



جامعة عباس لغرور - خنشلة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة : إعلام واتصال

تخصص سمعي بصري

الرقم التسلسلي :

تصوير ومضة إخبارية لـ

(Soundcore O20i)

مذكرة مكملّة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة : إعلام واتصال ، تخصص : سمعي بصري

تحت إشراف الأستاذة :

- د. زينة جدعون

من إعداد الطالبتين :

- سميرة كزبز

- جميلة بوزيدي

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
سهيلة دهماني	أستاذ محاضر صنف أ	رئيسا
زينة جدعون	أستاذ محاضر صنف أ	مشرفا ومقررا
غنية صوالحية	أستاذ محاضر صنف ب	ممتحنا

الموسم الجامعي 2025 / 2026

بسم الله الرحمن الرحيم

شكرو عرفان

قال الله تعالى : " لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ " (سورة إبراهيم 07)

الشكر والحمد لله سبحانه وتعالى ، فالحمد لله رب العالمين الذي هدانا ورعانا حتى وصلنا إلى ما نحن عليه ، فالحمد لله أولا وأخيرا .

ومن لم يشكر الناس لم يشكر الله ، لذا نتقدم بالشكر الجزيل

إلى أساتذة الإعلام والاتصال بقسم العلوم الإنسانية

الذين حظينا بفرصة اللقاء بهم وكذا الذين لم يسعفنا الحظ في لقاءهم

ونخص بالشكر الجزيل الأستاذة الدكتورة جدعون زينة

التي تفضلت بالإشراف على مذكرتنا ، نشكرها على توجيهاتها وكذا صبرها علينا

وكذلك نشكر كل من ساعدنا وقدم لنا العون ومد لنا يد المساعدة وزودنا بالمعلومات

والإمكانات اللازمة لإتمام هذا العمل .

إهداء

إلى كل من كان لهم الفضل الأول في مسيرتي،
إلى والدي العزيزين اطلال الله في عمرهما
إلى زوجي الغالي الذي كان سندي في كل خطوة وشاركني حلمي بصبره ودعمه
إلى أولادي وأجمل ما في حياتي وأغلى ما أملك:
ميارهبه الرحمان والين وعبد الرحمان
كنتم دافعي الأول للاستمرار والنجاح
إلى إخوتي وأصدقائي وكل من دعمني
إلى أساتذتي الكرام الذين أناروا دربي بالعلم والمعرفة
إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل
أهدي ثمرة جهدي المتواضع

إهداء

إلى روعي والدي الطاهرتين

رحمكما الله وأسكنكما فسيح جناته

كنتما دائما النور الذي يضيء دربي رغم غيابكما

إلى زوجي الغالي الذي كان سندي في كل خطوة وشاركني حلمي بصبره ودعمه

إلى أطفالي الأعزاء فراس وحاتم وحازم وقيصرو ومازن

أنتم سبب قوتي واستمراري ، ومن أجلكم تحدثت الصعاب

إلى إخوتي وأصدقائي وكل من ساندني

إلى أساتذتي الكرام الذين أناروا دربي بالعلم والمعرفة

أهدي هذا العمل حاملة في قلبي حبا لا ينتهي وامتنانا لا يوصف

راجية من الله أن يجعل هذا النجاح بداية لكل خير.

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
7	فهرس المحتويات
8	ملخص
10	تمهيد
11	التقطيع التقني
	مرحلة ما قبل الإنتاج
15	1_ تحديد الفكرة
15	2_ الفئة المستهدفة
16	3_ كتابة السيناريو
18	4_ رسم لوحة القصة
18	5_ اختيار طاقم العمل و الممثلين
19	6_ معاينة مواقع التصوير
19	7_ وضع الميزانية و الجدول الزمني
	مرحلة الإنتاج
21	1_ الديكور و الإضاءة
22	2_ تسجيل الصوت
22	3_ التصوير السينمائي
	مرحلة ما بعد الإنتاج
25	1_ المونتاج
25	2_ تصحيح الألوان
26	3_ الهندسة الصوتية و الموسيقية
26	4_ المؤثرات البصرية و الجرافيك
27	5_ المراجعة النهائية
29	الملاحق

ملخص :

تم تصوير ومضة إشهارية لسמاعة الرأس Soundcore Q20i ، وقد مررنا بعدة مراحل بدءاً من الفكرة الإبداعية وصولاً إلى التنفيذ التقني، حيث تم الاعتماد على وتقنيات الإشهار السمعي البصري، بالإضافة إلى توظيف المؤثرات الصوتية والبصرية لإحداث تأثير نفسي وجمالي قوي لدى المستهلك .

وتهدف الومضة إلى تقديم رسالة قصيرة ومكثفة وإيصال فكرة واضحة في وقت وجيز، مع التركيز على إبراز لحظة التحول التي يعيشها المستخدم عند وضع السماعة، تتمحور الفكرة الأساسية حول الانتقال من واقع عادي مليء بالضوضاء والتشتت إلى عالم خاص يتميز بالهدوء والانغماس في الموسيقى المريحة .

ويتم تجسيد هذه اللحظة من خلال استخدام تقنيات مثل التباين في الألوان والانتقال السلس بين المشاهد، والتغيير في الإيقاع الصوتي، مع إبراز خصائص سماعة الرأس كمنتج مثل جودة الصوت، العزل، الراحة والتصميم العصري.

نجاح الومضة الإشهارية يعتمد على بساطة الفكرة وقوة لحظة التحول وقدرتها على خلق ارتباط عاطفي بين المنتج والمستهلك، مما يعزز من فعالية الرسالة الإشهارية وتأثيرها .

الكلمات المفتاحية: ومضة إشهارية، Soundcore Q20i، سماعة الرأس، تصوير، منتج.

Abstract:

A promotional video for the Soundcore Q20i headphones was filmed, and we went through several stages, from the initial creative concept to the final technical execution. We relied on audiovisual advertising techniques, employing sound and visual effects to create a strong psychological and aesthetic impact on the consumer.

The video aims to deliver a short, concise message, conveying a clear idea in a short time. It focuses on highlighting the transformative moment the user experiences when putting on the headphones. The core concept revolves around the transition from a noisy, distracting reality to a private world characterized by tranquility and immersion in relaxing music. This moment is brought to life through techniques such as color contrast, seamless transitions between scenes, and changes in sound rhythm.

The video also highlights the headphones' product features, such as sound quality, noise isolation, comfort, and modern design.

The success of the promotional video depends on the simplicity of the concept, the power of the transformative moment, and its ability to create an emotional connection between the product and the consumer, thus enhancing the effectiveness and impact of the advertising message.

Keywords: advertising flash, Soundcore Q20i, headphones, photography, product.

تمهيد:

في ظل التطور التكنولوجي السريع في مختلف المجالات لا سيما الإعلام والاتصال، أصبحت أساليب التواصل ونقل المعلومات حديثة وسريعة، فقد ساهم هذا التقدم التقني في ظهور وسائل اعتمدت على الدقة والابتكار، ما أدى إلى تطور طرق عرض الأفكار والخدمات والمنتجات وبالتالي تحسين جودة المحتوى وجعله جذاباً ومؤثراً.

وقد برز الإشهار كوسيلة فعالة للتعريف بالمنتجات والخدمات والتأثير في سلوك المستهلك وإقناعه وكسب رضاه. وأساس نجاح الإشهار هو الإبداع والابتكار، حيث انتقل من الأساليب التقليدية البسيطة إلى أشكال حديثة تعتمد على الوسائط الرقمية والتفاعلية واستخدام كاميرات حديثة والذكاء الاصطناعي وتقنيات المونتاج والصوت والإضاءة وغيرها. وأصبحت الومضات الإشهارية اليوم أكثر تنوعاً وانتشاراً لاعتمادها على وسائل الإعلام الحديثة ومنصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور والتأثير فيهم وبالتالي تحقيق الأهداف المرجوة.

والتصميم الجيد يساهم في جذب الانتباه، وترسيخ الفكرة في ذهن المتلقي، وإيصال الرسالة الإشهارية بطريقة فنية ومنظمة، وبفضل تطور أدوات التصميم الرقمية. أصبح المصمم قادراً على الإبداع والابتكار وجذب المستهلك من خلال التأثير البصري. مما جعل التصميم جزءاً لا يتجزأ من عملية التواصل والإشهار في العصر الراهن.

و مما سبق فإن موضوعنا يتمثل في ومضة إشهارية لسماعة الرأس Soundcore Q20i من شركة Anker، مدتها 44 ثانية، وهو موجه بصرياً وإيقاعياً ليتناسب مع الومضات الإشهارية على منصات التواصل الاجتماعي مثل Tik Tok وReels وStories.

التقطيع التقني

التقطيع التقني:

شريط الصوت			شريط الصورة					
رقم اللقطة	مدة اللقطة	نوع اللقطة	زوايا التصوير	حركة الكاميرا	مضمون الصورة	الموسيقى الموظفة	تعليق و حوار	المؤثرات الصوتية الأخرى
1	1 ثا	عامة	عادية	ثابتة	عنوان الومضة باللغة الإنجليزية	/	Sound is live	/
2	2 ثا	عامة	عادية	ثابتة	سيارات مسرعة في الشارع	/	/	تنبيهات سيارات
3	1 ثا	عامة	عادية	ثابتة	إشارة مرور	/	/	منبهات السيارات
4	3 ثا	عامة	عادية	ثابتة	المارة في الطريق	/	/	ضجيج
5	2 ثا	عامة	عادية	ثابتة	نفق	/	/	ضجيج
6	3 ثا	مقربة	علوية	ثابتة	المنتج SoundcoreQ20i في حالة دوران	/	/	ضجيج
7	3 ثا	لقطة قريبة	علوية	ثابتة	توقف SoundcoreQ20i عن الدوران وتمسكه الممثلة بيدها .	/	/	/
8	2 ثا	لقطة مقربة جدا	زاوية مستوى العين	ثابتة	الممثلة تضع السماعة على رأسها مع خلفية ذات ألوان باهتة	/	/	صوت نبضات القلب

9	1.5 ثا	لقطة مقربة جدا	زاوية مستوى العين	ثابتة	لحظة التحول) الابتسامة وإغماض العينين و ألوان ذات حيوية	موسيقى غربية هادئة	/	/
10	2 ثا	متوسطة	زاوية مستوى العين	ثابتة	الممثلة في حالة دوران مع خلفية سوداء	موسيقى غربية هادئة	/	/
11	2 ثا	متوسطة	زاوية مستوى العين	ثابتة	الممثلة في حالة دوران مع خلفية زرقاء	موسيقى غربية هادئة	/	/
12	1.5 ثا	لقطة مقربة	عادية	ثابتة	الممثلة مبتسمة و تغمض عينيها	موسيقى غربية	/	/
		جدا				هادئة		
13	2 ثا	عامة	عادية	ثابتة	ظهور شعار المنتج Soundcore Q20i باللغة الإنجليزية	/	More than sound, a state of mind	/
14	2 ثا	عامة	عادية	ثابتة	الممثلة تمشي في الغابة و ظهرها للكاميرا و تضع السماعة على رأسها	موسيقى حماسية	/	/
15	2 ثا	عامة	عادية	ثابتة	ظهور اسم المنتج Soundcore Q20i	موسيقى حماسية	/	/
16	2 ثا	عامة	عادية	ثابتة	ظهور السماعة و خصائص البطارية بتقنية ثلاثية الأبعاد	موسيقى حماسية	/	/

مرحلة ما قبل الإنتاج

مرحلة ما قبل الإنتاج (Pre-Production)

أولا وقبل كل شيء وكخطوة أولى في إنجاز الومضة الإشهارية، قمنا بتحديد المنتج بعد التشاور مع الأستاذة المشرفة وقد ارتأينا أن يكون سماعة الرأس (Soundcore Q20i) لاستخدامه بكثرة لدى الشباب لاسيما الطلبة الجامعيين .

1_ تحديد الفكرة:

يتمثل التصور الإبداعي الأولي في مشهد يصور ضوضاء المدينة المكتضة بسياراتها، وأصوات الناس والتنبيهات، مما يولد شعورا بالانزعاج لدى الشخصية الرئيسية، يتم التعبير عن لحظة التحول عندما تضع الممثلة سماعة الرأس، تغلق عينيها بابتسامة تنم عن الراحة والاسترخاء، وتنتقل تدريجيا إلى صورة لها وهي جالسة على كرسي دوار، بينما يظهر شعار المنتج باللغة الإنجليزية. الرسالة المركزية التي تهدف هذه المرحلة إلى إيصالها هي أن سماعة الرأس ليست مجرد أداة تقنية، بل إنها وسيلة تنقل المستخدم إلى حالة ذهنية أعمق وتوفر له تجربة حسية غامرة.

2_ الفئة المستهدفة:

يعتبر تحديد الفئة المستهدفة في الومضات الاشهارية هو حجر الزاوية في نجاح أي ومضة إشهارية خصوصا إذا كان الإشهار عن سماعة الرأس (Soundcore Q20i)، ومنه فإن الفئة التي نستهدفها من هذه الومضة الاشهارية هي كل فرد يشكل الصوت جزءا جوهريا من عمله اليومي وخصوصا الشباب بصفة عامة ومهندسو الصوت (Sound engineers)، المنتجون الموسيقيون (Music producers)، صناع المحتوى (Content creators)، الرياضيون (Athletes)، المسافرين بشكل يومي (travelers).

لماذا هذه الفئات لأن أغلب هذه الفئات تحتاج إلى التركيز، الرغبة في الترفيه النوعي وكذلك حاجتهم لذلك في عملهم.

3_ كتابة السيناريو (Scriptwriting):

المدة الإجمالية : 44 ثانية

المشهد الأول : الضجيج في المدينة

المدة الزمنية : 10 ثواني

الصورة (الفيديو)

ارتأينا أن نستعمل بلقطات واسعة تعرض صخب المدينة الحديثة: حركة الناس السريعة، ازدحام السيارات، أصوات التنبيهات المزعجة، و ضجيج عام، يتم إبراز الفوضى السمعية بشكل متصاعد، و ذلك من خلال اختيار لقطات فيديو بدون رسوم ترخيص (Royalty Free Footage). بعناية من مصادر متعددة، بما يضمن تناسق الحركات والأسلوب البصري، لخلق بنية متجانسة تبرز الفكرة بشكل متكامل.

الصوت : ضجيج تنبيهات أصوات مزعجة

المشهد الثاني : ظهور المنتج (سماعة الرأس)

المدة الزمنية : 05 ثواني

الصورة (الفيديو)

في المشهد التالي يتم الانتقال إلى عرض المنتج بشكل واضح أثناء دوران مثير يجذب انتباه المشاهد، ثم تقوم الممثلة بالتقاطه فور توقفه عن الدوران.

المشهد الثالث : لحظة التحول

المدة الزمنية : 04 ثواني

الصورة (الفيديو)

يتبع ذلك مشهد يقدم الممثلة وهي تضع السماعة على رأسها، ما يرمز إلى لحظة التحول، فعند ارتداء السماعة تبدأ الشخصية في الخروج من دوامة الصخب المحيطة بها إلى حالة من الهدوء والانغماس في موسيقى مريحة، يعكس الانتقال البصري هذا التحول، حيث تبدأ الأجواء باهتة نسبياً في البداية ثم تتحول إلى ألوان زاهية وإيقاع أكثر استرخاء بعد ارتداء السماعة، مما يبرز التغيير الملحوظ على ملامح الشخصية من خلال إغماض العينين والابتسامة.

الصوت : موسيقى هادئة مريحة

المشهد الرابع : الانتقال إلى عالم هاديء ومريح

المدة الزمنية : 11 ثانية

الصورة (الفيديو)

يتطور المشهد ليظهر الممثلة وهي جالسة على كرسي دوار، مع تغييرات ديناميكية في الخلفية، في البداية تكون سوداء، ثم تكون باللون الأزرق الذي له دلالة في هذه الومضة، لتعمق الشعور بالانتقال إلى عالم هاديء ومريح، تتوج الومضة بشعار يحمل الجوهر العاطفي للمنتج: *"More than sound, a state of mind"* ليس مجرد صوت بل حالة ذهنية بمعنى أن المنتج لا يتوقف عند تقديم صوت نقي فحسب، بل يسهم في خلق حالة شعورية وذهنية تتحول بالمستخدم إلى تجربة فريدة مليئة بالراحة والسكينة.

الصوت : موسيقى هادئة

المشهد الخامس : الممثلة وسط الطبيعة

المدة الزمنية : 06 ثواني

الصورة (الفيديو)

مشهد الممثلة مرتدية السماعة وسط الطبيعة والشعور بالراحة والسكينة والهدوء.

الصوت : موسيقى حماسية

المشهد السادس : ميزات سماعة الرأس

المدة الزمنية : 08 ثواني

الصورة (الفيديو)

ثم إبراز ميزات السماعة التقنية والتصميمية ضمن اللقطة الختامية.

4- رسم لوحة القصة (Storyboard):

تمت صياغة لوحة القصة في تصميم ومضة إشهارية لسماعة الرأس (Soundcore Q20i) لتتواءم مع مراحل التصوير وتضمن سلاسة الانتقال بين المشاهد. يبدأ التصوير بتسليط الضوء على المنتج وهو يدور، في لقطة قريبة من الأعلى، بحيث يتم إبراز تفاصيل التصميم وجودة التصنيع على نحو جذاب، وعند توقف المنتج عن الدوران تظهر الممثلة تلتقط السماعة وتضعها على رأسها، تبرز الكاميرا في هذه اللحظة تغير ملامح وجهها من خلال التركيز على عينيها وابتسامتها، مما يعبر عن التحولات النفسية التي ترمز إليها الومضة، تواصل الكاميرا توثيق حركة دوران الممثلة وهي ترتدي السماعة بينما تبقى العدسة ثابتة في مواجهة مباشرة لها مع توفير إضاءة محسوبة، هذه الحركة الدائرية تعزز المعنى البصري لتحول الشخصية من حالة الضوضاء الخارجية إلى حالة من السلام الداخلي، التصوير المخطط له سيعتمد على تقنيات متقدمة باستخدام الكاميرا الرقمية، وسيتم تنفيذ اللقطات أمام خلفية سوداء، وأخرى على Green Screen، مما يتيح مرونة أكبر أثناء مرحلة المعالجة البعدية لإضافة التأثيرات البصرية و تعديل الخلفيات بدقة تثير المشاهد النهائية و تعزز تأثيرها الجمالي. بهذا التخطيط الدقيق الذي يدمج بين الصورة، الصوت، والإحساس العاطفي، يتم تحقيق رسالة إشهارية تجسد قيمة المنتج و توصلها إلى الجمهور المستهدف بأسلوب إبداعي ومدروس.

5- اختيار طاقم العمل والممثلين (Casting):

شهدت خطة تصوير ومضة إشهارية لسماعة الرأس (Soundcore Q20i) تحولا من التعددية التمثيلية إلى الوحدة الدرامية، واختيار ممثلة واحدة بناء على معايير القدرة التعبيرية العالية، لتكون قادرة على إيصال الإحساس المطلوب دون استخدام الحوار، واعتمد التصميم البصري على التضاد اللوني عبر دمج قميص أسود محايد مع حجاب ذي ألوان زاهية مستوحاة من الطبيعة، وذلك لتوجيه الانتباه البصري نحو منطقة الرأس و الأذنين (مكان تموضع المنتج)

حيث تم استبدال المخطط الأولي القائم على تصوير عدة ممثلين وتجسيد شخصيات متغيرة، يتناوب كل منهم على ارتداء السماعة، والتركيز على شخصية محورية واحدة فقط، مع إنشاء حبكة فنية متماسكة تتناسب مع طبيعة الومضة.

6- معاينة مواقع التصوير (Location Scouting):

تم تحديد موقع التصوير بدقة من خلال اختيار مكان مناسب يوفر بيئة مهيأة بالكامل، وقع الاختيار على استوديو (أوراس فوتوغراف خنشة) حيث تم الاتفاق على استئجاره مقابل مبلغ مالي محدد لفترة زمنية كافية للإنتاج. الاستوديو يضم جميع المعدات اللازمة بما في ذلك الكاميرات، أنظمة الإضاءة، خلفيات تصوير متعددة، وفريق مصورين محترفين، مما ساعد على ضمان جودة التنفيذ من الناحية التقنية.

7_ وضع الميزانية والجدول الزمني:

لم يكن ميلاد الومضة الإشهارية لسماعة الرأس (Soundcore Q20i) مجرد عملية إنتاج عابرة، بل كان موازنة دقيقة بين الطموح الفني والواقع المادي، فقد استنزفت التحضيرات جزءاً معتبراً من الميزانية المحددة، بدءاً من استقطاب العدسات المحترفة وخبرات المصورين، وصولاً إلى تأثيث الاستوديو بأنظمة إضاءة وخلفيات تليق بمستوى المنتج، ورغم أن استوديو أوراس فوتوغراف كان يمثل الوجهة المثالية بتجهيزاته المتكاملة، إلا أن حجز الاستوديو كان مقابل تكاليف باهضة.

أما الجدول الزمني فقد سار العمل وفق المراحل التالية :

_ مرحلة التأسيس: كانت البداية الأولى مطلع شهر ديسمبر 2025، حيث صبت الجهود على انتقاء المقطوعات الموسيقية والمشاهد التي ستشكل الهوية البصرية للومضة الإشهارية.

_ شراء المنتج: تم شراء سماعة الرأس (Soundcore Q20i) بتاريخ 16 ديسمبر 2025

_ بداية التصوير: جرى تصوير المشاهد الأساسية يوم 27 جانفي 2026، وبعدها تعذرت إعادة التصوير لاضافة لقطات مكملية، تم اللجوء إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي لتصميم مشاهد تظهر الممثلة وهي تمشي بسماعتها وسط الطبيعة.

_ العمل على المونتاج والموسيقى والمؤثرات انطلق يوم 2 فيفري 2026 حيث امتزجت الصورة بالصوت والمؤثرات ليسدل الستار على هذا العمل الإبداعي في حلته النهائية بتاريخ 10 مارس 2026.

مرحلة الإنتاج

مرحلة الإنتاج (Production)

تعتبر مرحلة الإنتاج من المراحل المحورية التي يتم فيها تنفيذ الجانب العملي من العمل الإبداعي، تم خلالها تصوير وتجميع العناصر البصرية التي بنيت عليها الومضة الإشهارية مع الالتزام الكامل بالتصور المسبق الذي تم تحديده في مرحلة ما قبل الإنتاج.

1- الديكور والإضاءة:

تم إعداد الموقع بما يتناسب مع الرؤية الفنية والإخراجية، حيث تناغمت عناصر الديكور والإضاءة لخلق البيئة المثالية التي تعكس التصور المطلوب وتوصل الرسالة بشكل واضح و مؤثر، تضمن الاستوديو كافة المعدات اللازمة للإضاءة، بما في ذلك الكرسي الدوار وخلفيات مهيأة وراء الممثلة، استخدمنا نوعين مختلفين من الخلفيات لتحقيق التأثير الأمثل:

_ **الخلفية الداكنة (Black Background):** استُخدمت لتركيز الانتباه البصري على العنصر البشري والمنتج، مما ساهم في تقليل التششت وتحقيق مظهر بصري يتسم بالأناقة والوضوح (Minimalism).

_ **خلفية الكروما (Green Screen):** تم توظيفها لتوفير مرونة تقنية في مرحلة ما بعد الإنتاج (Post-Production)، مما يتيح دمج خلفيات رقمية تتوافق مع الهوية البصرية للعلامة التجارية.

الإستراتيجية الضوئية والمعالجة البصرية

اعتمد التصميم الضوئي على منهجية تعزز الأبعاد الدرامية والجمالية للمشهد، وذلك من خلال:

_ **توظيف مصدر إضاءة خلفي (Backlight):** (NANLITE FORZA 30C) أثناء التصوير بهدف خلق عمق بصري و فصل واضح بين الممثلة و الخلفية، هذا الأمر ساعد في إبراز الشخصية وبث أجواء سينمائية تثري التجربة البصرية.

Projecteur 3000 كاشف إضاءة قوي تم توظيفه لتعزيز الإضاءة وإبراز تفاصيل المنتج والخلفيات والتعابير على وجه الممثلة لإبراز الحالة النفسية والعاطفية لها.

2- تسجيل الصوت :

في إطار التنفيذ التقني للومضة الإشهارية الخاص بسماعة الرأس (Soundcore Q20i)، تم الاعتماد على هاتف ذكي من طراز (iPhone 14 Pro Max) كأداة أساسية لتسجيل النص الصوتي؛ وشمل ذلك تسجيل الشعار اللفظي (Slogan) والعنوان الرئيسي للومضة الإشهارية، مع مراعاة معايير الجودة الصوتية المطلوبة في المخرجات النهائية.

3_ الرؤية الإخراجية والتصوير السينمائي (Cinematography)

تم تنفيذ الجانب البصري للومضة الإشهارية الخاصة بسماعة الرأس وفق استراتيجية فنية تهدف إلى تعزيز الصورة الذهنية لدى المستهلك وربطها بالهوية البصرية للمنتج، وقد تم الاعتماد في التنفيذ على كاميرا من طراز (Fujifilm X-T3)، مع تبني منهجية محددة في توزيع اللقطات وزوايا التصوير وحركة الكاميرا كما يلي:

1 تكوين اللقطات (ShotSelection): اعتمد التصوير على تنوع في حجوم اللقطات لخدمة الغرض الدرامي والترويجي:

_ اللقطات القريبة (Close-up) : وُظفت لإبراز التفاصيل الفيزيائية للمنتج أثناء الدوران، ورصد التفاعل الحسي (اللمس) عند التقاط السماعة.

_ اللقطات القريبة جداً (Extreme Close-up): استُخدمت لتركيز الانتباه على تعبيرات الوجه، مما يعكس الأثر الشعوري للمنتج على المستخدم.

_ اللقطات المتوسطة (Medium Shot): شملت تصوير الممثلة أثناء ارتداء السماعة، مع توظيف حركة دورانية مدروسة لتجسيد لحظة "التحول" النفسي والسمعي.

_ اللقطات التكميلية (B-roll): تم تسجيل مجموعة من المشاهد الإضافية لضمان مرونة أكبر في عملية المونتاج، مع الاكتفاء بشخصية واحدة في النسخة النهائية لتركيز الرسالة الإعلانية.

2. زوايا التصوير (Camera Angles): تم اختيار الزوايا بناءً على أبعاد سيكولوجية وجمالية

_ زاوية مستوى العين (Eye-Level Angle): استخدمت كزاوية أساسية عند تصوير الممثلة على الكرسي الدوار؛ وذلك لتعزيز الشعور بالمحاكاة والاتصال المباشر بين الشخصية والمشاهد.

_ الزاوية العلوية (High Angle): طُبقت أثناء دوران المنتج لإظهار خصائصه التصميمية وهيكله الخارجي بشكل شامل وجذاب.

3_ حركة الكاميرا وأدوات الثبات: لضمان استقرار المشهد وجودة التدفق البصري، تم الاعتماد على التصوير الثابت (Static Shots) باستخدام **Stabilisateur Trepied** حامل ثلاثي الأرجل لتثبيت الكاميرا أثناء تصوير الممثلة على الكرسي الدوار، وذلك بهدف ضمان استقرار الصورة ووضوحها، مما قلل من التشتت البصري وحافظ على تركيز المشاهد ضمن الإطار المحدد.

بالتوازي مع ذلك، تم جمع واختيار لقطات مكمل **Footage** مرئية و متقنة لدعم الحالة الذهنية و توضيح الانتقال من الجو الموحد إلى الأجواء النابضة بالحياة بعد ارتداء السماعة .

كما تم إنشاء مشهد افتراضي للممثلة في بيئة غابية بالاستعانة بالذكاء الاصطناعي **AI** ، يرمز إلى حالة "الانفصال عن الضجيج" والانسجام مع الهدوء الداخلي، وهو ما يعزز الميزة التنافسية للمنتج.

أما اللقطة الختامية (The Hero Shot) التي وضعت لتكون الختام البصري للومضة، أظهرت المنتج بجودة عالية وجعلته محور الانتباه، بلقطة ثلاثية الأبعاد 3D صُممت بدعم من أدوات الذكاء الاصطناعي، حيث خضعت لتحسينات بصرية متقدمة لإبراز البيانات التقنية الخاصة بالبطارية:

Up to 40 Hours of playtime with ANC on _

60 hours Off _

مرحلة ما بعد الإنتاج

مرحلة ما بعد الإنتاج (Post-Production)

تُعد مرحلة ما بعد الإنتاج واحدة من المراحل الأساسية والرئيسية التي يتم فيها تنفيذ الومضة الإشهارية لسماعة الرأس (Soundcore Q20i) إذ تمثل المرحلة التي تلتقي فيها الجوانب الفنية والتقنية لإنتاج النسخة النهائية للومضة الإشهارية، حيث يتم تجميع العناصر المتفرقة وصياغتها لتشكيل ومضة متكاملة من خلال عمليات المونتاج، المعالجة البصرية، وتصميم الصوت.

1- المونتاج (Editing) :

تم استخدام برنامج **DaVinci Resolve** في عملية المونتاج للومضة الإشهارية حيث قمنا أولاً بفرز المادة المصورة واختيار اللقطات المناسبة من حيث الأداء، الزوايا، والإضاءة، ومن ثم دمجها لتشكيل قصة متسلسلة وفقاً لخط زمني مدروس يحافظ على إيقاع بصري متناغم مع الموسيقى المرافقة. الهدف من ذلك هو تقديم تجربة بصرية موحدة ومتناسكة، بحيث لا تظهر الومضة كمجموعة لقطات منفصلة، بل تجربة بصرية واحدة مترابطة.

اعتمد المونتاج على القطع الإيقاعي (**Rhythmic Cutting**) ، حيث تم التنسيق بين تحول المشاهد وتغيرات الموسيقى بشكل متناغم، هذا النهج أضفى طابعاً ديناميكياً معاصراً على الومضة وعزز شعور الانغماس لدى المشاهد.

وفي المرحلة الأخيرة أجرينا التعديلات النهائية و مراجعة شاملة للعمل المصور مع الأستاذة المشرفة لضمان جودة الومضة الإشهارية وقابليتها للعرض.

2- تصحيح الألوان (Color Grading) :

تضمنت هذه الخطوة تعديل ألوان الفيديو لتحسين الجمالية البصرية وإعطاء هوية موحدة للإشهار، كان لهذا التأثير أيضاً بعداً نفسياً يعزز من الرسالة العاطفية للومضة، وقد تم تنفيذ **Color Grading** داخل برنامج **DaVinci Resolve** ، وجعل ألوان الفيديو شاحبة وباهتة نسبياً قبل ارتداء السماعة، وذلك للتعبير عن حالة بصرية وذهنية أقل حيوية.

عقب ارتداء السماعة، تغيرت الألوان لتحاكي مستوى أعلى من الحيوية والطبيعية والوضوح، مما ساهم في إبراز تأثير السماعة على الحالة النفسية والسمعية للشخصية الرئيسية، وأدى إيصال الرسالة بشكل أكثر إقناعاً.

كما تم استبدال الخلفية في بعض اللقطات باستخدام تقنية **Green Screen**، واعتماد اللون الأزرق كخلفية بصرية، وهو اختيار مقصود لأنه يعكس الهوية اللونية لشركة **Anker** ويمنح الومضة الإشهارية انسجاماً بصرياً مع العلامة التجارية.

3- الهندسة الصوتية والموسيقى (Sound Design)

تم توظيف العناصر الصوتية بشكل دقيق لتحقيق التناغم مع المحتوى البصري، تبدأ الومضة بعرض عنوان رئيسي متبوعاً بصوت ضجيج، ثم تندرج الموسيقى إلى نغمة هادئة فور ارتداء السماعة، ثم إيقاع حماسي يعزز التأثير النفسي المقصود، تمت معالجة الموسيقى بالتناغم مع مشاهد الفيديو بحيث تحاكي اللحظة المحورية حين يتم ارتداء السماعة. والتي تمثل الفكرة الأساسية للومضة.

وقد تم تصميم المسار السمعي بحيث يتكامل مع المعالجة البصرية؛ فمع لحظة ارتداء السماعة يتغير النمط الموسيقي وتتحول الحالة السمعية، وهو ما يوازي التغير الذي يحدث بصرياً في الصورة. أما العنوان والتعليق الصوتي (Voice Over) كان بصوت الممثلة نفسها نظراً لملاءمة صوته مع الرؤية الفنية للومضة الإشهارية.

4- المؤثرات البصرية (VFX) والجرافيك:

تم أيضاً إدراج النصوص التوضيحية الخاصة بميزات السماعة داخل اللقطات بطريقة داعمة للمحتوى دون أن تغطي عليه، وقد كان الهدف من هذا الإجراء الحفاظ على الطابع السينمائي للومضة مع إثرائها ببعد معلوماتي يساعد على إيصال الرسالة إلى المستهلكين بوضوح وفعالية.

اختتم الفيديو، بلقطة ثلاثية الأبعاد للمنتج لتكون الخاتمة البصرية الرسمية للومضة الإشهارية، حيث تمثل لحظة تثبيت صورة المنتج في ذهن المشاهد بعد المرور بالتجربة البصرية والسمعية الكاملة.

5- المراجعة النهائية :

بعد الانتهاء من المراحل السابقة تم عرض النسخة الأولية للومضة بشكل تجريبي على عينة متنوعة من الجمهور تضم (أطفال ، شباب ، كبار السن) بهدف تقييم مدى وضوح الفكرة وتأثيرها العاطفي وردود أفعالهم عليها، وتعد هذه الخطوة ضرورية لضمان نجاح التصميم وتجويد النسخة النهائية بما يتناسب مع توقعات المستهلك.

يمكن اعتبار هذا المشروع تجسيدا فعليا لفكرة الومضة الإشهارية الرقمية التي تركز على الإحساس والتجربة بدلا من تقديم المواصفات بشكل مباشر، هذا النهج يتماشى مع خصائص الومضات الإشهارية الحديثة المستخدمة على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة والقنوات التلفزيونية.

ومن خلال هذه الرؤية تعكس الومضة الإشهارية نموذجا عصريا في استثمار اللغة البصرية والصوتية لتسويق منتج تقني بسمات استهلاكية مميزة، فقد تم تقديم السماعة ليس فقط جهاز تقني، بل أداة تسهم في نقل المستخدم إلى حالة ذهنية فريدة.

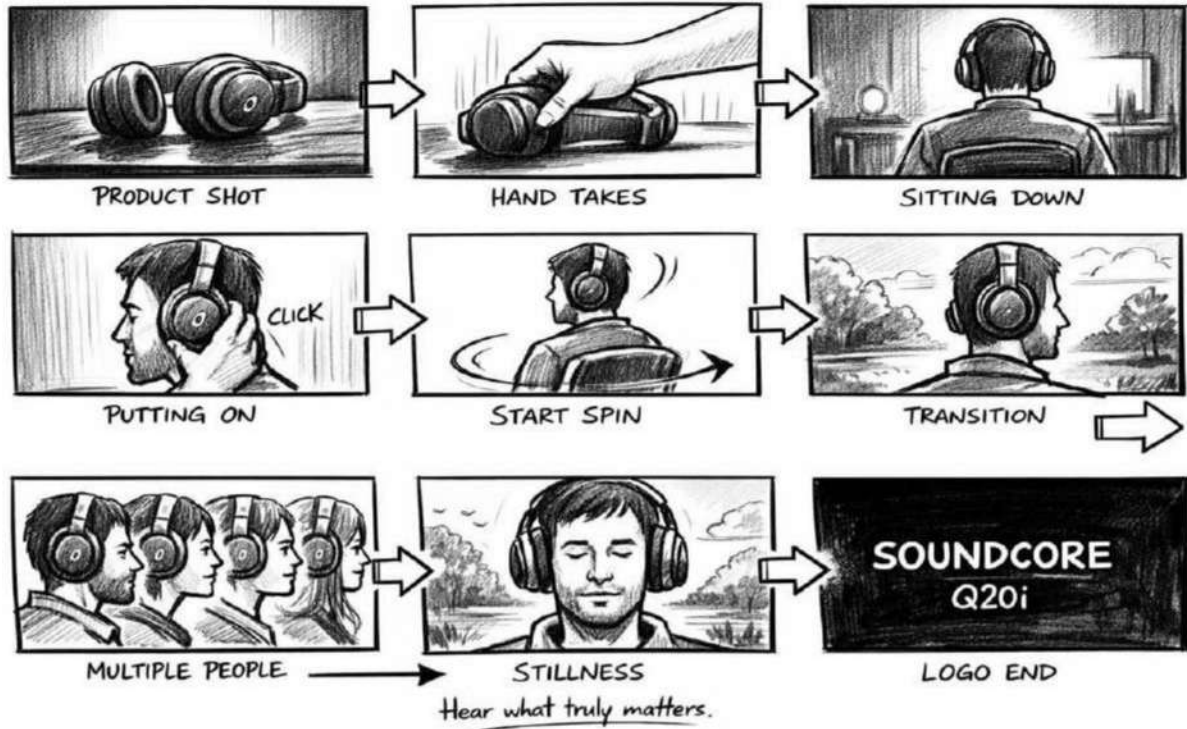
وقد تميز العمل بإنتاج ومضة إشهارية متكاملة عبر الجمع بين العناصر التالية :

- التخطيط المفاهيمي المسبق
- التصوير الواقعي في بيئة الاستوديو
- توظيف اللقطات الجاهزة
- المعالجة اللونية الدقيقة
- هندسة صوتية مبتكرة
- الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي

الملاحق

المخطط الأولي للومضة

SOUNDCORE Q20i - "Hear what truly matters."







Fujifilm X-T3 كاميرا



الممثلة: جميلة بوزيدي



صور أثناء القيام بعملية المونتاج