

أهمية توظيف فن التركيب الرقمي للمؤثرات البصرية في تصميم الإعلان التلفزيوني

أ.م. د/ محمد شريف صبري

أستاذ مساعد (متفرغ) بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان.

smrsabry90@gmail.com

أ.م. د/ نيفين محمد الرفاعي.

أستاذ مساعد بقسم الإنتاج الإعلاني - شعبة الإعلام - الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام.

Neveenrefaie2@gmail.com

م. د/ لينا عاطف عبد العزيز

مدرس بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان.

Lina_atif@yahoo.com

الباحث/ حمدي راغب سالم الدريني

رئيس قسم الجرافيك بمدينة الإنتاج الإعلامي

Hamdchee@yahoo.com**المخلص:**

يستخدم التركيب الرقمي في الوقت الحاضر على نطاق واسع في إنتاج المؤثرات البصرية (الوهم البصري)، سواء كان ذلك في برامج تلفزيونية أو إعلانات الفيديو أو الأفلام، والهدف من هذه العملية هو الجمع بين صورتين أو أكثر في صورة واحدة، بعبارة أخرى يمكن القول: إن الفكرة الأساسية وراء التركيب هي فكرة تصوير الأحداث التي لم ولن تحدث أبداً في العالم الحقيقي (تزيوير الواقع).

فالمؤثرات البصرية (VFX) هي القوة الدافعة والجمالية الاقتصادية في صناعة الإعلان التي تستخدم بشكل متزايد كأدوات للتأثير في جماهير ومشاهدي التلفزيون والإعلانات التجارية على شبكة الإنترنت، وقد تم اختراع (VFX) في نهاية القرن التاسع عشر من قبل الفرنسي جورج ميلية، الذي كان منبهراً للغاية بالمؤثرات والخدع البصرية وسرعان ما كان لديه استوديو حيث استكشف كل أنواع الطرق لخداع المشاهد وبالتالي إنشاء (VFX).

منذ الأيام الأولى للتصوير السينمائي يسعى صانعو الأفلام إلى تصوير مشاهد تجمع بين البيئة الحقيقية والتأثيرات البصرية بجودة عالية، بحيث لا يتمكن الجمهور من تحديد ما هو حقيقي وما هو الخداع السحري، ومع تقدم تكنولوجيا الكمبيوتر اليومية، هذه اللحظة تستمر تدريجياً لتصبح حقيقة واقعة، ويمكن القول إن بداية الوهم البصري كان في عام 1888، عندما طور جورج إيستمان شريطاً سينمائياً حساساً يمكنك من خلاله عرض الصورة، لذلك من الصعب أن ننسى أن الصور المتحركة الأولى هي بحد ذاتها تأثيراً خاصاً، وأول نظام ناجح لتصوير وعرض الصور المتحركة جاء في عام 1895م، عندما عرض الأخوان أوغست ولويس لوميير سينماتوغراف في باريس، ومن خلال فحص اتجاه تاريخ المؤثرات البصرية من الماضي إلى الحاضر، يمكننا أن نتخيل ما قد تنطوي عليه التأثيرات المرئية للمستقبل، إن تمثيل المستقبل عن طريق التأثيرات المرئية يوفر لنا رؤية للواقع المستقبلي، وهكذا تعمل التأثيرات البصرية كقياس للأزمة، للرؤى المعاصرة للواقع والتكنولوجيا.

يهتم هذا البحث بإعطاء لمحة عامة عن التركيب الرقمي، التي تسهم بشكل كبير في تحقيق الإبهار البصري للإعلان التلفزيوني، وتوفير أساس لخلق تأثيرات بصرية لعملية الخداع البصري للصورة المتحركة.

الكلمات المفتاحية:

التركيب الرقمي - المؤثرات البصرية - تدرج الألوان - تصحيح الألوان.