



Graphic Design and the Role of Motion Graphics in Enriching and Promoting Tourism Advertising

Bahaa Mustafa ^{1*}, Abeer Ibrahim ²

¹Technology of Multimedia and Graphic, Faculty of Computer Studies, Arab Open University, Jordan Branch, Amman, Jordan.

² Department of Graphic Design, Faculty of Architecture and Design, Al Zaytoonah University of Jordan, Amman, Jordan.

Received: 13/10/2021

Revised: 8/12/2021

Accepted: 11/1/2022

Published: 30/3/2023

* Corresponding author:

b_mustafa@aou.edu.jo

Citation: Mustafa , B. ., & Ibrahim , A. . (2023). Graphic Design and the Role of Motion Graphics in Enriching and Promoting Tourism Advertising. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 50(2), 569–581.
<https://doi.org/10.35516/hum.v50i2.4962>

Abstract

Objectives: The study aims to introduce the challenges faced by the reality of designing animated illustrations in advertising for tourism promotion in the Arab world. It explores the interest in designing animated illustrations in the Arab world and the challenges it faces, while seeking positive solutions capable of advancing the design and development of animated illustrations in the region.

Methods: This study utilizes a descriptive analytical approach, chosen for its suitability in achieving the study's objectives.

Results: The motion graphic industry is complex, requiring careful planning and decision-making on both the economic and technical fronts. It emphasizes the significance of graphic design and its role in motion graphic design, showcasing destinations in a captivating manner that sparks the tourists' desire to experience them in person. The study identifies the various steps involved in motion graphic design, including script writing, storyboarding, graphics, animation, and the creation of scenes for designing animated illustrations in tourism advertising. Furthermore, it focuses on processing these illustrations and presenting them in their final form.

Conclusions: The study highlights the necessity for designers to be proficient in all design programs, stay updated with their advancements, and be familiar with their utilization to accurately accomplish their work and enhance the quality of motion graphics design..

Keywords: Graphic design, tourism promotion, design software, Motion Graphic.

التصميم الجرافيكي ودور الرسوم التوضيحية المتحركة (Motion Graphic) في إثراء وترويج الإعلان السياحي

بهاء مصطفى^{1*}، عبير إبراهيم²

¹ قسم التصميم الجرافيكي والوسائط المتعددة، كلية تقنية المعلومات والحوسبة، الجامعة العربية المفتوحة، عمان، الأردن.

² قسم التصميم الجرافيكي، كلية العمارة والتصميم، جامعة الزيتونة الأردنية الخاصة، عمان، الأردن.

ملخص

الأهداف:- التعرف بالتحديات التي يواجهها واقع تصميم الرسوم التوضيحية المتحركة في الإعلان للترويج السياحي في الوطن العربي . الاهتمام بتصميم الرسوم التوضيحية المتحركة في الوطن العربي والتحديات التي تواجهها . إيجاد حلول إيجابية قادرة على النهوض في تصميم وتطوير الرسوم التوضيحية المتحركة في العالم العربي.

المنهجية: استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وذلك لمناسبة هذه المنهجية لتحقيق أهداف الدراسة. النتائج: إن صناعة الموشن جرافيك (Motion Graphic) ليس بالأمر البسيط وإنما نتيجة لتخطيط واتخاذ عدة قرارات سواء على المستوى الاقتصادي أو الفني وهو ليس بالأمر الهين، فهناك شركات يعمل بها العديد من المصممين لإخراج هذه الرسوم التوضيحية المتحركة لتظهر في النهاية بصورة جذابة لافتة تتمع وتناسب حاجات السائحين ومريدين السياحة أهمية التصميم الجرافيكي ودوره في تصميم الموشن جرافيك (Motion Graphic) وإظهاره بصورة رائعة تجعل السائح متشوق لكي يرى الوجهة السياحية على أرض الواقع من خلال تشويقه في التصميم والرسومات المرئية. تعرف الخطوات التي يمر بها تصميم الموشن جرافيك (Motion Graphic) من كتابة السيناريو والقصص المصورة والرسومات، والتحريك وطبيعة المشاهد التي تدور حول تصميم الرسوم التوضيحية المتحركة في الإعلان السياحي ومعالجتها وإظهارها بالشكل النهائي. تعرف البرامج المستخدمة في تصميم الإعلان السياحي مثل برنامج (Adobe After Effects) وبرنامج (Final Cut Studio) وبرنامج ال (cinema 4d) المستخدمين في تصميم الموشن جرافيك . (Motion Graphic) ، التصميم الجرافيكي ودور الرسوم التوضيحية المتحركة (Motion Graphic) في إثراء وترويج الإعلان السياحي.

الخلاصة: ضرورة معرفة المصمم في جميع برامج التصميم ومواكبة التطور الحاصل على هذه البرامج والإلمام بها وكيفية توظيفها لإنجاز عملهم بدقة بما يخدم تصميم الرسوم التوضيحية المتحركة . (Motion Graphic) . أن تقوم شركات صناعة الإعلان والمحتوى الاعلاني في عمل دورات على نحو دوري للعاملين في تصميم الرسوم التوضيحية المتحركة (Motion Graphic) وذلك لجعلهم ملمين في جميع برامج التصميم الجرافيكي التي تستخدم في تصميم وترويج الإعلان السياحي مما سوف يعكس الأثر في التصميم الفني للإعلان السياحي. الاهتمام بوجود شركات لصناعة المحتوى الرقمي لمواكبة التقنيات الحديثة المستخدمة في تصميم وترويج الإعلان السياحي لذلك يجب الاهتمام في تطوير وتمنية هذه الصناعة في وطننا العربي وتوفير الدعم المادي والتقني لها وتدريب هذه التقنيات كمساق بمعاهد وكليات التصميم.

الكلمات الدالة: الرسوم التوضيحية المتحركة (Motion Graphic)، تصميم الجرافيك، الترويج السياحي، برامج التصميم.



© 2023 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

المقدمة

عتبر السياحة أحد أهم مصادر الدخل القومي في جميع دول العالم، وهناك دور مهم للتحويل الرقمي في قطاع السياحة نتيجة التطورات والابتكارات التكنولوجية المستمرة، وتكمن أهمية هذا التحويل الرقمي في مجال السياحة في أنه قضى على الأساليب التقليدية المتبعة في تنظيم عملية السياحة حول العالم، ويعدّ من الأساليب القوية في عملية تنشيط السياحة، فهو يعطي مساحة كبيرة للتواصل مع السائحين، ويسهل عملية الوصول للمعلومات، ويقضي على الأساليب التقليدية المتبعة في عملية ترويج السياحة.

وبما أن المجال السياحي يعتمد على نحو كبير على البيانات فوجود التكنولوجيا الرقمية ساعد على النهوض بالسياحة حول العالم، فالتحويل الرقمي للسياحة يساعد على إبراز الهوية السياحية في الوطن العربي وإيصالها على نحو لائق عبر الوسائل التكنولوجية، وتبني استراتيجية تنظم السياحة وفقا للتكنولوجيا الرقمية مما يساعد على تحسين القصور والضعف السياحي، وظهور السياحة الذكية حيث إنه لا بدّ من استثمار قطاع السياحة في الفضاء الافتراضي.

فهناك عديد من الدول العربية تتمتع بالجاهزية التكنولوجية والمنصات الرقمية، فالسياحة الذكية لا تحتاج لرأس مال، وإنما تعدّ من أفضل وسائل تشجيع الاستثمار، وتنشيط المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر، التي ارتقت باقتصادات بلدان كثيرة.

صناعة السياحة في الوطن العربي

صناعة السياحة في الوطن العربي من أهم القطاعات في دعم الاقتصاد، وتعدّ ثاني أهم صناعة تصديرية، وأصبحت صناعة السياحة الأكثر نموًا وتطوّرًا من بين العديد من المجالات، الأمر الذي يتطلب إيجاد أساليب عملية حديثة في الترويج السياحي. فقد وُجد أن السياحة والإنسان يتأثران على نحو كبير بالصورة المرئية والمتحركة، وهذا يدل على وجود ترابط كبير بين السياحة ومفهوم الصورة، فالصورة تعدّ من ركائز دعم السياحة، وتساهم في تقريب البعيد وتقريب المشهد للمشاهد، وهناك أهمية كبيرة في استخدام طرق تسويقية مبتكرة وحديثة للترويج للسياحة، وضرورة مواكبة التحوّل التكنولوجي، خاصة في ما يتعلق في مواقع التواصل الاجتماعي والتقنيات الحديثة في الإعلان من خلال البرامج والتقنيات الجرافيكية الرقمية الحديثة في عصر العولمة الذي نعيشه، ونشهد تطوره المستمر، ومن ضمنها الرسوم التوضيحية المتحركة وهو ما يعرف بتقنية الـ (Motion Graphic) وهو أحد مجالات التصميم والمونتاج، وتعتمد فكرة الموشن جرافيك الـ (Motion Graphic) على تجميع مجموعة من الصور مع بعضها بعضًا، والتعديل عليها بواسطة أحد برامج المونتاج من أجل إضافة المؤثرات الصوتية والبصرية، فالأمر كله معتمد على تحريك الكلمات أو الصور، فكل ذلك يعدّ موشن جرافيك الـ (Motion Graphic)، فمجال الموشن جرافيك الـ (Motion Graphic) لا يقتصر على برنامج الأفتر إفكت (Adobe After Effect) بل يعتمد على مجموعة من البرامج الأخرى الخاصة بتعديل الصور، وإضافة المؤثرات، ولكن يبقى برنامج الأفتر إفكت هو البرنامج الأكثر احترافية، والذي يعتمد عليه كثير من المصممين المختصين في مجال الرسوم التوضيحية المتحركة، وهو ما يعرف بتقنية الـ (motion graphic). لذلك فإن إخراج الصورة سواء أكانت ثابتة أم متحركة على نحو مثالي عن طريق برامج التحرير المختلفة يساهم في لفت انتباه السائح إلى المناطق السياحية، وبذلك يعدّ من أهم مقومات نجاح عملية الجذب السياحي، وتحفيز السياحة، وتسهيل رؤية السائح للمعالم السياحية في الوطن العربي، واختيار وجهته بكل سهولة (عبد العزيز، 2008).

مشكلة الدراسة:

تمثلت مشكلة البحث في ضعف الاهتمام في تصميم الرسوم التوضيحية المتحركة في الإعلان للترويج السياحي للمدن السياحية في الوطن العربي، وعدم الاهتمام في الرسوم التوضيحية المتحركة العربية وقلتها في العالم العربي، والمعوقات التي تواجه واقع استخدام الرسوم التوضيحية المتحركة في ترويج الإعلان السياحي.

أهداف الدراسة: يهدف هذا البحث إلى:

- التعرف بالتحديات التي يواجهها واقع تصميم الرسوم التوضيحية المتحركة في الإعلان للترويج السياحي في الوطن العربي.
- الاهتمام بتصميم الرسوم التوضيحية المتحركة في الوطن العربي، والتحديات التي تواجهها.
- إيجاد حلول إيجابية قادرة على النهوض في تصميم وتطوير الرسوم التوضيحية المتحركة في العالم العربي.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث في التعرف بدور التصميم الجرافيكي وبرامجه في الرسوم التوضيحية المتحركة، ودور هذه البرامج في إبراز القيم الجمالية والفنية في تصميم هذه الرسوم وتنفيذها، والوقوف على الجوانب الإبداعية والتقنيات المستخدمة في تطوير وتصميم الرسوم التوضيحية المتحركة، ودورها المؤثر في الترويج للإعلان السياحي في الوطن العربي.

فروض الدراسة:

- نقاط الضعف التي تواجه عملية تصميم الرسوم التوضيحية المتحركة.
- التطور الحديث والسريع لبرامج التصميم الجرافيكي ودورها في إثراء تصميم الرسوم التوضيحية المتحركة.
- حدود الدراسة: الوطن العربي.

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها:

التصميم الجرافيكي (فن الاتصالات البصرية): هو نهج إبداعي يقوم به مصمم أو مجموعة من المصممين، ويشير مصطلح تصميم الجرافيك إلى عدد من التخصصات الفنية والمهنية التي تركز على الاتصالات المرئية وطرق عرضها، وتستخدم أساليب متنوعة لإنشاء الرموز والصور، أو الكلمات والجمع بينها، لخلق تمثيل مرئي للأفكار والرسائل الإعلانية.

(Motion Graphic): إن ترجمة المصطلح تعني الرسوم التوضيحية المتحركة، فهو ببساطة عرض مبسط للصور والرسوم لإيصال المعلومة بصورة أسهل.

(Adobe after Effect): هو البرنامج الذي يقوم بتجميع مجموعة من الصور، وإضافة بعض التعديلات، مثل إضافة المؤثرات الصوتية والبصرية، لإيصال الهدف والفكرة من الفيديو.

القصص المصورة (Comics): هي تمثيل لتسلسل لقطات مشاهد الفيديو واحدًا تلو الآخر، حيث يجري تقسيمها إلى عدد من اللوحات، وكل لوحة تصف المشهد بصريًا.

(Cinema 4D): هو البرنامج الأقوى في تصميم الأشكال ثلاثية الأبعاد، والأشهر في العالم، وهو برنامج رسومات ثلاثية الأبعاد ذو خصائص متقدمة من إنتاج شركة (Maxon) الألمانية.

الدراسات السابقة:

يوجد عدد من الدراسات في هذا الموضوع، لكنها دراسات محدودة، الأمر الذي جعل المكتبات تحتاج لمثل هذه الدراسات الحيوية، ومن أهمها:

1. دراسة بوسعيد (2016) حول توظيف الرسوم المتحركة في الإعلان التسويقي في أوروبا وأمريكا في القرن العشرين، وأظهرت نتائج الدراسة تمتع الكاريكاتير بقدرات غير عادية في نقل الفكاهة والسخرية بعد جديد غير اعتيادي للرسوم التوضيحية استفادت منه وكالات الإعلان بإغناء الإعلانات المطبوعة، وكذلك أثر استخدام الرسوم بالإعلان في المنتجات إيجابيًا على عمق المتلقي في معالجة المعلومات الإعلانية.

٢- دراسة غسان أبو طرابا (1994) وهدفت لتعريف دور الرسوم المتحركة في الاتصالات البصرية.

نلاحظ أن الدراسات السابقة تحدثت عن علاقة الرسوم المتحركة بواحد على الأقل من الفنون الأخرى، وهذا ما يؤكد ارتباط فن الرسوم المتحركة بباقي الفنون، وهي الفكرة الرئيسية التي انطلقت منها هذه الدراسة، لكن أي من تلك الدراسات لم تعر انتباهها للجانب العملي للرسوم المتحركة، وهو التوظيف الراقي لهذا الفن بهدف إحراز تطور في إثراء وترويج الإعلان السياحي من خلال التصميم الجرافيكي، ودور الرسوم التوضيحية المتحركة (Motion Graphic)، وهذا ما تطمح إلى توضيحه هذه الدراسة.

الإطار النظري:

أهمية الترويج السياحي من خلال البرامج الجرافيكية والتقنيات الحديثة:

تكمن أهمية الترويج السياحي في قدرته الكبيرة في عملية جذب السائح وحثه على زيارة المكان الذي جرى الترويج له، ونظرًا إلى تطور التكنولوجيا والتقنيات الرقمية الحديثة أصبحت الدعاية والترويج للأماكن السياحية أكثر سهولة ويسر، وأدى تطور التصميم الجرافيكي وبرامجه لتطور التكنولوجيا، مما يساهم في استخدام البرامج المختصة في عملية الإعلان والترويج السياحي، وحث السائح على زيارة المكان الذي يجري الترويج له من خلالها.

ويعدّ الترويج السياحي الرقمي إحدى الأدوات التسويقية الفعالة، كونها تمتاز بقدرة عالية على تحقيق الأهداف، وبأقل تكلفة ممكنة من الوسائل التقليدية الأخرى، بالإضافة إلى أن الرسوم التوضيحية المتحركة (Motion Graphic) ذات قدرة أكبر على اختراق الحدود والوصول إلى السائح في بلدان بعيدة، قد يكلف الوصول إليها بالطرق التقليدية وقتًا وجهدًا ومالًا، بالإضافة إلى أنه يصل لفئة عمرية عريضة، قد لا يصل إليها الترويج عبر الوسائل التقليدية، مما يساعد على تعزيز وضع السياحة وزيادة أعداد السياح القادمين، وزيادة عائداتهم بنسب عالية. مما يساعد في إثراء حركة السياحة في الوطن العربي من خلال التعريف بالمقومات المميزة والمعالم السياحية الفريدة التي يمتاز به العديد من المعالم في الوطن العربي، مما يساهم في دعم وتطوير القطاع السياحي وازدهاره (أبو رحمة، 2001).

تُحدث البرامج الجرافيكية والتقنيات الرقمية الحديثة وطرق العرض المختلفة تحولًا شاملاً في الطريقة التي يعمل بها قطاع السياحة. وتوفر

التقنيات الرقمية إمكانية الوصول إلى أي مكان بالعالم، وتتيح لمقدمي الخدمات تعزيز تطوير قطاع السياحة ومعايير التنافسية من خلال الرسوم التوضيحية المتحركة، وبمقدور العديد من البلدان منخفضة الدخل الاستفادة - على الأرجح - من هذا التحول الرقمي، الذي أحدث نقلة نوعية في القطاع السياحي، خاصة في الطريقة التي يستعد بها الأشخاص لرحلاتهم، سواء في الداخل أو الخارج وفي أسلوب وطريقة تمضيتهما. وأدى استخدام العديد من التقنيات إلى عرض تجارب سياحية أكثر جاذبية وكفاءة وشمولاً، واقتصادياً واجتماعياً وبيئياً مستداماً من سابقتها، وتيسير الابتكار. وتساهم التقنيات الجديدة في تمهيد الطريق أمام ممارسات جديدة، ووسائل جديدة ومبدعة لجذب السائحين والحفاظ عليهم. واستحداث طرق ترويج مبتكرة تجذب السائحين وحاجاتهم الشخصية على نحو مباشر (العيثاوي، 2004).

إنَّ التقنيات الرقمية الحديثة أيضًا ارتبطت بصورة وثيقة بالبيئة الطبيعية، وساهمت في الحد من المخلفات، فالتحول الرقمي في مجال الترويج والإعلان - على سبيل المثال - قد نتج عنه انخفاض كبير في استخدام الطرق التقليدية كالورق والكتيبات السياحية.

الرسوم التوضيحية المتحركة (Motion Graphic) ودورها في ترويج الإعلان السياحي:

يشهد العالم نموا هائلا في التسويق الرقمي، ومن ضمنها الفيديوهات، حيث تعدّ وسيلة جذابة وممتعة تستخدم حول العالم من قبل الأشخاص الذين ربما يسافرون، ولكن يبحثون عن معلومات مثيرة تهمهم وضعت بطريقة لافتة للنظر.

وكثيرة هي المعوقات والهموم التي تثقل كاهل السياحة في وطننا العربي، وتأخذ حيزاً كبيراً في فضاء السياحة، أهم القطاعات الاقتصادية التي تستدعي الاهتمام والرعاية كونه من الممكن أن يشكل مصدر دخل للبلد بأكمله، والإعلان في جوانبه المختلفة من الوسائل الهامة الذي يهدف إلى لفت انتباه الناس، وتعميق ثقافتهم، وإبراز مفهوم السياحة، والارتقاء بواقعها، من هنا يبرز دور الإعلان السياحي الكبير في مجالات التعريف بالسياحة وعناصرها ومزاياها ومواقعها من خلال وسائل الترويج الإعلاني المختلفة والمتنوعة بالوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية والمعارض والأفلام والمطبوعات والنشرات والدوريات وغيرها. وما للإعلان السياحي من أثر إيجابي في الترويج السياحي، وبقدر ما هناك حاجة ملحة لدوره الفعال في عملية التنمية السياحية بقدر ما هناك حاجة ماسة للاستثمار ووسائله كافة، وخاصة الإعلان المرئي، إذ إنه من خلال وسائل الإعلان المختلفة يستقي الفرد معلوماته، والتي تصله عادة في شكل إخباري عن حقائق ومعلومات سياحية يهتم بها السائح، لذا فإنَّ من الأهمية بمكان وجود مناخ إعلامي قائم على استراتيجية مدروسة يسهم في وضع أسس متينة للإعلان السياحي المؤثر، والذي لا تزال تفتقر إليه صناعة السياحة في بلادنا. كما ينبغي أن يكون إعلاناً سياحياً مؤثراً قادراً على التأثير والإقناع، ويعمل جنباً إلى جنب مع جهود القائمين على تطوير السياحة من أجل رسم ملامح سياحية متطورة أكثر إشراقاً من أي وقت مضى في تاريخ السياحة في الوطن العربي (مقابله، 2001).

الفرق بين الرسوم المتحركة والموشن جرافيك:

ال (Motion Graphics): هي رسوم توضيحية متحركة وهي نوع من أنواع الرسوم المتحركة (Animation)؛ حيث أن Animation (هو مصطلح شامل لكل مجالات الرسوم المتحركة بما فيها ال (Motion Graphics) يعدّ الانيميشن عموماً تمثيل مرئي لقصة مع شخصيات ورموز. عبارة عن سلسلة من الإطارات التي تعطي وهم الحركة في مشهد ما.

الرسوم المتحركة (Animation): هو عبارة عن مشهد رسومي كامل يشمل العديد من العناصر مثل الشخصيات الكرتونية، الصور الثنائية البعد، الصور ثلاثية البعد ثم تحريكها بطريقة معينة، ويعرف التحريك علي انه خداع بصري.

الموشن جرافيك (Motion Graphics): هو رسوم تتحرك بطريقة ديناميكية يمكن ان تكون هذه الرسوم شعار او نصوص او اشكال أو صور يجري متابعتها وإضافة بعض المؤثرات لها وإخراجها علي هيئة فيديو ويكثر استخدام هذا النوع في الإعلانات التلفزيونية والسوشال ميديا من قبل شركات الإعلان.

الرسوم التوضيحية المتحركة (Motion Graphic) تعدّ من الوسائل الإعلانية المبتكرة بحيث تصل إلى الفئات المستهدفة على نحو مباشر، وبفاعلية أكبر من الوسائل التقليدية، وخصوصاً أن هذه الرسوم التوضيحية المتحركة (Motion Graphic) توفر التفاعلية بين المادة الإعلانية والسائح، والتي تشكل أهمّ عنصر يسعى إليه المعلنون من خلال حملاتهم الترويجية السياحية.

يجري بث هذه الرسوم على العديد من الشاشات، وبين الفواصل الإعلانية التلفزيونية، ومنصات مواقع التواصل الاجتماعي حيث تجري عملية الترويج على نحو أكبر للمادة الإعلانية، لذا من المهم تقديم مادة تشكل الانطباعات الأولى لدى السائح عن طبيعة البلد الذي سيقوم بزيارته ومناطقها السياحية وتقديمها عبر وسائل الإعلام المختلفة.

وتزداد أهمية الرسوم التوضيحية المتحركة (Motion Graphic) على نحو كبير في مجال الترويج السياحي عن طريق ابتكار محتوى جذاب ومؤثر، وتعدّ الفيديوهات التي تحتوي على التصميم والرسوم المتحركة الأكثر مشاهدة وتأثيراً ومتعة وبساطة على شاشات التلفزيون، ووسائل التواصل الاجتماعي، وبرامج تبادل الرسائل والمحادثات عبر الهواتف الذكية.

هنالك العديد من الإعلانات العصرية على الإنترنت مميزة وجذابة، ومهرة من الوهلة الأولى، وقد تدفع شخصاً ما لإنفاق أمواله لاقتناء منتج

معين، وربما يكون بحاجته، هذا هو سحر الموشن جرافيك (Motion graphics)، فهو عالم خلاب يمتزج فيه إبداع الخطوط والرسوم مع فن تحريك الصور والألوان. ويتميز الموشن جرافيك (Motion graphics) في انخفاض تكلفة إنتاجه، وبسرعة إنجازه، وسرعة انتشاره، وحجم تأثيره الواسع في الجمهور (تقروت، 2013).

الموشن جرافيك (Motion graphics) ما بين الماضي والحاضر:

استخدم الإنسان منذ العصور القديمة الرموز والصور والكلمات للتعبير عن حاجاته أو الوضع الاقتصادي والسياسي والاجتماعي الذين يعيشون فيه، فتجد على جدران الأماكن الأثرية من قصور ومقابر وغيرها الكثير من الرموز والرسومات والكلمات بمختلف اللغات. وإن أكثر ما قد يجذب الانتباه هو تسلسل الأفكار على طول الحائط المرسوم عليه هذه الرموز والصور، فلو قمنا بوضع هذه الرسومات والرموز والكلمات المتعلقة ببعضها بعضاً كافة في قالب واحد داخل فيديو وتحريكها ستجد أنها تُعبّر عن فكرة معينة مترابطة، وكأنها صُنعت لتيتم تحريكها وإيصال فكرة معينة تعكس الواقع آنذاك (Sito & Tom, 2015).

فاستخدام الإنسان القديم للرموز للإعلان عن أمر معين، والتعبير عن حالته وحالة بلده أو عائلته لا يختلف كثيراً عما نستخدمه الآن في العصر الحديث، فاستخدامنا للرموز والصور والكلمات للإعلان عن شركتنا وعلامتنا التجارية وأنفسنا مازال موجوداً، مع تأكيد استخدام طرق جديدة لتجميع كل هذه الصور والأفكار والرموز في قالب واحد عن طريق ما يعرف بالموشن جرافيك (Motion Graphics).

إن ترجمة مصطلح ال (Motion Graphic) تعني الرسوم التوضيحية المتحركة، فهو ببساطة عرض مبسط للصور والرسوم لإيصال المعلومة بصورة أسهل، فالموشن جرافيك (Motion Graphic) يجمع ما بين التصميم والمونتاج حيث يجري من خلال أحد برامج التصميم الجرافيكي الخاصة بالمونتاج، مثل برنامج (Adobe After Effect) الذي يقوم بتجميع مجموعة من الصور وإضافة بعض التعديلات، مثل إضافة المؤثرات الصوتية والبصرية لإيصال الهدف والفكرة من الفيديو حيث إن الأمر كله يعتمد على فكرة التحريك، سواء تحريك للكلمات، أو الصور، أو الأصوات، ويعتمد على فكرة تحويل المعلومات والبيانات المملة إلى صور متحركة جذابة قادرة على جذب المشاهد من خلالها (Betancourt, 2013).

أصبح الموشن جرافيك (Motion Graphic) في عصرنا الحالي أحد أهم وسائل الإعلان والتسويق حيث نجد غالبية الشركات والمؤسسات والأفراد يعتمدون عليه، وينفقون أموالاً ليست بالقليلة للحصول على فيديو جذاب يعرض الفكرة التي يريدونها، ويوصل رسالتهم بكل سهولة، كي يعرضوه على مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من الوسائل الإعلامية.

وبعد وسيلة مضمونة في عملية الترويج السياحي، وذلك لقدرته على جذب انتباه الجميع، والتكلفة صغيرة مقارنةً بوسائل التسويق التقليدية، مثل اللافتات و الإعلانات التلفزيونية، وأكثر لفتاً للنظر من الصور الثابتة، وتستطيع حتى إيصال معلومات أكثر من خلالها، ولفت انتباه المتلقي لفترة أطول (Viel, 2008).

مجالات الموشن جرافيك (Motion Graphic):

يمكن للموشن جرافيك أن يتكون من رسوم مسطحة أو ما يُطلق عليها (flat)، أو رسوم ثنائية الأبعاد (2D) أو ثلاثية الأبعاد (3D) أو بعض الصور ومقاطع الفيديو. وتعدّ الرسوم المسطحة وثنائية الأبعاد (3D) هي أكثر المجالات استخداماً. كما يتضمن الموشن جرافيك (Motion Graphic) عدداً من الخطوط والأشكال الهندسية وغيرها من الأمور التي من شأنها أن توضح الفكرة التي يريد المصمم إيصالها، وتعدد استخدامات الموشن جرافيك (Motion Graphic) من إعلانات ترويجية تنتشر على القنوات التلفزيونية أو وسائل التواصل الاجتماعي أو الأفلام التعليمية وغيرها من الاستخدامات المختلفة.

قوة فيديو الموشن جرافيك (Motion Graphic) في الترويج السياحي:

الموشن جرافيك (Motion Graphic) أصبح جزءاً لا يتجزأ من التسويق الرقمي، فإنه يجمع رسالة معينة ومحتوى بصرياً جذاباً، مما يسمح بتوصيل الرسالة بصورة أسرع وأوضح مما يجعله مهماً وحيوياً وجودة شكل مرئي من البيانات التي يجري تقديمها بطريقة السرد، ويسمح للسائح أن يفهموا المعلومات في فترة قصيرة من الزمن بسهولة وبطريقة بسيطة. وبشكل عام، فمعظم مقاطع الموشن جرافيك (Motion Graphic) التي تجمع بين محتوى مثير للاهتمام والصور المذهلة والموسيقى أو أسلوب السرد تعزز كثيراً من الفهم واستيعاب المعلومات التي يريد المصمم إيصالها إلى السائح.

المراحل الرئيسية لتصميم الموشن جرافيك (Motion Graphic): تتمثل المراحل الرئيسية لتصميم الموشن جرافيك (Motion Graphic) في المراحل الآتية:

المرحلة الأولى: مرحلة ما قبل الإنتاج:

وهي مرحلة التحضير للفيديو، فهي المرحلة المعنية بتحديد كثير من الأمور التي سوف يستند الفيديو عليها، مثل قائمة من الإجراءات الآتية:

- تحديد الهدف الأولي للفيديو.
- تحديد الجمهور المستهدف الرئيسي للفيديو.

- تحديد الرسالة الأساسية التي ترغب في تقديمها.
- تدوين العناوين الرئيسية والأفكار للعملية الخاصة بك.
- اختيار الأساليب والاتجاهات التي سوف يجري العمل عليها في جوانب الفيديو، مثل الرسوم التوضيحية، والألوان، ولغة ونغمة الحوار، والأصوات وغيرها.

المرحلة الثانية: مرحلة الإنتاج: مرحلة الإنتاج هي مرحلة خلق الفيديو نفسه بعد جمع وتحديد المعلومات والأفكار كلها حول الموضوع الذي يتناوله، وهي المرحلة التي تستغرق وقتًا طويلاً، لأنها تمرّ بالخطوات الرئيسية لعمل الفيديو، كالآتي:

كتابة السيناريو: كتابة سيناريو الفيديو بناءً على الهدف، وجوهر الرسالة والأفكار الرئيسية الذي جرى تحديدها من قبل، وكلّما كان السيناريو أقصر كان الفيديو أفضل، وكان عدد مشاهدته أكبر، وكتابة السيناريو ومعرفة كيفية مخاطبة الجمهور من خلاله، ثم اختيار الصوت واللغة والأداء الذي يناسب الفيديو الذي جرى تصميمه بحيث يوصل الرسالة الإعلانية التي صمم من أجلها (Bartel, 2010).

الرسومات: بعد الانتهاء من الرسومات المصورة ننتقل بعد ذلك إلى بث روح الحياة فيها، وهذه مهمة الرسوم التوضيحية، وتتمّ عملية تصميم الرسوم التوضيحية بناءً على النمط البصري الذي جرى اختياره على نحو مسبق للفيديو.

القصص المصورة (Comics): هي تمثيل لتسلسل لقطات مشاهد الفيديو واحداً تلو الآخر، حيث يجري تقسيمها إلى عدد من لوحات، وكل لوحة تصف المشهد بصرياً ويمكن أيضاً إضافة الملاحظات إلى كل لوحة أو الجزء الخاص بها من السيناريو. ومن ثم تنظيم العمل عن طريق اختيار الألوان الجذابة، واختيار الحجم الذي يتناسب مع الفيديو، ثم اختيار أبعاد الفيديو حتى يخرج الفيديو على نحو عالي الجودة، وتطبيق النمط اللوني المختار على الرسومات التوضيحية كافة.

الصوتيات: يعدّ الصوت العامل المهم في إعطاء الفيديو أو الرسوم المتحركة الحياة، لذا يجب الاهتمام بالأداء والمؤثرات الصوتية الخاصة بالفيديو، والالتزام بهذه النقاط، لكي تكون المقاطع الصوتية أو الخلفية الموسيقية مناسبة للفيديو. واختيار أصوات مسموعة وخالية من الضوضاء أو الضجيج. والابتعاد عن الأصوات الهادئة المبالغ فيها إلا إذا كان سيناريو الفيديو يحتاج إلى ذلك، واختيار نغمة صوتية مناسبة للفيديو.

التحريك: هي المرحلة النهائية في تحريك الفيديو حيث يجري تحديد مدة الحركة بناءً على الرسوم التوضيحية للمشاهد بالإضافة إلى مدة الملف الصوتي، وبعد الانتهاء من تصميم السطوري بورد يجري تصدير المشاهد إلى أحد برامج الموشن جرافيك (Motion Graphic)، وبعد ذلك يجري تحريك العناصر الخاصة بكل مشهد على حدة، ومع كل مشهد يجري وضع جزئية الصوت الخاص به، حتى تجري ملاءمة الصوت والصورة معاً، وبعد ذلك يجري تجميع المشاهد سوياً وتصديرها (Blazer, 2016).

المرحلة الثالثة: مرحلة ما بعد الإنتاج:

إطلاق الفيديو للجمهور، ولكن يجب التأكد ممّا إذا كان بالفعل يؤدي هدفه أم لا، ويقوم بتوصيل رسالته أم لا، ويتفاعل معه الجمهور، حيث إن جميع هذه المعلومات ستكون بيانات مرجعية للعمل المستقبلي، تصدير الفيديو بأكثر من صيغة مناسبة حسب أسلوب وطريقة النشر (Miller, 2007).

مميزات توظيف الموشن جرافيك (Motion Graphic) في ترويج الإعلان السياحي:

- ١- توصيل المعلومات الممثلة بصرياً بصورة أكثر وضوحاً وأكثر مباشرة، ممّا يساعد على توصيل الرسالة الإعلانية بوضوح.
- ٢- الوصول إلى جمهور أكبر من المتلقين المحتملين، سواء على شاشات التلفزيون أو منصات التواصل الاجتماعي.
- ٣- يعرض أكبر كم من المعلومات والبيانات الممثلة بصرياً، والتي تحمل مضمون الرسالة الإعلانية في مدة زمنية تتجاوز الـ ٣٠ ثانية، ويتم تكرارها ممّا يسهل من عملية إدراك وإقناع المتلقي للرسالة الإعلانية.
- ٤- القدرة على عرض المعلومات الممثلة بصرياً بطريقة قوية ومؤثرة.
- ٥- يمكن استخدام عناصر إبداعية أكثر ثراءً في التصميم الحركة، والعناصر الإبداعية المختلفة، والمعلومات والبيانات الممثلة بصرياً.

برامج التصميم الجرافيكي المستخدمة في الموشن جرافيك (Motion Graphic):

- برنامج (Adobe After Effects): من أشهر برامج التصميم الجرافيكي الرائدة المستخدمة في مجال الموشن جرافيك (Motion Graphic) برنامج (Adobe After Effects)، وهو برنامج مؤثرات بصرية رقمية ورسوم متحركة من شركة أدوبي، يُستخدم في تحرير الفيديو وصناعة المؤثرات البصرية والفواصل المتحركة المستخدمة في البرامج والإعلانات التلفزيونية بالإضافة إلى استخدامه في مرحلة ما بعد الإنتاج السينمائي والتلفزيوني. ويتميز أفتر إفكتس بأنه برنامج يعتمد نظام الطبقات في التحرير، فلكل عنصر (صورة، فيديو، صوت) طبقة الخاصة التي تخول المستخدم التعديل عليها على نحو منفرد، كما أنه يتيح للمستخدم تحرير وتحريك ودمج العناصر والمواد الفنية في المحيط ثنائي وثلاثي الأبعاد الذي يسمح للمصمم بإنشاء وتعديل الرسومات.

وهو من البرامج الرائدة في مجال الرسوم المتحركة والتركيب الإبداعي والمؤثرات المرئية، ويتميز في نظام التركيب للطبقات والأدوات المساعدة، وكذلك فلاتر إضاءة الكاميرات وتوزيع الزمن، تحريك الصور والفيديو في أبعاد ثنائية (2D) وثلاثية (3D)، وإعداد الموشن جرافيك والخدع السينمائية، وتصميم وصناعة الفيديوهاات الرقمية والأفلام، بالإضافة إلى العمل مع الطبقات، واستخدام الرسوم المتحركة للنصوص، وإنشاء عناوين رسوم متحركة ديناميكية.

مميزات برنامج (Adobe After Effects) في الموشن جرافيك (Motion Graphic):

- 1- تحريك الرسومات (motion graphics): من أقوى الخصائص التي يتميز بها برنامج الأفتر إفكتس قدرته على عمل الأنيميشن (Animation) وتحريك الرسومات بطرق متنوعة جداً وجميلة، بحيث تعطي أفقاً مذهلة في تحريك الأشكال وإعطائها حياة.
- 2- التأثيرات والتلاعب اللوني: يتميز البرنامج بقائمة ضخمة من المؤثرات المتنوعة والتي تعطي خيارات متنوعة في التحكم في ألوان وخواص وأشكال الصور والفيديوهاات.
- 3- تكوين الفيديوهاات (composition): يعدّ من أقوى برامج تكوين (composition) وهو يختلف عن برامج المونتاج الأخرى مثل أدوبي بريمر وايدوبوس وغيرها، هذا البرنامج يعطي إمكانية العمل على المشاهد بكل التقنيات، حيث يستطيع المصمم استخدام البرنامج في قص أي جزء من الفيديو والتعديل عليه، مثل برنامج الفوتوشوب (photoshop)، وتحريك الرسومات بعد تصميمها ببرنامج اليستريتور (Adobe Illustrator)، Meyer (2014).

- برنامج (Final Cut Studio): هو من أهم برامج المونتاج على نظام الماك من إنتاج شركة أبل العالمية، ولذلك هو مقتصر على أجهزة أبل فقط، ممّا يجعل عملية تعلّمه صعبة بالنسبة لمن يمتلكون أنظمة التشغيل (ويندوز)، ولكنه برنامج احترافي جداً، ويستخدمه أغلب المحترفين في إنتاج الفيديوهاات، ويوجد منه نسختان، وهو يعدّ المنافس الأقوى لبرنامج (Adobe After Effects) في مجال الموشن جرافيك (Motion Graphic). وهو من أفضل برامج تعديل الفيديوهاات خصوصاً الميزات التي يأتي بها، والتي تمكّن المنتجين، لإظهار قدراتهم وإمكانياتهم الاحترافية في المحتوى الذي ينتجونه. ولعل التحديث الجديد الذي أطلق مؤخراً على هذا البرنامج سيعطي المستخدمين إمكانيات جديدة في عالم الواقع الافتراضي، خصوصاً عندما يتعلق الأمر بالمواد الرقمية ذات (360) درجة، حيث تتوفر أدوات متقدمة لتدريج الألوان، ودعم فيديوهاات النطاق الديناميكي العالي (HDR). ويستطيع المصممون بسهولة إضافة عناوين ثنائية (2D)، أو ثلاثية الأبعاد (3D) على مدار (360) درجة، وإضافة الإضاءة وتأثيرات أخرى، واستخدام أدوات التحكم المرئية لتعديل استقامة الأفق، وإزالة تجهيزات التصوير من الفيديوهاات متساوية المستويات. كما يمكن إضافة صور قياسية إلى مشروعات الواقع الافتراضي، ويمكن مشاركة الفيديوهاات على مدار (360) درجة مباشرة على المواقع الرائجة مثل (YouTube) و (Facebook) و (Vimeo).

ويحتوي أيضاً على أدوات قوية للتدريج الاحترافي للألوان، حيث تتوفر دوائر ألوان فريدة، تشمل أدوات مدمجة للتحكم في تدرج الألوان والتشبع والسطوع. وتسمح منحنيات الألوان بتعديلات فائقة الدقة في الألوان مع نقاط تحكم متعددة لاستهداف نطاقات ألوان معينة، بينما توفر أدوات التقطير للمستخدمين إمكانية تجربة عينات من ألوان معينة، وضبط توازن اللون الأبيض على نحو يدوي.

وتوفر أدوات لتحرير الفيديو، وأدوات لتحرير الصوت في برنامج واحد، وتوفير فلاتر ومؤثرات بصرية وسمعية لكل منهما، وبأحدث أنظمة الفيديو والصوت، ممّا يوفر بيئة متكاملة لإنتاج الرسوم التوضيحية المتحركة (Motion Graphic) سهولة إنشاء العديد من مسارات الفيديو ومسارات الصوت، وإدراج مقاطع الفيديو والصوت بمستويات جودة مختلفة داخل المشروع الواحد توفر أنماط متعددة في كتابة وتنسيق وتحريك النصوص، وإمكانية المزج والتركيب بين المسارات.

وبتتيح للمصممين إنشاء رسومات عناوين متحركة معقدة وقوالب رسوم متحركة يمكن إعادة توقيتها لتلائم أي تسلسل في أي مشروع مفتوح، وتعديل قوالب الرسوم المتحركة المصنوعة في أفتر إفكتس. فمعظم خصائص قوالب الرسوم المتحركة ستكون قابلة للتعديل بدون الحاجة إلى تثبيت أفتر إفكتس.

ويوفر البرنامج مجموعة أدوات في مجالات التركيب والحركة والرسومات الإضافية إلى الترتيب المكاني للسطوح البصرية بما في ذلك تقاطع السطوح، وكذلك كثير من المعالجة للتأثيرات البصرية التي تتبع نموذج يشبه الصوت، مع إمكانية دمج مئات المقاطع من الفيديو، لجعلها فيديو واحد وكذلك الأمر بالنسبة لدمج الصوتيات شريحة واسعة من المؤثرات التي تجعل من الفيديو البسيط عمل احترافي، كما يدعم التحريك ثلاثي الأبعاد (Osder). 2016.

- برنامج (Cinema 4d): هو برنامج رسومات ثلاثية الأبعاد (3D) ذو خصائص متقدمة من إنتاج شركة (Maxon) الألمانية، وبإمكان البرنامج النمذجة والتحريك والإضاءة والإكساء والإخراج، وللبرنامج استخدامات في مجال ال (Motion Graphic) الجرافيك ثلاثي الأبعاد (3D) والألعاب وأيضاً. وهو يعدّ من أقوى برامج (Motion Graphic) ثلاثي الأبعاد (3D)، ويشتهر بتكامله مع البرنامج الشهير (Adobe After Effects)، وهناك إضافة خاصة بالسينما فور دي تسمى (Cinemaware)، تقوم بعمل تكامل بين البرنامجين، بحيث نستطيع استيراد المشروعات من السينما فوردي (Cinema 4d) إلى الأفتري إفكت (Adobe After Effects) بكل سهولة، ويوفر برنامج السينما فور دي (Cinema 4d) خواص وتقنيات مختلفة في التحريك. ويعدّ برنامج (Cinema 4D) الأقوى في تصميم الأشكال ثلاثية الأبعاد والأشهر في العالم، وهو برنامج رسومات ثلاثية الأبعاد ذو خصائص متقدمة من إنتاج شركة (Maxon) الألمانية، وبإمكان سينما فور دي النمذجة (Modeling)، والتحريك، والإضاءة (Lighting) والإكساء (Texturing)، والإخراج (Rendering)، وتصميم شخصيات الألعاب الإلكترونية، وهو برنامج لعمل نمذجة وتصاميم ثلاثية الأبعاد وإكساءها وتحريكها. وهو شبيه ببرنامج (3D max) و برنامج (Maya)، وبهذا البرنامج يمكن تصميم أي شيء دون قيود، وبه مميزات عديدة. ولكن هناك مميزات أخرى هامة جعلت منه برنامجاً يراقب عن كثب من قبل ذوي الاختصاص الجرافيكي في العالم نظراً إلى سهولته وقوته في عمليات النمذجة. ويتميز برنامج (Cinema 4D) بعدة امتيازات تجعله البرنامج المحبب والأول لكل مَنْ يفكر بدخول عالم ال (3D)، ومن ضمن هذه المميزات سهولة التعامل مع واجهة البرنامج العديد من الأدوات القوية التي تساعد على إنجاز التصميم بسهولة النمذجة، ولا يحتاج إلى إمكانيات وموارد قوية، لكي يعمل بفاعلية وإمكانية الوصول إلى الواقعية عن طريق الرندر المتقدم الخصائص (Advanced Render) وأيضاً الرندر الفيزيائي (Physical Render). ويمتلك البرنامج احترافية عالية في تصميم الشعر والملابس والأقمشة، فهو برنامج عملاق في ال (Motion) Graphics ويحتوي أيضاً على خاصية (Auto Keying) وهي خاصية مهمة جداً في إنجاز عملية التحريك أو ال (Animation) من أسرع البرامج في (Render) على الإطلاق مقارنة بغيره من برامج الرسوم الثلاثية الأبعاد (D3) (Jackson, 2014).

أمثلة من بعض أعمال الموشن جرافيك (Motion Graphic) في الإعلانات السياحية: كما في الشكل (١)، (٢)، (٣)، (٤)، (٥)، (٦)، (٧).



الشكل 1: يوضح عمل الموشن جرافيك (Motion Graphic) لشركة سياحية



الشكل 2: يوضح عمل الموشن جرافيك (Motion Graphic) لشركة سياحية



الشكل 3: يوضح عمل الموشن جرافيك (Motion Graphic) لشركة سياحية



الشكل (٤): يوضح عمل الموشن جرافيك (Motion Graphic) لشركة سياحية



الشكل 5: يوضح عمل الموشن جرافيك (Motion Graphic) لشركة سياحية



الشكل 6: يوضح عمل الموشن جرافيك (Motion Graphic) لشركة سياحية



الشكل 7: يوضح عمل الموشن جرافيك (Motion Graphic) لشركة سياحية

السياحة والتحول الرقمي في ترويج الإعلان السياحي:

أدى التطور الرقمي إلى إبراز الهوية السياحية العربية في الوطن العربي، وإيصالها على نحو لائق عبر الوسائل الرقمية الحديثة، وتبني استراتيجية تنظم السياحة في العالم العربي، وذلك وفقاً للتكنولوجيا الرقمية من خلال السياحة الذكية المتمثلة في إدخال أدوات وتطبيقات مختلفة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى أماكن الجذب السياحية. ولذلك سميت بالأدوات السياحية الذكية، والتي أصبحت المفتاح لمعظم الأدوات والمواقع السياحية في صناعة السياحة للواجهات السياحية المتحضرة والمتطورة.

لذلك السياحة الرقمية تتطلب المعرفة والإدراك بالمعلومات السياحية، مثل المقومات السياحية، والاقتصادية، والفعاليات، ومشاركة السياح من أجل الحصول على المعلومات السياحية في الوقت المناسب والمكان المناسب، عن طريق استخدام تقنيات الترويج السياحية والمتمثلة في الإعلان المرئي والمسموع والمقروء، وصولاً إلى المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي التي كان لها دور كبير في انتشار وتطور السياحة الرقمية في هذه السرعة. الأمر الذي يساعد في رفع كفاءة هذه الأماكن وجذب أعداد أكبر من السياح، وإبراز المقومات السياحية، مما يؤدي إلى تشجيع الاستثمار والاستدامة السياحية.

أصبحت وسائل الترويج الرقمية أداة فعالة للتوعية بالسياحة المستدامة وللتفاعل الواعي مع رواد منصات التواصل الاجتماعية، وبالتالي فالإعلان السياحي صفة لازمة ومحورية للصناعة السياحية، كذلك بقدر ما للإعلان السياحي المرئي من أثر إيجابي في الترويج السياحي، وبقدر ما هناك حاجة ملحة لدوره الفعال في عملية التنمية السياحية بقدر ما هناك حاجة ماسة للاستثمار في وسائله كافة. وخاصة الإعلان المرئي، إذ من خلال وسائل الإعلام المختلفة يستقي الفرد معلوماته، والتي تصله عادة في شكل إخباري عن حقائق ومعلومات سياحية يهتم بها السائح، وتدفع شركات السياحة مقابل مادي عن الأخبار السياحية ذات الطابع الإعلاني عن برامجها السياحية، أو قد ما يهتم جمهور الوسيلة الإعلامية السياحية وبشكل مباشر.

تنجح الحملة الإعلامية وترتكز على مقدار الثقة أو القرب أو التخصص لوسيلة الإعلان لدى السائح واهتماماتها بالنشاط السياحي، وينظر السائح إلى المعلومات المنشورة التي جرى تصميمها بواسطة الموشن جرافيك (Motion Graphic) في شكل إعلان على أنها حقائق كاملة الصدق، وليس إعلاناً مدفوع الأجر، حيث إن الهدف منه الترويج للسياحة، وتعريف السائحين بأبرز المقومات والأماكن السياحية في بلد السياحة، خاصة وأن الإعلان السياحي لا تتحكم جهة معينة في صياغته المنشورة أو في محتواه اللفظي أو في مجمله أو شكله أو أماكن نشره، بل يقوم بصياغته وتنفيذه مصممو الموشن جرافيك (Motion Graphic) من أجل تحقيق أكبر قدر ممكن من السياحة والترويج المستدامة للأماكن السياحية في الوطن العربي. على الرغم من أن الوطن العربي يتمتع بالجاهزية التكنولوجية والمنصات الرقمية، وبصفته محط أنظار العديد من الشركات السياحية إلا أن خطوات إدماج القطاع السياحي فيه بات خجولاً، ولم يصل إلى مرحلة النضج، بما يؤثر في الحصة السوقية في مجال صناعة السياحة. كما لم تصل إلى مرحلة النضج في تطوير السياحة الرقمية التي تجعل السائح في أي دولة في العالم يتجه إلى الدول العربية كوجهة سياحية أولى إلا إذا قمنا في إيجاد خطط تجذب السائح، مع ضمان مصداقية العروض المقدمة عبر المنصات المرئية سواء أكانت الإعلانات التلفزيونية أم منصات مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لتعزيز الثقة بين السائح وما يجري تقديمه وفقاً للعروض المطروحة عبر هذه التقنيات الرقمية الحديثة.

المصادر والمراجع

- أبو رحمة، مروان. (2001). *تسويق الخدمات السياحية*، عمان: دار البركة، ص 12.
- أبو طرابية، غسان. (1994). *دور الرسوم المتحركة في الاتصالات البصرية*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان.
- بو سعيد، رشا. (2016). *توظيف الرسوم المتحركة في الإعلان التسويقي في أوروبا وأمريكا في القرن العشرين*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمشق.
- عبد العزيز، ماهر. (2008). *صناعة السياحة*، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، ص 7.
- العيثاوي، طارق. (2004). *الترويج السياحي عبر الإنترنت*، بيروت: دار المواسم للطباعة، ص 21.
- محمد، تقروت. (2013). *وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها في صناعة السياحة*، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ص 31.
- مقابله، خالد. (2001). *التسويق السياحي الحديث*، طبعة 1، عمان: دار وائل للنشر، ص 15.
- مايكل بيتانكورت (2013)، تاريخ الرسوم المتحركة، الولايات المتحدة الأمريكية، وايلد سايد برس. ص 2.
- مارفن بارنل (2010)، التكوين والتصميم، الولايات المتحدة الأمريكية، مطبعة كانساس، ص 11.
- ميلر، كارولين. (2007)، الحكى الرقمي، الولايات المتحدة الأمريكية، الصحافة البؤرية، ص 94.
- تريش ماير (2014)، إنشاء رسومات متحركة باستخدام After Effects، الولايات المتحدة الأمريكية، Focal Press، ص 44.

اوسدر، جاييسون. (2016). *Final Cut Pro Workflow*. Wild side Press، ص 33
سيتو، توم (2015). الانتقال إلى الابتكار: تاريخ الرسوم المتحركة بالكمبيوتر. كامبريدج، ماساتشوستس: مطبعة معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا. ص. 172
فيل، شارلوت. (2008)، التصميم الجرافيكي المعاصر، الولايات المتحدة الأمريكية، Taskin Press. ص 11.

References

- Bartel, M. (2010). *Composition and Design*. USA: Kansas press.
Betancourt, M. (2013). *The History of Motion Graphics*. USA: Wild side Press.
Blazer, L. (2016). *Animated Storytelling*. USA: peach pit Press.
Jackson, Ch. (2014). *3D Motion Graphics and Visual Effects Using CINEWARE*. Global Press.
Meyer, T. (2014). *Creating Motion Graphics with After Effects*. USA: Focal Press.
Miller, C. (2007). *Digital storytelling*. USA: Focal press.
Osder, J. (2016). *Final Cut Pro Workflows*. Wild side Press.
Sito, T. (2015). *Moving Innovation: A History of Computer Animation*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
Viel, Ch. (2008). *Contemporary Graphic Design*. USA: Taskin Press. 1