التي تم بنائها في برنامج Unreal

Engine فيتم تطبيق الحركة على المشهد الذي يعرض على الشاشة العملاقة من خلال حركة الكاميرا الافتراضية داخل البرنامج الامر الذي يسمح بانتقال الممثل او الموضوع داخل البيئة الافتراضية بحرية كبيرة جدا وكما موضح في الصورة ادناه .



ان كل شيء يتفاعل مع حركة الكاميرا بشكل حيوي ليبدو أكثر واقعية. خلق الوهم المتقن يكون من خلال خلق العلاقات بين العناصر الرقمية مع التكوينات الفيزيائية. من الجدير بالذكر ان نوضح فرق الإنتاج باستخدام الكروما والية العرض المباشر باستخدام برنامج (Unreal Engine)، حيث يعد الإنتاج بواسطة الكروما تقنية لدمج العوالم، وهي تقنية سينمائية تُستخدم لدمج صورتين أو أكثر معاً عن طريق إزالة لون محدد من صورة واحدة (عادة ما تكون خلفية خضراء أو زرقاء) واستبدالها بصورة أخرى الامر الذي يوسع افاق العمل والبناء الصوري. حيث يتم تصوير المشهد أمام خلفية بلون موحد، ثم استبدالها باستخدام برامج كمبيوتر متخصصة لحذف لون الخلفية للحصول على خلفية شفافة، مما يسمح بدمج صورة أخرى خلف الممثلين أو العناصر الموجودة في المشهد. حيث يتم دمج الصورة الجديدة مع المشهد الأصلي مما يخلق وهم وجود الممثلين أو العناصر المرئية في البيئة الجديدة، لكن هذه التقنية تقتصر للعديد من المميزات التي تتمتع بها الية العرض المباشر باستخدام برنامج (UN) فهو يتيح إمكانية الحركة والتعديل الانني على

الصورة التي يتم انتاجها، بالتالي تعطي واقعية اكبر وديناميكية الحركة فيها تصبح اكثر حيوية وسلاسة من الأمثلة المشهورة على استخدام تقنية الكروما: سلسلة أفلام "هاري بوتر": تم استخدام تقنية الكروما لإنشاء مشاهد سحرية مثل (قاعة هوجورتس الكبرى). وبرنامج "اللمسة الأخيرة": يستخدم مقدم البرنامج (ستيفن فراي) تقنية الكروما للسفر حول العالم دون مغادرة الاستوديو. وعلى النقيض من تقنيات الإنتاج التقليدية، يشجع الإنتاج بألية العرض المباشر على انها عملية أكثر تكراراً و غير خطية وتعاونية. فيمكن صناع الأفلام من التكرار بشكل تعاوني على التفاصيل المرئية في اللحظة، وعدم تأجيل كل هذه القرارات إلى وقت لاحق من الإنتاج أي (بعد اكتمال مرحلة التصوير). ويبدأ التكرار في وقت مبكر في جدول الإنتاج. حيث يمكن إنتاج صور عالية الجودة منذ البداية. وبدلاً من قيام فرق مختلفة بإنشاء مشاهد غير متوافقة معزولة عن بعضها البعض في الإنتاج التقليدي، لتكون المشاهد متوافقة مع بعضها البعض وقابلة للاستخدام في المخرجات النهائية. لذا فإن صناع الأفلام تمكنوا من استبدال عدم اليقين في مرحلة ما قبل الإنتاج التقليدية وإنتاج المؤثرات البصرية بألية عمل أقرب بكثير إلى البيكسل النهائي. ولأن هذه الصور عالية الجودة لذا فإن التكرار والتجريب مبسطان وفعالان من حيث التكلفة والنتائج. وتشعر العملية بالمزيد من الاتصال والتعاون لتمكين صناع الأفلام من الاستجابة لاكتشافات اللحظة. من خلال حل القرارات الإبداعية بشأن اللقطات والتسلسلات في وقت مبكر جداً في الإنتاج، عندما يكون الفريق بأكمله حاضراً، وليس تركها إلى اللحظة الأخيرة من مرحلة ما بعد الإنتاج عندما تكون مواقع التصوير قد تم حلها منذ فترة طويلة. اما عندما يتعلق الأمر بالمونتاج، يخفف هذا الإنتاج أيضاً من عدم اليقين من خلال توفير صور مؤقتة أقرب كثيراً إلى مظهرها النهائي والمساعدة في القضاء على اللقطات المفقودة أو قيد التحضير. عندما يتم استبدال اللقطات التي ربما تم تصويرها مسبقاً أمام شاشة خضراء بتأثيرات بصرية داخل الكاميرا، وجدار LED، يكون لدى فنان المونتاج الكثير للعمل به. يصبح من الممكن تعديل اللقطات والتسلسلات التي تتميز بتأثيرات بصرية رئيسية بنفس الطريقة التي يتم بها المشاهد التقليدية غير المؤثرة. حيث يقوم فنان المونتاج بالتحريك أثناء التصوير الرئيسي حتى يتمكن الطاقم من تصوير اللقطات على الفور، أو إجراء تعديلات أثناء التصوير، وذلك بدلاً من معرفة المشكلات بعد فترة طويلة من انتهاء التصوير الرئيسي. إن هذا من شأنه أن يوفر أياماً من التصوير غير الضروري. والنتيجة هي استمرارية أكبر بكثير من لقطة إلى لقطة، وسلاسة، وسيطرة على المشهد. ويمكن التوصل إلى مونتاج نهائي للمشاهد بسرعة أكبر.* من خلال ذلك نجد ان مميزات هذه الالية ممكن ان تكون كالتالي:

- 1- تحديث المشاهد بسرعة وإخراجها بمستويات عالية جداً من جودة الصورة.
- 2- يمكن لأعضاء الفريق مشاركة رؤية المحتوى النهائي في وقت مبكر جداً من الإنتاج.
- 3- بناء البيانات الافتراضية وفق مواصفات أكثر دقة مع تطابق أقرب مع رؤية صانعي الأفلام، ويمكن إعداد الأعمال المثيرة والمؤثرات الخاصة مقدماً وتنفيذها بأمان أكبر.
- 4- ويمكن تحقيق التكامل مع المؤثرات البصرية بأكثر الطرق كفاءة وديناميكية بصرياً.

المبحث الثاني

المقومات الإبداعية في الإعلان التلفزيوني الحديث

دبت الحداثة في جميع مفاصل الحياة وتوغلّت في تفاصيل الأنشطة الإنسانية فأخذت سماتها تنتشر في جميع تلك الأنشطة فأصبحت الحياة أكثر سرعة وأكثر تعقيداً مع توفر التقنيات التي أصبحت تختصر جهد الانسان او كادت تستبدل عنه، فالتقنية التي غزت الحياة أصبحنا لا ننفك عن استخدامها في مختلف المجالات. حيث ان انتاج الإعلان باستخدام تقنيات العرض المباشر هو عملية تشمل انشاء الإعلان بشكل فوري دون الحاجة الى مونتاج لاحقاً او مراحل انتاج طويلة. حيث يمكن تحقيق هذا باستخدام مجموعة من التقنيات والأدوات الحديثة التي تتيح انشاء محتوى اعلاني بسرعة وبجودة عالية، فالإعلان الحديث الذي سنتعرف على مقوماته التي تشهد تطوراً واضحاً وملموساً على صعيد الشكل والمضمون. ولكن قبل الدخول في صلب الموضوع لابد من التعرف على ماهية الإعلان ومم يتكون الإعلان؟ (ستانتون يعرف الإعلان بأنه كافة الأنشطة التي تقدم كمجموعة بطريقة غير شخصية _ مرئية او شفوية.. عن طريق رسالة معلومة المُعلن تتعلق بسلعة او خدمة او فكرة معينة)¹ وفي تعريف اخر قدمته (الموسوعة الاكاديمية الامريكية) على انه (اتصال غير شخصي من خلال وسائل مختلفة (كالجرائد والتلفزيون والمجلات). وهو نوع مدفوع الأجر من قبل مجالات الاعمال، والمنظمات غير ذات النفع، والأفراد، وهم معنيون بطريقة ما باعتبارهم معلنين للرسالة الاعلانية)²، من تلك التعريفات نجد ان هناك أسس مشتركة في البنية الاعلانية يعتمد عليها الصانع تبدأ من النشاط الذي يحمل رسالة ما يقدمها المرسل الى جمهور معين، يمثل الجهة المستقبلية للرسالة التي يحملها الإعلان. الا ان هذا التواصل غير الشخصي يكون موجه غالباً الى مختلف الفئات والطبقات الاجتماعية. ولما دخل التطور التكنولوجي كافة مجالات الحياة وحتى على الصعيد الاعلاني أصبح من الممكن للمتلقى ان لا تشده الصورة النمطية للإعلان بالمستوى المطلوب وانما يطمح الى أفكار وبيئات جديدة مفعمة بالحيوية والألوان التي تشد انتباهه الى موضوع الإعلان (فكل اشكال التواصل العام في المجتمعات الحديثة تعتمد على التقنيات و الأساليب والاستراتيجيات والعروض الاعلامية)³ لذلك فإن فاعلية التواصل تعتمد بشكل أساسي على اهم المحاور وهي (المرسل - الرسالة - المستقبل) فإن الإعلان الحديث هو عملية معقدة تتطلب فهماً عميقاً للسوق والجمهور المستهدف وإبداعاً في صياغة الرسائل الاعلانية واستخداماً فعالاً للوسائل الاعلامية المتنوعة. من هنا يُمكن للإعلان أن يؤثر على المتلقي بعدة طرق، مثل إثارة المشاعر لدى المستهلكين، كالسعادة أو الحزن أو الغضب، ما قد يؤثر على قراراتهم الشرائية. بالإضافة الى خلق رغبات جديدة للمستهلكين لمنتجات أو خدمات لم يكونوا يفكرون بها سابقاً. من خلال نشر المعلومات التي تساهم في التوعية بقضايا مُحددة. ومن المهم ملاحظة أنّ تأثير الإعلان على المتلقي يختلف من شخص لآخر، ومن طبقة لأخرى علاوة على التأثير الناجم عن كيفية طرح الإعلان ان كان بصورة كوميدية او جادة او رومانسية او حركية

¹ محمد عبد الفتاح الصيرفي، الإعلان انواعه. مبادؤه. وطرق اعداده، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، الأردن- عمان، 2013م، ص14.

² Adverting: "Is paid, non personal communication through various media (such as newspaper, television, magazines) by Business firms, non profit organization and individuals --who are in some way identified as sponsors of Adverting massage " see: Academic American Encyclopedia volume 1.AAng, New Jersey: Art publishing Company. INC. 1981.P.111.

³ ستيفن كولمان - كارين روس، الاعلام والجمهور، ت: صباح حسن عبد القادر، دار الفجر، مصر-القاهرة، ط1، 2012 م ، ص53

كما في اعلان شركة (BMW) للسيارات في عام (2019) لسيارة (BMW- M5) حيث يعتبر من اذكي الإعلانات التي تم انتاجها، لأنه يجمع بين عمق الفكرة وسهولة ايصالها للمتلقي فنرى احد الصواريخ الأرضية تسير بسرعة قصوى ثم تتوقف لوصولها الى اقصى سرعة فيها فتتباطأ ومن ثم تتوقف ليظهر في مقدمة الصورة شخص يرتدي بدلة سباق وخلفه الصاروخ الأرضي وهو متوقف، لنكتشف ان هذا الشخص كان يقود سيارة (BMW- M5) المثبت على جانبها كاميرا تصور الصاروخ الأرضي وهو يسير بأقصى سرعته وعندما تجاوزت سرعة السيارة سرعة الصاروخ الأرضي اجتازته وتوقفت بعد ان توقف. ان الإعلان يحمل مجموعة مضامين تم التعبير عنها بإيجاز وسلاسة مثل جودة السيارة ومواصفاتها العالية الأداء وسرعتها القصوى. مع استمتاع المشاهد بطريقة عرض الإعلان.



لذا ان فهم الجمهور المستهدف ورغباته وتطلعاته من أهم خطوات صياغة إعلان ناجح، بالإضافة الى صياغة رسالة إعلانية قوية تكون واضحة وموجزة وجذابة، وتلامس احتياجات الجمهور المستهدف وتحفز على اتخاذ خطوة ما، والاستفادة من قنوات الإعلان المتنوعة حيث لم يعد الإعلان يقتصر على الوسائل التقليدية مثل التلفزيون والصحف، بل أصبح يتضمن قنوات إعلانية جديدة ومتنوعة مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. يجب على المعلنين اختيار القنوات المناسبة لجمهورهم المستهدف وتوظيفها بشكل فعال لضمان وصول إعلاناتهم إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص. بالإضافة الى المواكبة والتكيف مع تطورات عالم الإعلان المستمرة، ولذلك يجب على المعلنين مواكبة التطورات الجديدة وتجربة تقنيات وأساليب إعلانية جديدة لضمان بقاء إعلاناتهم فعالة وجذابة للجمهور. ان هذه الأسس تمثل قاعدة لصياغة وبناء أي اعلان واي موضوع يراد الإعلان عنه فهي قواعد على الصانع اتباعها ليستطيع إيصال إعلانه الى الفئة التي يستهدفها بكل سهولة. إضافة الى انه يوفر على العاملين معه في صناعة الإعلان الكثير من الجهد والوقت لفهم ما يريد ايصاله وبالكيفية التي تناسب موضوع الإعلان.

مؤشرات الإطار النظري

- 1- تختزل برامج العرض المباشر التكلفة الإنتاجية الى اقصى حد ممكن دون تقييد المستوى الجمالي والابداعي لصورة الإعلان النهائية.
- 2- يجب تحقيق التطابق في توزيع الإضاءة لكل العناصر المرئية الواقعية والرقمية داخل الكادر.
- 3- يمكن لتقنيات العرض المباشر تحقيق التعديل المباشر للعناصر المرئية الرقمية داخل المشهد الافتراضي بشكل آني وسلس لتتلاءم العناصر المرئية الواقعية مع الخلفية لتحقيق الرؤية الإبداعية. الدراسات السابقة

فيما يلي نستعرض بعض الدراسات التي قاربت موضوعه البحث بشكل عام او في مفاصل معينة منه سواء كانت هذه البحوث معارضة او متفقة مع موضوعه البحث:

1- دراسة بعنوان (البساطة والتعقيد في بنية تصميم الإعلان الرقمي).¹ للباحثة (وفاء جاسم محمد) تناولت الدراسة موضوع تعقيد وبساطة تصميم الإعلان الرقمي واستخدام التقنيات الحاسوبية الرقمية في صناعته ومدى استقبال الجمهور له ودافعيته لفهم الإعلان. ثم تطرقت إلى الرموز والأفكار التي يمكن أن تتضمنها صورة الإعلان. أيضا تطرقت إلى الأساليب المتبعة في تصميم الإعلان من الإيجاز والاختزال والتكثيف. ثم تطرقت الباحثة الى السبل التي يمكن اتباعها للتوجه نحو البساطة والوضوح في صناعة الإعلان. فقاربت موضوعه البحث الدراسة الحالية من خلال استخدام التقنيات الرقمية كونها تستخدم جهاز الحاسوب وبعض البرامج في صناعة الإعلان لكنها لا تصل الى مستوى التطور الرقمي الذي تتناوله هذه الدراسة كون هذه التقنيات تمثل مستوى متقدم لتلك الآلية.

الفصل الثالث – إجراءات البحث

منهج البحث: سوف تتبع الباحثة المنهج الوصفي التحليلي كونه أكثر المناهج ملائمة لموضوعه البحث حيث يعتمد على وصف الصورة بشكل دقيق ومن ثم تطبيق أداة البحث عليها.

أداة البحث: ستتخذ الباحثة ما تمخض عن الفصل الثاني من مؤشرات الإطار النظري أداة معيارية في تحليل العينة.

حدود البحث: تمثلت بحدود العينة المختارة قصديا كالاتي:

الحد الزمني: 2020 وهو زمن انتاج الاعلان.

الحد المكاني: ميونخ المانيا بلد الشركة المنتجة للاعلان

الحد الموضوعي: تقنيات العرض المباشر في الإعلان الحديث والتي تجسدت في اعلان شركة BMW للسيارات.

وحدة التحليل: لكون الإعلانات التلفزيونية تتألف من اللقطة التي هي أصغر وحدة بنائية في المشهد وان مجموع اللقطات يؤلف مشهد لذا ستعتمد الباحثة على اللقطة – المشهد في التحليل كون موضوعه البحث تتمظهر في اللقطة أحيانا وفي المشهد أحيانا اخرى.

مجتمع البحث: تمثل مجتمع البحث بالعينة المختارة قصديا كون تنطبق عليها موضوعه البحث.

¹وفاء جاسم محمد، البساطة والتعقيد في بنية تصميم الإعلان الرقمي، مجلة بحوث الشرق الأوسط، ع:53، 2020م.

التحليل - العينة الأولى
اعلان شركة (BMW) للسيارات عام 2020م



1- تختزل برامج العرض المباشر التكلفة الإنتاجية الى اقصى حد ممكن دون تقييد المستوى الجمالي والابداعي لصورة الإعلان النهائية.

عمل المخرجين على مواكبة الحداثة لمجاراة تطلعات الانسان الذي يبحث عما يبهره دائما ويشد انتباهه. لذا فغاية صناع الصورة هو تقديم مستوى جمالي وابداعي غير مطروق. فلجأ الكثير الى اختيار بيئات خارجية او صناعة بيئات افتراضية هذه البيئات التي تستخدمها الصورة بشكل كبير، بدءاً من الواقعية التامة وصولاً الى الخيال العلمي البعيد. كل بيئة تساهم في خلق جو معين وتأثير على المشاهد، وتساعد في رواية القصة بشكل أكثر عمقاً. فنجد أهمية البيئة في الإعلان توفر:

ا- بناء الجو: تساعد البيئة في خلق جو معين، سواء كان جواً مثيراً أو رومانسياً أو مرعباً أو جديد كلياً غير مألوف.

ب- رمزية: يمكن للبيئة أن تحمل معانٍ رمزية أعمق.

تعتبر البيئة عنصراً أساسياً في أي منجز بصري، فهي لا تقتصر على كونها مجرد خلفية بل هي شريك فعال في إيصال فكرة وجو الاعلان. من خلال اختيار البيئة المناسبة، يمكن للمخرجين خلق عوالم فريدة تجذب المشاهدين وتترك انطباعاً جديداً دائماً. فلعبت برامج العرض المباشر دوراً فعالاً خلق بيئات بمستوى جمالي يحقق ما يصبوا اليه صناع الإعلانات، حيث نجد ذلك واضحاً في العينة المختارة والتي ابرزت البيئة الساحرة والجذابة التي تم خلقها بواسطة برامج العرض المباشر حيث ان تناعم الحركة واللون والتكوين والاضاءة وزوايا التصوير والخامات التي تم اختيارها بشكل احترافي، نراها تكمل بعضها بعضاً ولكل عنصر دور فعال في استنطاق الصورة، وخلق الجو العام للإعلان. مع بساطة التكلفة الإنتاجية مقارنة مع النتيجة النهائية لهذا الاعلان يتضمن مواقع تصوير خارجية

ومعدات انتاج ضخمة فيما لو أردنا انتاج نفس الإعلان. من هنا تبرز أهمية هذه البرامج القادرة على تحقيق رؤية اخراجية متميزة وبتكاليف قليلة مقارنةً بالإنتاج التقليدي. جميع هذه الامكانيات وفرتها التقنية الحديثة لصقل الصورة فكانت اداة طيعه في يد فنانين الواقع الافتراضي لضبط تفاصيل ومكونات البناء الصوري حيث تم منحهم تحكم غير مسبوق في البيئة الافتراضية لإنتاج مستويات واقعية في التفاصيل والحدة، هذه التقنية اكتسحت العالم السينمائي وسنشهد ثوره الواقع الافتراضي في الافلام السينمائية، حيث سنشاهد بيئات وتكوينات لم تالفها العين من قبل.

2- يجب تحقيق التطابق في توزيع الإضاءة لكل العناصر المرئية الواقعية والرقمية داخل الكادر. ان تحقيق الصورة يعتمد على الضوء والذي يعتبر العنصر الأساس في عملية الابصار لدينا لذا فإن رسم الصورة الرقمية منها والواقعية تعتمد على الضوء وطريقة تسليطه على الموجودات داخل تكوينها. ان ذلك يعتمد على قواعد وقوانين يجب اتباعها لتحقيق ابعاد الصورة فمسقط الإضاءة وموقع مصدر الضوء وتدرج الظلال في الصورة جميعها تحدد شكل الصورة المرسومة. ففي الإعلان الذي تم انتاجه لصالح شركة (BMW) والذي يحتوي على عناصر واقعية وعناصر رقمية نجد الإضاءة تم توزيعها بشكل متوازن برغم ان الخلفية افتراضية والمكونات في مقدمة الصورة واقعية حيث ان السيارة مثبتة في مكان وسط موقع التصوير وفي الخلفية الشاشة المنحنية العملاقة التي تعرض البيئة الافتراضية المصنعة حاسوبيا وهي تتحرك فنجد حركتها من خلال حركة الاشجار والغيوم وكل المكونات الرقمية في الصورة وكأنها تسير بسرعة من خلال عرض الشاشة وانعكاس اشكالها وحركتها على سطح السيارة لتبدو وكأنها تسير بسرعة بالرغم من انها متوقفة.



ايضا نجد ان الصانع اعطوا اهتمام لطبيعة الإضاءة ومصدرها فكانت الخارجية تحت انطباع الطبيعي المنعكس على السيارة وعمته بما يتلاءم مع كثافة الاشجار في الطريق في حين نجد ان الإضاءة اختلفت مع مرور الوقت ووصول السيارة الى نقطة النهاية فكانت مائلة الى اللون الاصفر والسطوع اكثر حيث كان المكان منفتح وفيه القليل من التكوينات التي تخلف ظلال في تكوين الصورة ايضا تزامن اختلاف لون الإضاءة في بداية الاعلان ونهايته.



ففي بداية الاعلان كانت الإضاءة تميل للون الازرق تعطي احياء ببداية الصباح قبل شروق الشمس وفي نهاية الاعلان كانت صفراء تدل على شروق الشمس لتعطي احياء بالسرعة الفائقة التي تمتاز بها السيارة وممانتها وقدرة تحملها لطول الوقت، ايضا برز اختلاف الإضاءة بين الاماكن الداخلية والخارجية فكانت الإضاءة داخل السيارة دافئة لكن الإضاءة خارج السيارة ساطعة والمكونات التي في الخارج اضاءتها شديدة لتعرضها لأشعة الشمس المباشرة على العكس من اضاءة الممثل داخل السيارة الدافئة لأنه يتعرض لأضاءه منعكسه.

ان ضبط الإضاءة بما يتلاءم مع مكونات الصورة ليس بالأمر السهل لذلك تم التعامل مع المشاهد المصنعة حاسوبيا والمعروضة على الشاشة الكبيرة كأنها مناظر حقيقية على ارض الواقع فتعاملت معها الكاميرا وكأنها في بيئة واقعية من خلال احجام اللقطات وحركة الكاميرا وزوايا التصوير

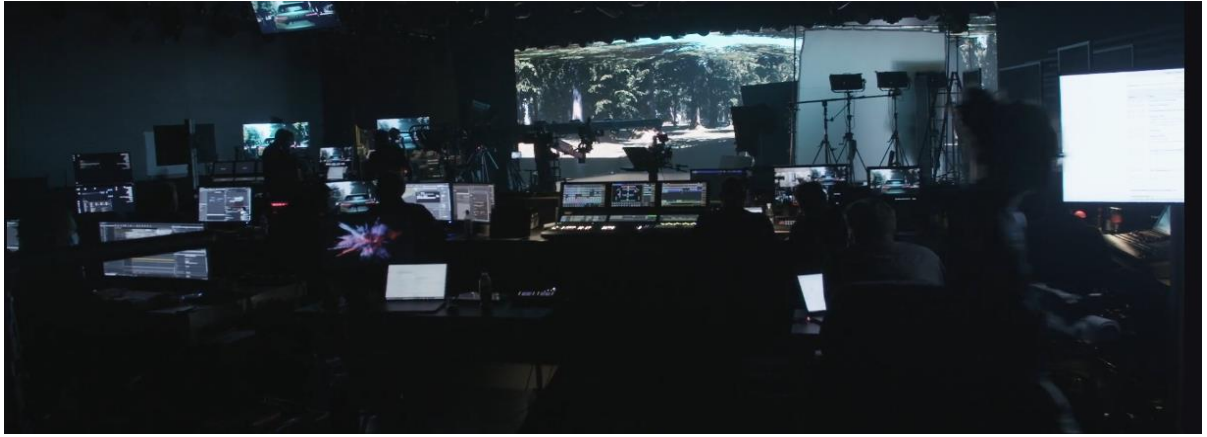


لكن عند استخدام برامج العرض المباشر يصبح العمل أكثر مرونة وسلاسة، لأننا ببساطة نجد الصورة تعرض امام جميع العاملين فيستطيع طاقم العمل ان يعرف جميع الملاحظات في الصورة

والتعديل عليها بشكل مباشر اثناء التصوير ، للحصول على نتيجة أفضل دون الحاجة الى التعديل بعد اكمال مرحلة التصوير اي في مرحلة المونتاج لذلك وفر برنامج العالم مباشر الكثير من الجهد والوقت في هذا الانتاج وجميع الانتاجات الأخرى.

3- يمكن لتقنيات العرض المباشر تحقيق التعديل المباشر للعناصر المرئية الرقمية داخل المشهد الافتراضي بشكل آني وسلس لتتلاءم العناصر المرئية الواقعية مع الخلفية الرقمية لتحقيق الرؤية الإبداعية.

توفر برامج العرض المباشر امكانية ترتيب العناصر داخل كادر الصورة وتحريكها وتعديل امكانها وذلك من خلال شاشات عرض امام العاملين في طاقم الانتاج يرون كل خلل موجود او ضعف في



الصورة سواء من ناحية توزيع العناصر او احجامها او حركتها، لذلك يقوم العاملون بالتعديل المباشر اثناء التصوير المشاهد فينتج عن ذلك ترتيب متناسق للعناصر داخل الكادر متوافق بين مقدمه الشاشة ووسطها وخلفيتها بما يتلاءم مع احجام التكوينات في مستويات الصورة الثلاث فيتحقق التوازن البصري داخل الكادر يمكن ان نلاحظ ذلك في الصورة ادناه من الاعلان حيث المعدات والشاشات وعشرات الفنيين الواقفين امام الشاشة والسيارة.ايضا توفر هذه البرامج امكانية اختيار الخامات والالوان التي تلائم الصورة والتي تظهر وتجسد الافعال بالشكل المطلوب ايضا بالتعديل المباشر وما يتبع ذلك من تعديلات على مستوى الصورة ككل يستطيع جميع العاملين اجراء التعديلات الانية كلا حسب تخصصه بما يتلاءم مع التكوين العام للصورة وما يتلاءم ايضا مع الموضوع المجسد دون الحاجة الى تكرار لقطات التصوير دون جدوى، كما توفر هذه الالية امكانه اختيار اللقطات وتحديد الزوايا وتعديل اللون وتعديل الإضاءة بشكل مباشر لذلك نجد ان الرؤية الإبداعية في الاعلان تحققت من خلال توزيع العناصر داخل الصورة بشكل متوازي حيث راعى فيه مصممون انتاج الصورة قواعد المنظور الهندسي في توزيع التكوينات داخل الصورة لتحقيق أقرب مستوى ممكن في انشاء المنظور الواقعي.

الفصل الرابع

النتائج:

- 1- تسهم تقنية العرض المباشر في توسيع المدى الابداعي في تقديم التنظيم الجديد للعناصر المرئية المعقدة لجذب انتباه المشاهد في لحظات الاعلان الاولى.
- 2- يشكل استخدام الية العرض المباشر اختزال فعال للتكاليف الانتاجية وضغط الاخطاء الانتاجية الى اقصى حد ممكن.
- 3- يعمق استخدام تقنيات العرض المباشر احساس الممثل بالأجواء الافتراضية المحيطة به للمساعدة في تعميق الواقعية في التمثيل.
- 4- تسهم تقنيات العرض المباشر في تكريس الجهود الرقمية للحصول على اللقطات الجمالية ذات متطلبات التصميم الرقمية الابداعية وبالتالي تمييز الصورة النهائية للإعلان.

الاستنتاجات

- 1- توظيف التقنيات الرقمية لا يحقق السرعة والدقة فقط وانما يقدم امكانات واسعه تخدم العملية الإبداعية بشكل كبير لتقديم صوره غير نمطية للإعلان الحديث.
- 2- امكانيه تقنيات العرض المباشر في التأثير على احساس الممثل والشعور بواقعية الاداء يَمَكِّن من تحسين تجربه الممثلين قليلي الخبرة وبالتالي تقديم وجوه جديده داخل الإعلان.
- 3- تمتلك تقنيات العرض المباشر امكانات لا متناهيه الاحتمالات لتنفيذ مختلف الانتاجات الصورية للسينما والتلفزيون.

المقترحات

- 1- دراسة عملية للمفاصل الأساسية في تقنيات العرض المباشر، وتقديم مبادئ اوليه لفهم تلك المفاصل بغية استحداثها وتقديم انتاجات صوريه حديثه من خلالها. كدراسة التصميم للبيئات الافتراضية او تصميم الإضاءة وانسجامها مع الخلفية.
- 2- دراسة المعايير المستحدثة في تقديم الصورة الحديثة للإعلان الرقمي ومدى تأثيرها على المجتمع.

التوصيات

- 1- يوصي الباحث في انشاء لجنة فنيه تُعرض عليها الانتاجات الصورية الاعلانية لرفع مستوى المستوى التقني للشكل النهائي في مخاطبه الجمهور.
- 2- استحداث اقسام عمليه لدراسة التصميم الرقمي في قسم الفنون السينمائية والتلفزيونية ووضع فترات التدريب الصيفي الاكاديمي لاكتشاف المواهب الفنية.

قائمة المصادر والمراجع

- 1- ابن منظور، لسان العرب، مج9، ط4، (بيروت: دار صادر للطباعة والنشر، 2005م)، باب الناء.
- 2- ابو طالب محمد سعيد، علم مناهج البحث، دار الحكمة لطباعة والنشر، الموصل، 1990، ص94.
- 3- احمد محمد الخطيب، طرق التصنيع والعمليات، (بغداد: مؤسسة دار الكتب للطباعة والنشر، 1981م) ص12-13.
- 4- احمد مختار، معجم اللغة العربية المعاصرة، ط1، (القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر، 2008م)، ص296.
- 5- ستيفن كولمان – كارين روس، الاعلام والجمهور، ت: صباح حسن عبد القادر، دار الفجر، مصر- القاهرة، ط1، 2012 م ، ص53



وقائع المؤتمر العلمي البحثي الدوري الثامن للباحثين من حملة الشهادات العليا
شعبة البحوث والدراسات التربوية / قسم الاعداد والتدريب وبالتعاون مع مركز
البحوث والدراسات التربوية / وزارة التربية وجامعة بغداد / كلية التربية ابن رشد
والجامعة المستنصرية – كلية التربية الاساسية والمنعقد تحت شعار
((الاستدامة ودورها في تنمية القطاع التربوي))

للمدة 2025/2/12

- 6- محمد عبد الفتاح الصيرفي ، الإعلان انواعه. مبادئه. وطرق اعداده، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، الأردن- عمان، 2013م، ص14.
- 7- وفاء جاسم محمد ، البساطة والتعقيد في بنية تصميم الإعلان الرقمي، مجلة بحوث الشرق الأوسط، ع:53، 2020م.
- المصادر الأجنبية:**

- 8- Henry Jacoowitz, Electronic Computers, 3rd , (London6 W.H Publishing, 1999), P78
- 9- Noah Kadner ,The Virtual Production Field Guide, 2021, p3
- 10- Thomas Ohanian, Digital Non Linear Editing, London, Focal Press 1993, P348.
- 11- Adverting: "Is paid ,non personal communication through various media (such as newspaper ,television , magazines)by Business firms, non profit organization and individuals --who are in some way identified as sponsors of Adverting massage " see: Academic American Encyclopedia volume 1.AAng ,New Jersey: Art publishing Company .INC. 1981.P.111.

المواقع الالكترونية:

12- الموقع الرسمي لـ Unreal Engine: <https://www.unrealengine.com/>
الملاحق

- 13- Unreal+Engine_vpfieldguide_VP-Field-Guide-V1.2.02 P3
- 14- User Guide، VIVE Mars CamTrack، 2022، p(37- 39).

The role of digital technologies for live display in the modern advertising industry

Marwa Basem Hamoudi

Ministry of Education- Education Directorate of Rsafa 2

marwaabasim@gmail.com

Abstract

The radical transformations that have taken place in the world of advertising industry to transform it from the traditional digital format to the modern digital form have made it an important station for study. Live display programs supported by advanced digital technologies have become a driving force behind the success of advertising and increased interaction with it. Therefore, the research sheds light on how the use of this modern digital technology has affected the form of advertising and thus how it affects it, as it has become a driving force for the success of advertising campaigns. Therefore, the research focuses on the essential role that digital technologies play in creating advertisements that attract attention and build strong relationships between production companies and customers. In light of the extensive studies in the field of modern digital technologies, this research came to discuss one of the most important digital technologies in terms of development and modernity. The research problem crystallized with the following question: What is the role of digital technologies for live display in the modern advertising industry? The researcher then explained the importance of this study, which is highlighted by highlighting the capabilities, technologies and applications that shorten the time of producing the advertisement and raising the technical level and presenting it to the public, which makes it more influential and effective.

Study Objective

To identify the new cinematic techniques used in the production of advertisements to approach the reality of the film industry in form and art and bring about great development in the world of advertising industry.

Research Limits The research is determined by the limits of the intentionally selected sample, which determines the time, place and subject of the study, which represents the research problem, which is an advertisement for the BMW car manufacturing company.

Defining terms:

The researcher defined an operational definition for the terms mentioned in the title, which require clarifying the researcher's intention by defining digital technologies. The researcher covered the methodological framework of the study and then proceeded with the second chapter, which is the theoretical framework and scientific basis for the research, which included two topics:

The first topic: The concept of live display techniques.

The second topic: Creative components in modern television advertising.

The researcher concluded after the detailed study with a set of indicators that are considered a standard tool in analyzing the research sample.

The researcher then reviewed the most important studies that approached the subject of her research and the most important points in common between the two studies, which are ((Simplicity and complexity in the structure of digital advertising design.) by the researcher (Wafaa Jassim Muhammad)).

Then she addressed the third chapter, which includes the research procedures, including:

Research methodology: The researcher relied on the descriptive analytical method in completing this research, which is defined as "describing what exists and includes describing the current phenomenon, its composition, operations, and prevailing conditions, recording, analyzing, and interpreting it." Research tool: These are the indicators that the researcher concluded from studying the theoretical framework.

Research sample: An advertisement for the BMW car manufacturing company, produced in 2019. As for the unit of analysis: The researcher relied on the shot or scene, which represent the techniques used to show the visual structure in the shot - the scene as a main unit of analysis, as they represent the basic structural units within the visual achievement.

Analysis: The researcher applied the standard tools to the sample and reached a set of results that she reviewed in the fourth chapter, including the most prominent:

1- The live display technique contributes to expanding the creative range in presenting the new organization of complex visual elements to attract the viewer's attention in the first moments of the advertisement.

2-Using the direct display mechanism constitutes an effective reduction of production costs and reduces production errors to the maximum possible extent. The study then concluded with a list of sources that the researcher used in the research text and an abstract in English

Keywords: Digital Technologies, Live Display.