

مقاطع الفيديو المتحركة لحملة التوعية الصحية وتأثيرها على الوعي الصحي

Animated videos for health awareness campaigns and their impact on health consciousness

د / رانيا وجدى عبد الله محمود

استاذ مساعد جامعة الإسكندرية – كلية الفنون الجميلة – قسم التصميمات المطبوعة - تخصص رسوم النشر والكتاب

ملخص البحث

كلمات دالة

رسوم متحركة – رسوم
التوعية الصحية - حملات
التوعية الصحية- فيديو
التوعية الصحية.
Animated graphics,
Health awareness
graphics, Health
awareness
campaigns, Health
awareness video

في ظل العديد من التحديات التي تعرض لها العالم اجمع اثر تعرضه لجائحة كورونا المستجد 2019 و التي كان و مازال لها العديد من الآثار الفادحة علي كافة المستويات الصحية و النفسية و الاقتصادية علي كل الشعوب. مما تطلب سعي منظمة الصحة العالمية WHO والحكومات والكيانات الصحية ببذل الجهود في نشر الوعي الصحي والمعرفي والثقافي لدي الشعوب. واصدرت هذه الكيانات العديد من افلام التوعية التي كان لها دور في رفع الوعي الصحي بين الشعوب. وظهر جليا للعالم اهمية رسوم الوعي الصحي في سرعة تناقل المعلومات وتبسيطها للتتناسب مع كافة المستويات العمرية والثقافية سواء كانت معلومات عن الفيروس وطرق انتشاره وطرق الوقاية وكيفية التعامل مع المرضى لتجنب العدوي ... وغير ذلك، يلقي هذا البحث الضوء حول دور رسوم التوعية الصحية المتحركة، في خلق الوعي الصحي والوقائي وأهميتها من الناحية الجمالية والوظيفية والوقوف على اسس تصميم حملات التوعية الصحية التي تحمل مقومات النجاح وتؤتي بثمار ايجابية من خلال رصد للحملات التي قدمت من الجهات المعنية بشئون الصحة و التوعية و التنقيف ، عالميا واقليميا ومحليا وتحليل محتواها، من الناحية التصميمية والجمالية والوظيفية والوقوف على اهم النقاط التي اعتمدت عليها تلك الحملات لجذب المشاهد ورفع الوعي الصحي.

Paper received September 2, 2024, Accepted December 6, 2024, Published on line January 1, 2025

تخاطب الثقافات والمستويات المعرفية المتعددة وكيفية قياس مدي نجاحها . واهميتها من الناحية الجمالية و الوظيفية من خلال.

- 1- رصد للحملات التي قدمتها منظمة الصحة العالمية و غيرها من الجهات المعنية بشئون الصحة عالميا و اقليميا ومحليا وتحليل محتواها و من الناحية التصميمية و الجمالية و الوظيفية والوقوف علي اهم النقاط التي اعتمدت عليها تلك الحملات لجذب المشاهد و رفع الوعي الصحي .
- 2- كذلك بيان دور الفنان في الاسهام في مواجهه المشكلات الصحية و التأثير ايجابا في نشر الوعي الصحي و الثقافي لدي الافراد .

عرفت كل من منظمة الصحة العالمية ووزارة الصحة بالتابعة التوعية الصحية علي انها أنشطة مكملة لخدمات الرعاية الصحية الإنسانية في المنشآت و الهيئات الصحية بهدف بلوغ الفئات التي تعاني نقص في الخدمات .

كما عرفت الصحة : بشكل عام سنة 2016 علي انها حالة كاملة في الرفاهية الجسدية و العقلية و الاجتماعية و ليس مجرد غياب المرض او العجز . (Amir Chapel: (2016)

وكلمة توعية في المعجم الجامع: هي اسم مصدر الفعل "وعى " أي جعلهم يدركون حقائق الأمور. ووعي فلانا أي نصحه وحمله علي إدراك موضوع من المواضيع. كما عرف التوعية الصحية علي انها مجموعة من الأنشطة والاجراءات التعليمية والاعلامية التي تقدم للمواطنين المعلومات السليمة حول حمايتهم لأنفسهم ولذويهم من الأمراض وتحذيرهم من المخاطر وبالتالي تربية افراد المجتمع علي القيم الصحية بالإضافة الي الوقاية. فالغاية من التوعية الصحية تحسين الصحة العامة علي مستوي الفرد والمجتمع ومحاولة خفض نسب حدوث الأمراض والاعاقات والوفيات وتحسين سبل الحياة للفرد والمجتمع.

و بشكل عام تعرف حملات التوعية: علي انها احدي و سائل التغيير الإستراتيجية في المجتمعات، اذا لا تكتمل اية خطة تنمية تضعها دولة او مؤسسة ما لم تكن حملات التوعية جزءا اساسيا من هذه الخطة و اداه فاعلة من ادواتها.

1-اهمية حملات التوعية الاتي:

المقدمة Introduction

يمثل فايروس كورونا المستجد تحديا عالميا لأنظمة الرعاية الصحية والناس في جميع انحاء العالم اجمع. حيث استطاع في فترات وجيزة من التمكن و الانتشار و شل حركة العالم في فترات زمنية كانت الاصعب علي كل الشعوب من حيث الحالة النفسية و الصحية و الاقتصادية ، ووجهت العديد من الجهات الصحية و علي رأسهم منظمة الصحة العالمية WHO سبل الكفاح المشترك ضد الوباء علي كافة الاصعدة العلمية و الوقائية و لعل من اهمها تعزيز سبل الوقاية و حماية الذات و الاخرين ، من خلال الالتزام بمفاهيم السلامة و النظافة و تعزيز دور التدابير الوقائية التي اصبحت تحديا و امرا هاما بين جميع الثقافات الانسانية. مما ادي بطبيعة الحال لظهور العديد من حملات التوعية الصحية سواء من خلال منظمة الصحة العالمية او وزارات الصحة او ما يتبعهم من جهات ومؤسسات تساعد في نشر الوعي الصحي و المعرفي لدي الافراد . ومع تعدد وسائل الإعلام و التواصل الاجتماعي وتطبيقات الانترنت المتنوعة (Face book – You tube- My space- Twitter) (الخ) و التي لم تكن فقط جهة نشر او الاطلاع علي معلومات بل اصبحت وسيلة امام المستخدم تجعله ليس فقط مستفيد من المعلومة بل مصدر مولد للمعلومات وابداء الراي حيث وفرت العديد من هذه الوسائل مجموعات لمناقشة الطب و تبادل الخبرات خارج المصادر الرسمية لتقديم هذه المعلومات الصحية و الوقائية ، فهي كانت و مازالت بمثابة سلاح ذو حدين .

الاول : كونها وسائل سريعة لتوافر و تداول المعلومات و الافكار بسهولة ،دون قيود ملزمة في بعض الاحيان .

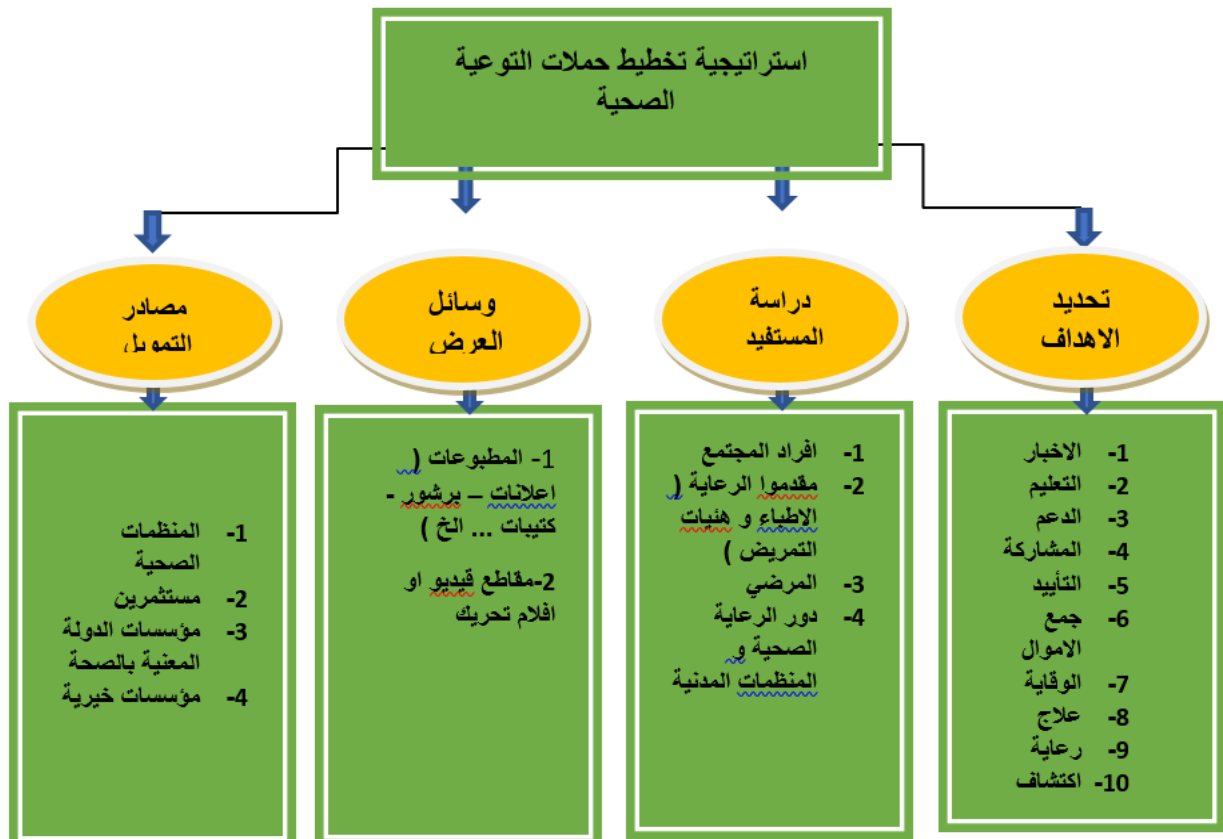
الثاني : كونها مصدر قد يكون ايجابي في نشر و عي صحي صحيح او مصدر سلبي يقف عائق دون ذلك .

ولكي تكتمل منظومة الوعي داخل و سائل الاعلام لا نستطيع ان ننكر الدور البارز الذي تلعبه الرسوم سواء كانت ثابتة او متحركة في تعزيز هذا الوعي .

يلقي هذا البحث الضوء حول دور رسوم التوعية الصحية المتحركة والعناصر الجرافيكية في خلق الوعي الصحي و الوقائي من انتشار الوبئة و كيفية تصميم حملات توعية تتناسب مع الفئات العمرية و

- بناء الاتجاهات الصحية السوية .
 - ترسيخ السلوك الصحي السليم و تغيير الخاطئ إلى سلوك صحي صحيح .
- 1.1- إستراتيجيات بناء حملات التوعية :**
- تسعي الجهات المعنية بإقامة حملات التوعية بشكل دائم لخلق الوعي عن طريق كافة السبل التي تتيح تواصل المجتمع بشكل جيد و كيفية الوصول لجمهور اوسع و مجموعات و فئات متنوعة و الوصول بشكل ملح الي الأشخاص اللذين لا يسعون عن قصد للحصول علي المعلومات للتوعية . فيساعد بشكل اساسي نحو دعم المجتمع و إستراتيجيات مواجهة الأزمات و دعم الاحداث و يوضح الشكل رقم (1) استراتيجية التخطيط التي يجب ان يتم تحديدها منذ البدء للتخطيط لحملات التوعية الصحية .

- قدرتها المتزايدة على الدخول في مختلف المجالات وشتى الميادين الصحية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية وغيرها
 - الاضطراب المستمر والمتزايد في وسائلها وتنوع ادواتها وتطور الياتها.
 - اسهام الجمهور المتلقي في تنفيذها كعنصر رئيسي و ليس كعامل ثانوي، باعتبار انها تستلزم وجود عمل جماعيا جبارا.
- اما اذا اقتصر الامر علي مجالات التوعية الصحية فيمكن ان تحدد اهداف هذه الحملات في الاتي :**
- نشر المفاهيم و المعارف الصحية السليمة في المجتمع .
 - تمكين الناس من تحديد مشكلاتهم الصحية و احتياجاتهم .
 - مساعدة الناس في حل مشكلاتهم الصحية باستخدام ابسط الامكانيات المتاحة.



شكل رقم (1) يوضح استراتيجية تخطيط حملة توعية جيدة

يرتبط نجاح الحملة علي مدي قرب شخصيتها من المجموعة المستهدفة ، يجب و ضع دراسة و تصور واضح للمجموعة الموجه لها الحملة من خلال جوانب متعددة (نمط الحياة - المعتقدات و القيم والعادات - تركيب الشخصية و المشاعر...) ، من المهم جذب انتباه كل فرد و اثارة عاطفته بقوة نحو رسالة الحملة ، مع الحرص دائما علي ابقاء رسالة الحملة ايجابية بالاشارة الي كيف يمكن ان يؤدي اجراء بسيط الي احداث تأثير مذهل . فمن المؤكد ان السلوك السلبي يشعل مشاعر الجمهور و لكن يحتوي علي مخاطر اكبر لازعاج الناس مما قد يتسبب في عدم قبول التوجيه . يجب ان نكون حريصين علي ان تشجع الحملة الجمهور و تكون قريبة من سلوك المجتمع و تبعث الامل و التعبير الايجابي ليساعدهم علي تحسسين الاوضاع للافضل و تقبل التغيير .

4.1.1 تحديد وسائل العرض و التسويق :

من المهم اعتماد استراتيجيات تعتمد علي قنوات إعلامية متعددة و الاستفادة بالتساوي من خلال العرض علي الوسائط

ولكي نستطيع تخطيط و ادارة حملات التوعية الصحية يمكن تحديد بعض الخطوات الاساسية لانشاء حملات توعية صحية ناجحة :

1.1.1 تحديد المفاهيم :

التي تشمل رسالة الحملة و الافكار الاساسية التي نتبناها و كلما كانت جاذبة و منطقية و واضحة و محددة تصب بشكل مباشر نحو المشكلة الصحية و تتمحور كل عناصر التصميم نحو ابراز و تحقيق الحلول المستهدفة ساعد ذلك علي تحفيز المشاركة و الاتصال الجيد من خلالها .

2.1.1 تحديد الاهداف :

ان معرفة الاهداف حتي قبل الوصول فكرة كاملة لحملة التوعية امر ضروري لان تحديد الاهداف يسلمد علي طرق السبل الصحيحة و الممكنة للوصول لها و تجعل هناك مرونة في تغيير الخطط و تطويرها و تساعد علي ان تكون قادر علي التنبؤ بوضوح بما يجب ان تفعله حملاتك في مجملها .

3.1.1 تحديد الجمهور المستهدف :

بلغت الانتباه للقصة أو الغرض التوجيهي لزيادة الوعي و سرعه التأثير.

3- جعل التصميم و الرسوم ملانمه للعرض من خلال أكثر من وسيط و تطبيقات متنوعه للتيسير من فكره تداولها ووصولها لأكبر كم عددي ممكن من الأفراد و التأثير فيهم.

4- تسويق الأفكار بشكل جيد ومميز حتى إن كانت موجهه من مؤسسات ليس لها غرض ربحي

2-عناصر التصميم الجرافيكي لمقاطع الفيديو المتحرك بحملات التوعية الصحية

يشمل التصميم البصري لحملات التوعية العديد من العناصر الهامة التي من خلالها يبرز دور الفنان المصمم في توصيل الافكار والمعلومات بشكل يتماشى مع موضوع الحملة ويساعد في توصيل الرسالة للجمهور بطرق واضحة وبسيطة مباشره دون تشويش وبنهج ايجابي يهدف لتغيير السلوك ولعل من اهم هذه العناصر ما يلي (الخطوط والمساحات والرسوم التوضيحية والنصوص واللون وكذلك تظهر تأثيرات الحركة والمؤثرات البصرية والسمعية كعناصر هامة في الفيديو التوعوي المتحرك)

يعد اللون أحد العناصر البصرية الهامة لحملة التوعية، حيث يشكل الجمال والجاذبية تحديًا خاصًا. فتتكون مشاعر المستخدمين الأولية حاسمة، حيث يتخذ المستخدمون قرارهم بالاستمرار في المشاهدة أو لا خلال الثواني القليلة الأولى من التفاعل. وأظهرت الدراسات أن الانطباعات الأولى للمشاهدين تتكون في حوالي 50 ميلي ثانية وتبدو ثابتة مع مرور الوقت. تسمح هذه الانطباعات بتكوين انطباع جمالي عن التصميم مما يؤثر على استمرارية المتابعة والانجذاب والتفاعل. فالألوان تتمتع بالقدرة على التأثير على إدراكنا وردود أفعالنا العاطفية ونوايانا السلوكية (Nathalie and others 2018) هناك نوعان من العواطف . العواطف النفعية (Bonnardel)، هناك نوعان من العواطف . العواطف النفعية والعواطف الجمالية. تنتج هذان النوعان من العواطف عن تقييم للمعلومات البيئية أو الإدراكية، لكنهما يؤديان وظائف مختلفة. فالعواطف النفعية، مثل الغضب والخوف، تساعدنا على التكيف مع الأحداث التي قد يكون لها تأثيرات كبيرة علينا كأفراد. وقد تتضمن هذه الوظائف التكييفية التحضير لأفعال (مثل المواجهة أو الهروب) أو استعادة وإعادة توجيه العمل. على النقيض من ذلك، العواطف الجمالية لا تتعلق بتلبية الاحتياجات الحيوية والضرورية. على سبيل المثال، قد يشعر الشخص بالإعجاب أو الانبهار. هذه الأحاسيس العامة تختلف بشكل كبير عن العواطف النفعية من حيث درجة الإثارة السلبية والسلوك الموجه. على الرغم من أن العواطف لم تُفهم بنفس درجة الإدراك، إلا أن كليهما يُعتبر أنظمة معالجة معلومات. فالإدراك يسمح لنا بفهم العالم وجعله منطقيًا، في حين أن العواطف تكون أكثر حكمية، حيث تعطي تقييمات إيجابية وسلبية للبيئة، وتؤثر العواطف على الأداء الإدراكي للأفراد، فالتأثيرات الإيجابية توسع عمليات التفكير لدينا وتبدو أنها تعزز إبداعنا في إيجاد حلول ، على عكس التأثيرات السلبية ، كذلك تجعل التأثيرات الإيجابية المهام الصعبة أسهل في الأداء وتجعل الأشخاص أكثر مرونة وتسامحًا مع الصعوبات الصغيرة. (Nathalie Bonnardel and others 2018) ان وعى الفنان المصمم لأهمية دراسة بعض الجوانب المرتبطة بالألوان ، يساهم بدوره في احداث فارق في اختيار ما يتناسب مع الموضوع و ما يتناسب مع العرض الرقمي.ويمكن ايجازها في النقاط التالية .

1.2 - الألوان والعرض الرقمي (Color Representation on Digital Displays):

- فهم كيفية عرض الألوان على الشاشات المختلفة) مثل شاشات LCD و OLED وغيرها. (تختلف الألوان بناءً على تكنولوجيا الشاشة، إضاءة الخلفية، والمعايرة اللونية. مع استخدام أنظمة لونية محددة مثل RGB (الأحمر، الأخضر، الأزرق) لأنها تناسب أجهزة العرض التي تستخدم البكسلات لعرض الألوان. ويتم ذلك بموازنة ألوان التصميم RGB من أجل التخلص من تدرجات

التقليدية و المستحدثة مما يضمن وصول الرسالة لجميع افراد المجتمع المستهدف لان كل و سيلة تستهدف فئة اوشريحة محددة في المجتمع و قد تلجأ بعض الحملات للمؤتمرات الصحفية و المقابلات لجذب وسائل الاعلام لها .و نشر فاعليات الحملة و اعطاء فرص لمشاركة الجمهور في بعض الانشطة ان امكن .

5.1.1 بناء الحملة و تحديد فريق العمل :

ويشمل اختيار فريق العمل و التخطيط لخطوات العمل و تدوين الافكار الصغيرة و الكبيرة و تطويرها حتي تصل الرسالة للجمهور المستهدف .

6.1.1 الابداع والتميز و تطوير الافكار :

تشمل ترجمة الافكار و جعلها تبرز بالحياء من خلال العناصر المرئية التي تنقل الرسالة بفاعلية و تصل من خلال الرسوم و الالوان و النصوص و الرموز و عناصر التشكيل التي تسمح بتصميم افضل الصور بشكل مباشر و سلسل و جذاب ، و من المهم معرفة ان هذا النتاج الابداعي هو الذي يبقي طويلا في اذهان و قلوب الجمهور .

7.1.1 المتابعة :

متابعة الحملة و تحليل و اكتشاف التغيرات التي قد تحدث وتؤثر علي الحملة مما يجعلها تنمو بقوه حتي انتهاءها .

8.1.1 توفير الدعم المادي :

من خلال الحكومات و المنظمات المعنية بشان الرعاية الصحية

و الجدير بالذكر أن الفنون المرئية الموجهة لهدف التوعية تلعب دور هام و مؤثر في كل قطاعات المجتمع في القرن الحالي و التي اصبحت تحيط بنا في كل الاماكن و المواقع داخل البيت و خارجه وهي عامل مؤثر ومهيمن علي تصرفات وردود أفعال المجتمع في كثير من القضايا ، سواء كانت هذه الفنون ثابتة علي هيئة نشرات وإعلانات مطبوعة أو متحركة تبث من خلال التلفاز مواقع التواصل الاجتماعي أو منصات و تطبيقات العرض الرقمي .

و يمكن تعريف نشرات التوعية المتحركة علي انها : احد تطبيقات التصميم الجرافيكي المتحرك و تعد من اكثر الطرق فاعلية في عرض المشكلات و الحلول و تساهم في نشر المعلومات وتؤثر في الأحداث من الناحية السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافة الفنية التي تعرض بشكل متحرك من خلال أدوات التواصل المرئي (التلفاز – شاشات العرض – مواقع و صفحات التواصل علي الانترنت - تطبيقات خاصة وموجهة لنشر التوعية) فالهدف الاساسي لاي حملة توعية هو جذب المتلقي و التأثير فيه (Liette -2014)

أدي ذلك إلي ظهور سوق عالي التنافسية أمام الفنان المصمم في إيجاد الحلول التصميمية و التركيبات التشكيلية و اللونية المناسبة التي تجذب المستخدم و تيسر عليه فهم و تبسيط المعلومات و تحقق الأهداف المرجوة من الحملات التوعوية بشكل مؤثر و إيجابي مع رفع مستوى الوعي بوجود التهديد ، والتركيز على شدته وقابلية تأثره ، مع تقديم دليل على أن الاستجابة الموصي بها سوف تتجنب التهديد المذكور. من بين المتغيرات الأخرى أيضاً الحواجز المادية أو الثقافية وإزالتها ، إن أمكن. (Tanrikulu, M. (2015) يجب دائماً تذكير الجمهور بالفوائد التي يمكن أن يتمتع بها في حياته اليومية.

و هناك بعض النقاط الهامة التي يجب أن يضعها الفنان المصمم في اعتباره أثناء تصميم حملات التوعية وفقاً لتحديات العصر الحالي و متطلباته ومنها :

1- التميز و الاختلاف في تناول الأفكار مما يجعل هناك تنافس جمالي و فني مستمر .

2- الوضوح و البساطة بحيث يحتوي العمل علي قيم جمالية تكون لديها القدرة علي استهداف خيال الجمهور في وقت قصير ،

- تسعي دائما الشركات المنتجة لأجهزة الكمبيوتر و أجهزة العرض لتحسين طرق إدارة الألوان لضمان أن المصمم يمكنه رؤية التصميمات بالألوان الدقيقة التي سيتم عرضها على أجهزة أخرى.

و مما لاشك فيه ان مراعاة الفنان المصمم مبادئ بناء التصميم من تباين وتناغم وإيقاع وجودة انتاج الرسوم المصاحبة بأسلوب ابداعى يمتاز بأصاله إبداعية تتواءم مع طبيعة المعلومة المقدمة وطبيعة و ثقافة المتلقي وبما لا يتنافى مع اخلاقيات مجتمعه يساهم بشكل فعال في تجاوب و انجذاب المتلقي له وتحقيق جزء هام اساسى من اهداف الحملة التوعوية. منذ سنوات عديدة، أثبت العلماء الاجتماعيون أهمية الجمليات في الحياة اليومية وفيما نشاهده من محتوى ، فالمحتوي الجمالي الجيد يدرك على أنه يؤدي وظائفه بشكل أفضل ويؤدي إلى تحسين أداء المشاهد . ONYEMACHI, (2020) NWABUEZE UMEZURIKE

في الفترة من 2019 الي 2022 تم انتاج المئات من اعمال الجرافيك التوعوية المتحركة عن فيروس كورونا المستجد علي المستوى المحلي و العربي و العالمي و التي تجمع ما بين الرسوم و العناصر الجرافيكية المتحركة من اشكال و نصوص ، من ثم تم مشاهدة العديد من هذه الاعمال في محاولة التوصل الي افضل العينات التي سوف يتناولها البحث في الدراسة و التحليل للوقوف علي افضل نتائج ممكنه و تم اختيار العينات التي تم اصدارها من خلال مؤسسات معنية لجهات متخصصة و تحت رعاية منظمات الصحة العالمية او العربية و تمتاز بتنوع اساليب المعالجة الفنية علي الرغم من ثبات المحتوى المعلوماتي تقريبا . ولكي تتمكن من تقييم الفيديو الخاص بحملة التوعية يمكننا تحليل العناصر الفنية و الجمالية باستخدام الجدول التالي علي اعتباره الاطار العام لهذه العناصر ، ومن خلال الإجابة علي هذه التساؤلات نستطيع استخلاص النتائج .

ألوان العرض غير المرغوب فيها للشاشات. و على ان تري علي الشاشات المختلفة بنفس قوتها لتظهر بوضوح و بشكل مناسب مع خصائص ألوان الشاشة مثل: تشبع الألوان والسطوع والتباين والحدة. (Toadere and Nikos E Mastorakis,2010) Florin

2.2 - إدراك الألوان وتأثيرها على تجربة المستخدم:

- دراسة تأثير الألوان على مشاعر وسلوكيات المستخدمين. فيجب ان يكون المصمم على دراية جيدة بالألوان ورمزيتها ودلالاتها. ليس هناك تأثير موضوعي على الأفراد، ولكن بعض الألوان تستحضر مشاعر و ذكريات، والتي يستجيب لها العملاء ومن خلالها يختارون المنتج أو الخدمة المفضلة لديهم.

- تؤثر الألوان على حالتنا الذهنية، مزاجنا، تفكيرنا وسلوكنا. إذا لم يتم اختيار الألوان بعناية، فقد يتم تفسير الرسائل البصرية للمصمم بشكل خاطئ، مما قد يؤثر سلبًا على حملة التوعية . ويمكن أن تتأثر بالعمر، العرق، المعتقدات أو علم النفس الاجتماعي. هناك العديد من الثقافات في العالم التي تعتمد فيها دلالات اللون على المعايير العرقية والدينية، بحيث يمكن أن يعني اللون الواحد العديد من الأشياء المختلفة من مكان لآخر . لا يمكن فصل دلالات اللون عن علم النفس، الرموز الثقافية والسياسة.

(Nataliya Panasenka and Tatiana Fillova, 2023)

- يؤثر أيضًا تباين الألوان وإشراقها على سهولة القراءة والتفاعل مع المحتوى المعروض على الشاشة.

3.2 - إدارة الألوان: (Color Management)

- عرض الألوان بشكل متنسق عبر أجهزة العرض المختلفة، حيث يتم استخدام معايير اتحاد الألوان الدولي ICC الذى بدوره يحدد تنسيقًا قياسيًا للملفات الشخصية، فهي ليست خاصة بمزود معين أو بنظام تشغيل محدد. يمكن قبول نفس الملف الشخصي من قبل برامج وأنظمة تشغيل مختلفة. لضمان دقة الألوان بين الأجهزة. (BY ABHAY SHARMA.2005)

العنصر	الوصف و التحليل
العنوان	تقييم فعالية العنوان في جذب الانتباه وكسب اهتمام المشاهدين. كيف تم تقديم الموضوع في المقدمة؟
تاريخ وجهه الانتاج	رصد تاريخ وجهه انتاج الفيديو
المحتوى والرسالة	تحليل الرسالة وكيف تم تقديم المعلومات. هل كان المحتوى واضحًا وسهل الفهم؟
الجمهور المستهدف	الي من يتم توجيهه رساله هذه الحملة و مدي مناسبتها؟
الاستجابة المستهدفة	من خلال نسبة المشاهدة و تقييم الاعجاب من قبل الجمهور المشاهد؟
التصميم الجرافيكي	تقييم جودة الرسوم المتحركة وكيف تم تنفيذ التصميم الجرافيكي. هل كان التصميم جذابًا ومناسبًا للموضوع؟
الاسلوب الفني	الي اي اسلوب فني ينتمي اسلوب الفنان او فريق العمل؟
تصميم الشخصيات	إذا كانت هناك شخصيات، كيف تم تصميمها وكيف ساهمت في نقل الرسالة؟
تصميم الخلفيات	هل جاءت الخلفيات مناسبة للموضوع ومناسب لوسائل العرض الرقمي؟
العناصر التيبوجرافية	هل كانت العناصر التيبوجرافية مناسبة ومقرؤة؟
التناغم اللوني	دراسة الألوان المستخدمة وكيف تم تحقيق التناغم بينها. هل استخدمت الألوان بشكل فعال لنقل الرسالة؟
الموسيقى والصوت	تقييم الاستخدام المناسب للموسيقى أو الصوت لدعم الرسالة. هل كان الصوت ملائمًا؟
حركة العناصر	هل جاءت حركة العناصر مناسبة ام مقطعة؟

يمكن أن تكون المحفزات المرئية للرسوم و التصميم الجرافيكية عالية وتولد ردودًا إيجابية على الرسائل المرئية من الجمهور المستهدف. والعكس صحيح .

(ONYEMACHI, NWABUEZE UMEZURIKE) (2020)

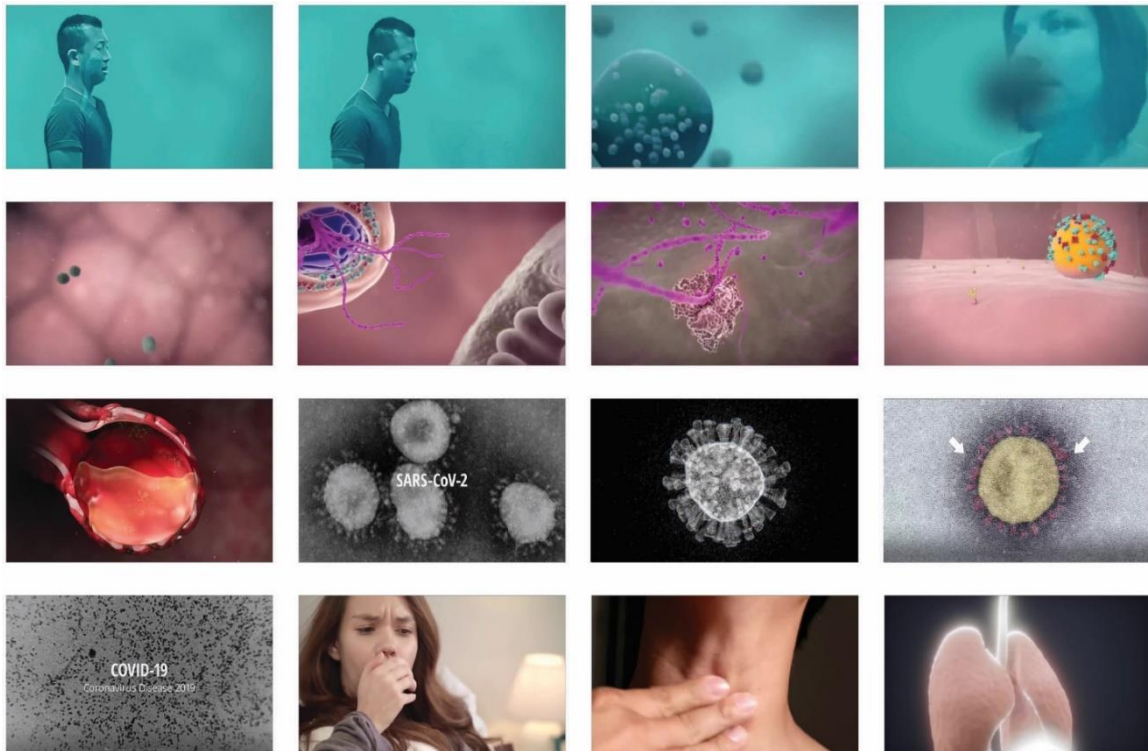
3- الوصف و التحليل الفني لمقاطع الفيديو لحملات التوعية الصحية

وبناء على ذلك تم اختيار عدد 5 فيديوهات لحملات توعية يتناولها البحث بالفحص والتحليل، ومن ثم تم استخدام أحد برامج تحويل الفيديو المتحرك الي صور متتابعة ثابتة Convert video to JPG و سيتم ترتيب عرض هذه الحملات حسب اعلي نسبة مشاهدة و تسجيل اعجاب لها علي فنوت عرضها من خلال منصة Youtube. حيث انه عادة تتوافق قيمة المنبهات الادراكية للعناصر المعروضة مع المستوى المحدد للاستجابة للعرض المرئي. " لذلك ،

1.3- فيديو لحملة بعنوان ماذا يحدث اذا ما أصيبت بـكورونا فيروس ؟

العنصر	الوصف و التحليل
العنوان	ماذا يحدث اذا اصيبت بـكورونا فايروس؟ ? What happens if you get coronavirus وجود العنوان علي شكل تساؤل مصدر جذب يثير فضول الجمهور المستهدف لمعرفة اجابة التساؤل و هو أسلوب متبع في حملات التسويق الربحية و الغير ربحية بهدف الجذب و التشويق.

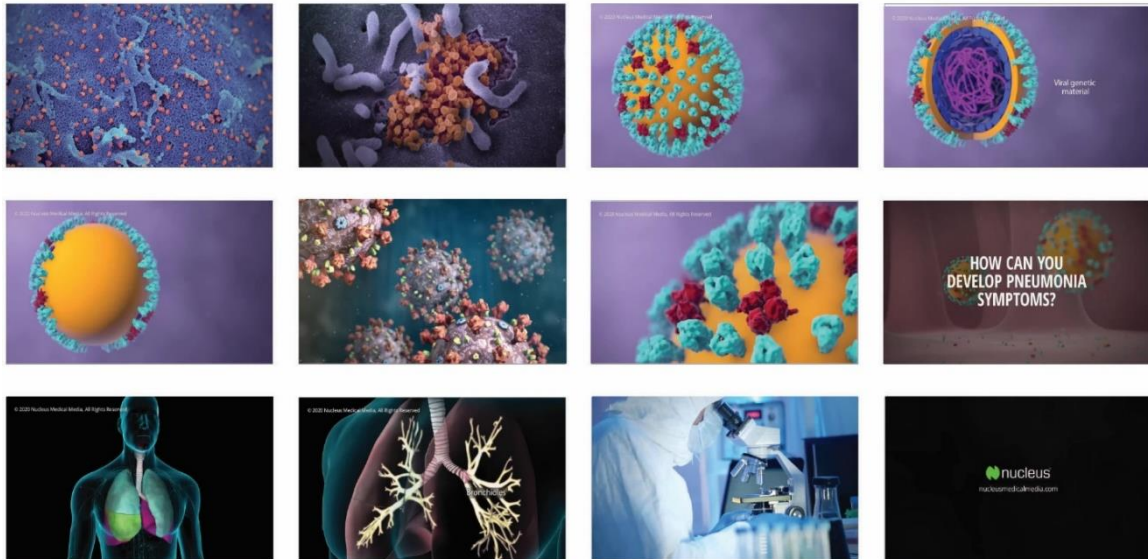
انتاج Nucleus Medical media art library ، احدي الشركات الداعمة لانتاج الرسوم التوضيحية العلمية و الرسوم المتحركة في المجال الطبي و التشريح . تم انتاجه بتاريخ 28 مارس 2020 تحت رعاية وزارة الصحة العالمية .	تاريخ وجهه الانتاج
مدة العرض 7.27 دقيقة تتضمن الرساله الإجابة علي مجموعة من التساؤلات التي تم طرحها في بداية الفيديو وعن كيفية طرق انتقال العدوي من شخص مصاب الي اخر سليم و كيفية مهاجمة الفيروس لأجهزة الجسم و الخلايا و انتشار الخلايا المصابة وتأثيرها و كيفية عمل المصل المعالج ؟	المحتوى والرسالة
موجهه للمختصين في المجالات الطبية من أطباء و هيئات التمريض و الطلاب	الجمهور المستهدف
بلغت المشاهدات 340106285 مليون مشاهدة و الاعجاب 1.1 مليون اعجاب المدة الزمنية : 7.27 دقيقة	الاستجابة المستهدفة
تنوعت عناصر التصميم مابين استخدام الرسوم الثنائية الأبعاد و الرسوم ثلاثية الأبعاد و الرسوم المجهرية مع استخدام مقاطع الفيديو الحية و المساحات اللونية لخلفيات النصوص الثابتة و المتحركة مع الاستخدام الجيد المتناغم للمجموعات اللونية التي اتسمت أحيانا بالتباين التكاملي بين الألوان و أحيانا اخري بالتناغم الذي اوجد حالة جيدة من التنوع و الانتقال المتسلسل مابين الإطارات .	التصميم الجرافيكي
استخدام أسلوب واقعي من خلال الفيديو الحي للأشخاص و الرسوم العلمية التي اعتمدت علي الواقعية بدراسة متقنة و امعان لأشكال عناصر الرسوم الثنائية و الثلاثية الأبعاد مع تلخيص بعض التفاصيل بمساحات لونية بما يتناسب مع طبيعة المعلومة المراد توصيلها دون الإخلال بالمعني ودون تفاصيل زائدة .	الاسلوب الفني
مشاهد تمثيلية حيه لبعض الأشخاص مع بعض المعالجات اللونية أحادية اللون في معظم المشاهد و تسجيلات حيه من داخل المعامل لممارسات طبية حقيقية .	تصميم الشخصيات
تنوع استخدام الخلفيات مابين المساحات المصمتة و بعض التأثيرات المللمسية و الظلية بشكل متناغم و لكن جميعها اشتركت بوجود تباين بينها و بين العناصر الأساسية في تكوين المشهد داخل الاطار مما ساهم في ابراز المحتوى بصريا بشكل جيد .	تصميم الخلفيات
احتوي الفيديو علي بعض العناوين و التنبيهات التي تعد فواصل مابين النقاط التي تناولها بالتفسير و جاءت معظمها باللون الأبيض عل خلفيات متباينة تتناسب مع العرض من خلال شاشات الكمبيوتر .	العناصر التيبوجرافية
استطاع استخدام المجموعات اللونية المتناغمة أحيانا و المتباينة في كثير من الاحيان علي خلق حالة من التنوع و التناغم بين عناصر المشهد الواحد و مابين الانتقال الفعال مابين مشهد و اخر كذلك ساعد هذا التنوع علي خلق حالة من التركيز الفعال في عرض المعلومة العلمية دون تشويش .	التناغم اللوني
جاء الأداء الصوتي باللغة الإنجليزية و اضح و مفسر متوازن غير سريع متناسب مع الدارسين و المشاهدين المتخصصين من الثقافات المتنوعة مع موسيقي ذات إيقاع سريع يعطي طابع حماسي غير ممل و مؤثرات صوتية تكاد تكون غير ملحوظة دون تشويش .	الموسيقى والصوت
جاءت حركة العناصر في الاطار الواحد في المشهد مابين تكبير أو تصغير و او حركة دائرية حول محور العنصر متوازن غير سريع و جاءت الانتقالات بين المشاهد متوازنة متوسطة السرعة تتناسب مع التعليق الصوتي و طبيعة الجمهور المستهدف.	حركة العناصر



شكل (a2) يمثل مجموعة من الصور الثابتة للقطات من فيديو توعوي لحملة ماذا يحدث اذا أصيبت بـكورونا فيروس
www.nmal.nucleusmedical media.com?

CITATION

Rania Wagdy (2025), Requirements of designing maternity clothes as functional clothes, International Design Journal, Vol. 15 No. 1, (January 2025) pp 533-544



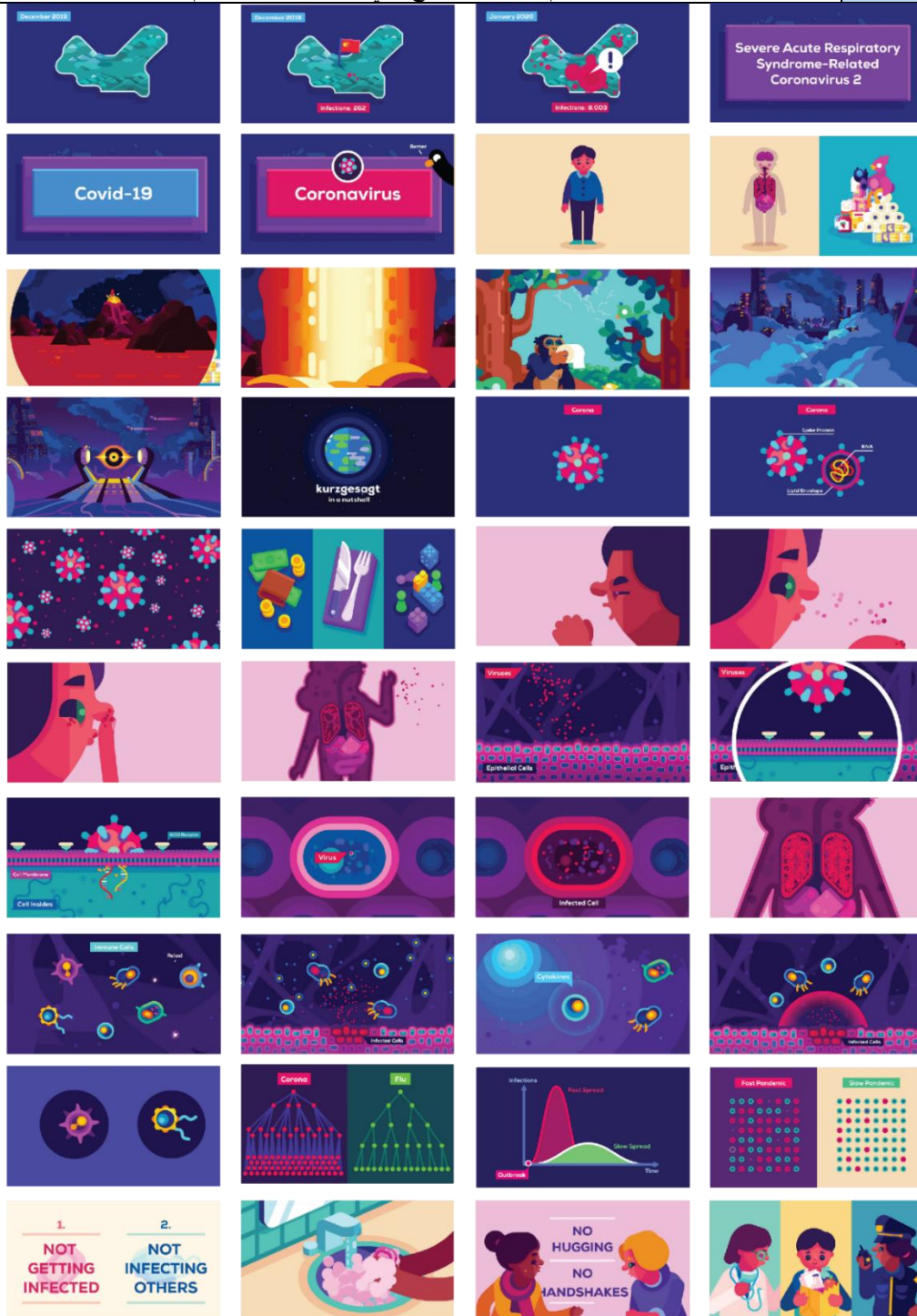
شكل (b2) يمثل مجموعة من الصور الثابتة للقطات من فيديو توعوي لحمله ماذا يحدث اذا أصيبت بـ كورونا فايروس
www.nmal.nucleusmedical media.com?

2.3- فيديو لحملة بعنوان شرح فيروس كورونا وما يجب عليك فعله The coronavirus explained and what you should do.

العنصر	الوصف و التحليل
العنوان	حملة بعنوان شرح فيروس كورونا وما يجب عليك فعله The coronavirus explained and what you should do. www.kgs.link/shop-120
تاريخ وجهه الانتاج	انتاج Kurzgesagt-in a nutshell terrapin.comav وهي شركة معنيه بإنتاج الأفلام التعليمية و التثقيفية 19مارس 2020 مقرها ميونخ المانيا . تهدف نحو تقديم العلوم بشكل بسيط و جذاب و سلسل.
المحتوى والرسالة	تتضمن الرسالة بداية تواجد الفيروس و انتشاره من بلدة و هان الصينية عبر قاره اسيا و من ثم لكل انحاء العالم و شكل البنائي للفيروس و كيفية مهاجمته للجسم و سائل انتقال العدوي و سرعة انتشاره و من ثم طرق الوقاية و كيفية التعامل مع الفيروس في حالة الإصابة او محاولة تجنب الإصابة و اثره علي الجسم و خلاياه من خلال تقديم محتوى جمالي، ممتع، و سهل الوصول.
الجمهور المستهدف	لم يحدد فئة معينة يتناسب مع جمهور عام بهدف انتشاره اكبر عدد و جذاب لصغار السن بشكل خاص .
الاستجابة المستهدفة	بلغت المشاهدات 88825915 مليون مشاهدة و الاعجاب 1.1 مليون اعجاب المدة الزمنية : 8.34 دقيقة
التصميم الجرافيكي	تنوعت عناصر التصميم ما بين استخدام الرسوم المبسطة ثنائية الابعاد و التأثيرات الملمسية و مساحية مع استخدام الالوان و المساحات اللونية المصمتة مع اشكال هندسية كخلفيات للنصوص ، ، عادة كان الاعتماد علي فكرة مناصفة العرض الي جزئين كاسلوب لتأكيد المقارنة ما بين معلومتين او تقسيمها لمجموعة من الخلايا المتساوية النسب كوسيلة هامة لتوزيع عناصر التصميم و تنظيم المعلومات بشكل متوازن .
الاسلوب الفني	أسلوب هندسي مبسط ، لعب المساحات المتدرجة الظلال و المتباينة أحيانا دور أساسي في رسم كل من المشاهد و الشخصيات و الرسوم العلمية للفيروس و تركيب الداخلي للجسم البشري و خلايا الجسم بشكل مبسط التركيب دون المبالغة في الواقعية او التفاصيل، و ذلك لتيسير رؤية العناصر و متابعة التفاصيل الدقيقة للمعلومات و تبسيطها للمشاهد من الشباب و صغار السن .
تصميم الشخصيات	اعتمد تصميم الشخصيات علي التبسيط المساحي و التكامل اللوني المتدرج الظلال في بعض الأحيان لظهور لبعض التفاصيل خاصة عند رسم الأجزاء الداخلية من أجهزة الجسم
تصميم الخلفيات	جاءت الخلفيات متنوعة التأثير و لكن جميعها تجمعها حالة عالية التباين سواء عن طريق التباين الظلي للمجموعات اللونية او عن طريق التباين اللوني باستخدام الوان متكاملة و غالب علي الفيديو استخدام تباين بين الالوان الباردة و الساخنة بشكل متكرر في العديد من العناصر و الخلفيات .
العناصر التيبوجرافية	احتوي الفيديو علي بعض العناوين و المعلومات الارشادية المتضمنه أحيانا مع الرسوم لإيضاح المعلومة المرسومة و جميعها بخط بسيط باللون الأبيض عل خلفية قاتمة او تم تلوينها في بعض الأحيان باللون الأزرق او الماجنتا علي خلفيات فاتحة و لكنها كانت قليلة و موجزه .
التناغم اللوني	لعب اللون دور أساسي و مهم في هذه الحملة حيث ان التناغم و التباينات المتعددة لاستخدام اللون لها عظيم الأثر في جذب و ابهار المشاهد لمتابعه العرض حيث اعتمد التباين علي تباين الساخن و البارد و تباين الألوان المتكاملة او تباين بين الدرجات الظلية لنفس اللون . كما تم استخدام اللون الأحمر كرمز للرزاز المحمل بالفيروس.
الموسيقى والصوت	جاء الأداء الصوتي باللغة الإنجليزية مميز متنوع النبرة غير ممل و موسيقي جيدة تظهر كخلفية . من انتاج شركه Epic mountain لانتاج الموسيقى للأفلام التعليمية .

حركة العناصر حركة بسيطة متوسطة السرعة تتناسب مع سرعة الأداء الصوتي وكما تعددت مابين الازاحة او دوران العناصر حول محورها والاقتراب او الابتعاد لزواليا الرؤيا او اختلاف الاحجام . كما تم استخدام الازاحة لانتقال من مشهد لآخر او استخدام الدخول المتدرج علي هيئة دائرية .ومن ثم يظهر المشهد الاخر .

حركة العناصر



شكل (3) يمثل مجموعة من الصور الثابتة للقطات من فيديو توعوي شرح فيروس كورونا وما يجب عليك فعله **The coronavirus explained and what you should do.**

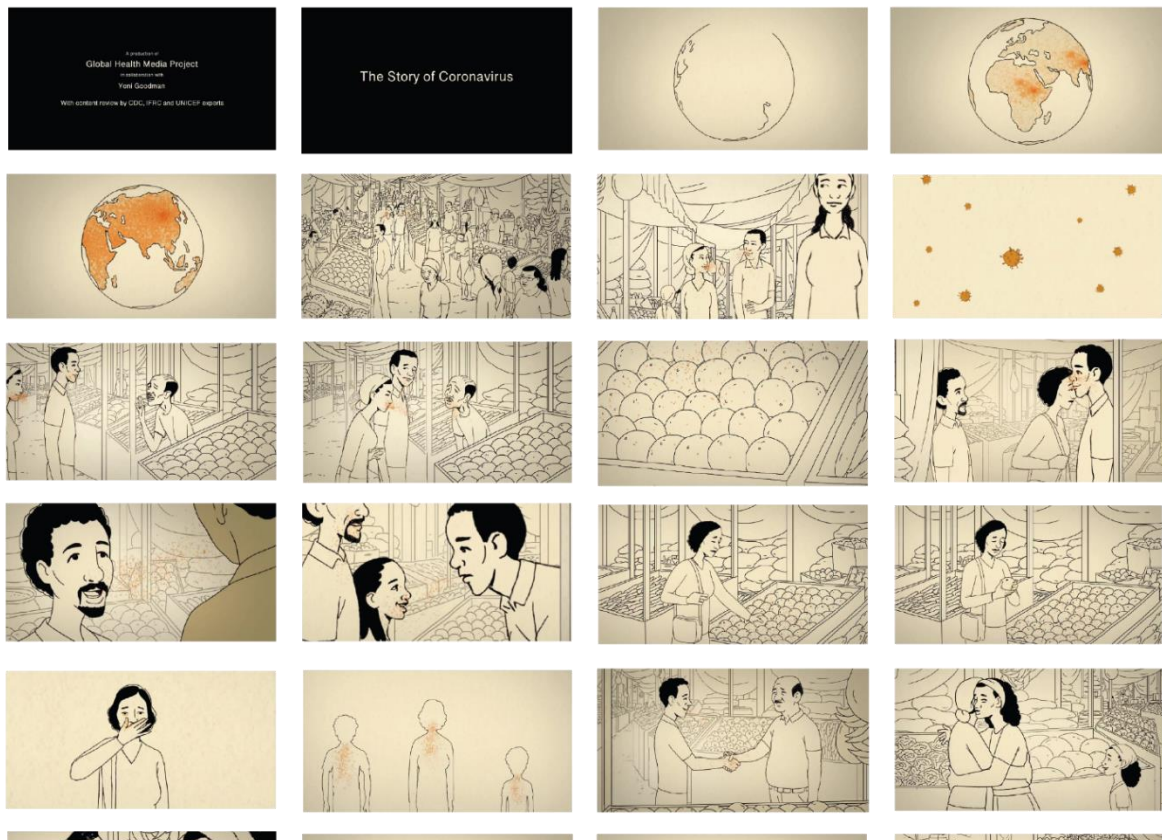
3.3- فيديو لحملة بعنوان قصة فيروس كورونا The story of coronavirus

العنصر	الوصف و التحليل
العنوان	قصة فايروس كورونا 'The story of coronavirus', www.icureach.com
تاريخ وجهه الانتاج	تم انتاج هذا العمل 3 فبراير 2021 بواسطة مشروع الاعلام الصحي العالمي .من خلال هو منصة ICUREACH مخصصة لمختصي الرعاية الحرجة للتفاعل والتعلم . www.globalhealthmedia.org
المحتوى والرسالة	تتضمن الرسالة قصة متسلسلة الاحداث من خلالها يستطيع المشاهد ان يتعرف ببساطة علي طرق انتقال العدوي من شخص مصاب الي اخر سليم و كيفية مهاجمه الفايروس للجسم ، وسرعة انتشار المرض و وسائل الوقاية و كيفية التعامل مع المريض فترة العزل حتي انتهاء فترة المرض و الاستشفاء بشكل بسيط

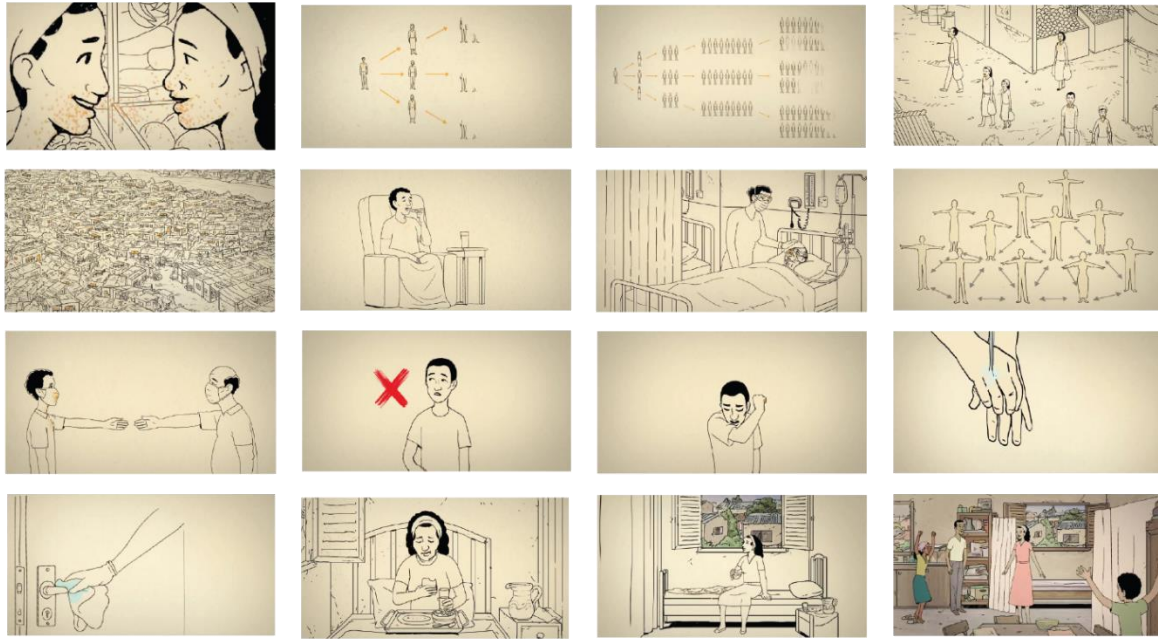
CITATION

Rania Wagdy (2025), Requirements of designing maternity clothes as functional clothes, International Design Journal, Vol. 15 No. 1, (January 2025) pp 533-544

سلس .	الجمهور المستهدف
لم يحدد فئة معينة يتناسب مع جمهور عام .	الاستجابة المستهدفة
بلغت المشاهدات 13573842 مليون مشاهدة والاعجاب 438000 اعجاب المدة الزمنية : 3.39 دقيقة	التصميم الجرافيكي
تنوعت عناصر التصميم ما بين استخدام الرسوم الخطية الثنائية الأبعاد والتأثيرات الملمسية باللون الأسود على خلفيات بيضاء، ثم دخول عنصر اللون في بعض المشاهد حتى ظهور الألوان المتكاملة في مشاهد النهاية.	الاسلوب الفني
أسلوب واقعي، لعب الخط دور أساسي في رسم كل المشاهد والشخصيات بشكل مبسط التركيب دون المبالغة في الواقعية أو التفاصيل، وذلك لتيسير رؤية العناصر وتتبع انتقال رزاز الفيروس باللون البرتقالي من شخص لآخر كدلالة وسائل انتقالية وسرعة تناوله بين افراد القصة.	تصميم الشخصيات
احتوت القصة على عدد من الشخصيات الرئيسية وبعض من الشخصيات الفرعية التي من خلالها تم تتبع أحداث القصة وسرد النسيج الدرامي لها. جاء تصميم الشخصيات وملامحها وكذلك الملابس متناسب مع البيئة التي خرجت منها هذه الشخصيات وطبيعة المكان.	تصميم الخلفيات
جاءت الخلفيات جميعها باللون الأبيض المائل للرمادي للفتاح لإظهار التباين بين الخط الأسود المرسوم بها العناصر والتأثيرات الملمسية البسيطة التي تظهر بالرسوم ماعدا مشاهد نهاية الفيديو احتوت على خلفيات كاملة التلوين لمشهد عام للقريبة بعد انتهاء فترة العزل .	العناصر التيبوجرافية
احتوي الفيديو على بعض العناوين و المعلومات في كادر البداية و النهاية جميعها بخط بسيط باللون الأبيض على خلفية سوداء .	التناغم اللوني
استخدم اللون بشكل رمزي لإيصال معاني مرئية لمعلومات محددة، حيث استخدم اللون البرتقالي كرمز لفايروس كورونا و تواجد نقاط لنية من هذا اللون خلال المشاهد يشير الي تواجد او انتشار المرض بين الأشخاص ، كذلك استخدم اللون الأزرق كرمز للمياه و المطهرات التي من خلالها يتم تعقيم يد الانسان او الأجسام المحيطة به ، و تم استخدام مجموعات لونية كرمز للصحة و الحيوية التي يمتلئ بها المكان بعد العزل و انتهاء المرض و الاستشفاء منه .	الموسيقى والصوت
جاء الأداء الصوتي باللغة الإنجليزية و اضح و مميز كسرد الروايات او الحوادث يجذب المشاهد على استكمال الاحداث مع موسيقى خفيفة في خلفية الأداء الصوتي .	حركة العناصر
اعتمدت حركة المشهد على الظهور المتتابع لعناصر المشهد كأنها ترسم باستخدام أقلام أحادية اللون مع تنوع في حركة الكاميرا داخل المشهد مابين الاقتراب و الابتعاد لتظهر عناصر التكوين و الشخصيات أحيانا مقربة للتركيب على حدث و أحيان اخرى واسعة لتظهر انتقال الشخصيات من مكان لآخر او ثبات الفايروس من مكان تعلقة بالاشياء من ثم انتقاله للاخرين ، جاءت الانتقالات بين المشاهد متوازنة متوسطة السرعة تتناسب مع التعليق الصوتي المصاحب .	



شكل (4a) يمثل مجموعة من الصور الثابتة للقطات من فيديو توعوي قصة فيروس كورونا ؟ www.globalhealthmedia.org



شكل (4b) يمثل مجموعة من الصور الثابتة للقطات من فيديو توعوي قصة فيروس كورونا ؟ www.globalhealthmedia.org .

4.3- فيديو لحملة بعنوان فيروس كورونا الوباء العالمي .

العنصر	الوصف و التحليل
العنوان	حملة بعنوان فيروس كورونا الوباء العالمي WWW.YOUTUBE.COML@ICUREACH
تاريخ وجهه الانتاج	انتاج من خلال هو منصة ICUREACH مخصصة لمخصصي الرعاية الحرجة للتفاعل والتعلم ، بالتعاون مع راديو الكل سوريا ، 1 ابريل 2020
المحتوى والرسالة	تتضمن الرسالة بداية تواجد الفيروس و انتشاره من بلدة وهان الصينية عبر قاره اسيا و من ثم لكل انحاء العالم و شكل البنائى للفيروس و كيفية مهاجمته للجسم و سائل انتقال العدوي و سرعة انتشاره و من ثم طرق الوقاية و كيفية التعامل مع الفيروس في حالة الإصابة او محاولة تجنب الإصابة و اثره علي الجسم و خلاياه .
الجمهور المستهدف	لم يحدد فئة معينة يتناسب مع جمهور عام .
الاستجابة المستهدفة	بلغت المشاهدات 472567 الف مشاهدة و الاعجاب 4000 الف اعجاب المدة الزمنية : 3.39 دقيقة
التصميم الجرافيكي	تنوعت عناصر التصميم ما بين استخدام الرسوم المبسطة ثنائية الابعاد و التأثيرات الملمسية و مساحية مع استخدام الالوان و المساحات اللونية المصمتة مع اشكال هندسية كخلفيات للنصوص ، ، عادة كان الاعتماد علي فكرة مناصفة العرض الي جزئين كاسلوب لتأكيد المقارنة مابين معلومتين اوتقسيمها لمجموعة من الخلايا المتساوية النسب كوسيلة هامة لتوزيع عناصر التصميم و تنظيم المعلومات بشكل متوازن .
الاسلوب الفني	اسلوب هندسي مبسط ، لعب المساحات المترددة الظلال و المتباينة أحيانا دور أساسي في رسم كل من المشاهد و الشخصيات و الرسوم العلمية للفيروس و تركيب الداخلي للجسم البشري و خلايا الجسم بشكل مبسط التركيب دون المبالغة في الواقعية او التفاصيل، و ذلك لتيسير رؤية العناصر و متابعة التفاصيل الدقيقة للمعلومات و تبسيطها للمشاهد من الشباب و صغار السن .
تصميم الشخصيات	اعتمد تصميم الشخصيات علي التبسيط المساحي باستخدام درجات من الالوان المتباينة بين السخن و البارد و ظهرت بنسب فيها نوع من تصغير حجم الرؤس و استطالة للجسم و الأطراف بشكل ملحوظ .
تصميم الخلفيات	جاءت الخلفيات متنوعة بين السخن و البارد و ان كثر استخدام اللون الأزرق الفاتح كخلفية لمعظم العناصر و بعض الخلفيات اعتمدت علي استخدام اللون الأصفر و بعض درجات الوان دافئة ، هناك تباين و اضح محدد بين علاقات اللون البادر و الساخن متبادل مابين العناصر و الشخصيات و الخلفيات . احتوي الخلفيات علي العديد من الاشكال الهندسية مابين استخدام المربع و المستطيل و الدوائر كخلفيات للعناصر .
العناصر التيبوجرافية	احتوي الفيديو علي بعض العناوين و المعلومات الارشادية المتضمنه أحيانا مع الرسوم لإيضاح المعلومة المرسومة و جميعها بخط بسيط باللون الأبيض عل خلفيات متوسطة الشدة اللونية لكن تظهر عليها بوضوح و حجم مناسب للمقروؤية .
التناغم اللوني	لعب تباين و التناغم اللوني في استخدام الالوان دور هام في اظهار العناصر و الخلفيات ان كان الكثير منها مكرر و متماثل التأثير قد يحدث نوع من الرتابة في بعض الأحيان خاصا عن الاستخدام المتكرر للخلفيات باللون الأزرق و لكن في نفس الوقت جاء التنوع عند استخدام الخلفيات البيضاء شديدة التباين مع العناصر و كذلك الخلفيات ذات اللون الأصفر .
الموسيقى والصوت	التعليق الصوتي باللغة العربية متناسب مع حركة العناصر و جاذب غير مممل ، تواجدت بعض المؤثرات الصوتية اثناء الانتقالات من مشهد لأخر تعطي احياء بالسرعة او الظهور المفاجئ للعناصر .
حركة العناصر	تتكرر حركة العناصر في العديد من المشاهد و إزاحة من اسفل لأعلي او جانبية او ظهور مفاجئ مما أي لوجود إيقاع حركي شبه ثابت مع تنوع بسيط ، و تناسبت الحركة مع التعليق الصوتي و المؤثرات الصوتية .

CITATION

Rania Wagdy (2025), Requirements of designing maternity clothes as functional clothes, International Design Journal, Vol. 15 No. 1, (January 2025) pp 533-544



شكل (5) يمثل مجموعة من الصور الثابتة للقطات من فيديو توعوي لحمله فيروس كورونا الوباء العالمي .

WWW.YOUTUBE.COML@ICUREACH

5.3- فيديو لحملة بعنوان ما يجب معرفته عن فيروس كورونا المستجد.

العنصر	الوصف و التحليل
العنوان	حملة بعنوان ما يجب معرفته عن فيروس كورونا المستجد . www.youtube.com/@Alborgdiagnostics
تاريخ وجهه الانتاج	انتاج شركة البرج للمختبرات الطبية ، المملكة العربية السعودية و غير معلوم جهه التنفيذ . 17 بتاريخ مارس 2020
المحتوى والرسالة	تتضمن الرسالة بداية تواجده الفيروس وانتشاره من بلدة وهان الصينية عبر قاره اسيا ومن ثم لكل انحاء العالم و شكل البنائى للفيروس و كيفية مهاجمته للجسم و سائل انتقال العدوي و سرعة انتشاره ومن ثم طرق الوقاية وكيفية التعامل مع الفيروس في حالة الإصابة او محاولة تجنب الإصابة و اثره علي الجسم و خلاياه.
الجمهور المستهدف	لم يحدد فئة معينة يتناسب مع جمهور عام.
الاستجابة المستهدفة	بلغت المشاهدات 102891 ألف مشاهدة والاعجاب 1200 الف اعجاب المدة الزمنية : 3.41 دقيقة
التصميم الجرافيكي	تنوعت عناصر التصميم ما بين استخدام الرسوم المبسطة ثنائية الابعاد و بعض الرسوم الثلاثية الابعاد والتأثيرات الملمسية و مساحية مع استخدام الالوان و المساحات اللونية المصمتة مع اشكال هندسية كخلفيات للنصوص ، عادة كان الاعتماد علي فكرة مناصفة العرض الي جزئين ، كوسيلة لتأكيد المقارنة ما بين معلومتين وتقسيمها لمجموعة من الخلايا المتساوية النسب علي شكل دائره ثابتة لتنظيم المعلومات من خلالها سواء علي هيئة رسوم او صور فوتوغرافية ثابتة.
الاسلوب الفني	هندسي بسيط لا يحتوي على العديد من التفاصيل، ولا يوجد أسلوب وموحد للرسم ان تنوعت أساليب المعالجة ولكن تظهر جميعها مبسطة دون تفاصيل كثيرة.
تصميم الشخصيات	اعتمد تصميم الشخصيات على التبسيط المساحي وبشكل متدرج اللون دون اظهار التفاصيل، علي الرغم من ان كل الشخصيات تبدو بسيطة لكن يظهر لها اكثر من أسلوب في الرسم، منها تظهر علي بعض الظلال لتأكيد كتلة

: References المراجع

1. Bonnardel, N., Piolat, A., & Le Bigot, L. (2018, April 25). The impact of colour on website appeal and users' cognitive processes. *Computers in Human Behavior*.
2. Chapel, A. (2016). *Effectiveness of mental health awareness campaigns*. Institute for Social Research, University of New Mexico.
3. Kre, M. J., & Others. (1978). *Principles and guidelines for color coding displays*. Retrieved from <https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/ADA066630.pdf>
4. Lapointe, L., Ramaprasad, J., & Vedel, I. (2014). Creating health awareness: A social media enabled collaboration. *Journal of Medical Internet Research*, 16(2).
5. Onyemachi, N. U. (2020). *Coronavirus awareness campaign designs in the COVID-19 era: Effect of graphics on visual perception*. Department of Fine Arts and Design, University of Port Harcourt, Choba, Rivers State.
6. Panasenko, N., & Fillova, T. (2023, March). The role of colour in successful fundraising campaigns. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/369062272_The_Role_of_Colour_in_Successful_Fundraising_Campaign
7. Sharma, A. (2005). Understanding color management. *IPA Bulletin*, March/April, 16.
8. Tanrikulu, M. (2015). The process of creating awareness in graphic design: Motion posters. *Global Journal on Humanities & Social Sciences*, 1, 527-530. Retrieved from <http://www.world-educationcenter.org/index.php/pn>
9. Toadere, F., & Mastorakis, N. E. (2010). An overview about monitors colors rendering. *WSEAS Transactions on Circuits and Systems*.
10. Vergara, R. A. G. (2013). Art and social awareness: Creating an image for social cause promotion through events and design. Paper presented at *DLSU Art's Congress 2013*, De La Salle University, Manila, Philippines.

1. **سهولة الفهم:** تستطيع ان توضح وتسهل المعلومة المعقدة وجعلها أسهل فهما من قبل نطاق واسع من الجمهور بشكل بسيط وجذاب.
2. **جذب الانتباه:** عندما تكون الرسوم المتحركة والتصميم الجرافيكي مشوق وجاذب من حيث التناسب وجودة الرسم وسرعة وإيقاع الحركة وبساطتها يتمكن الفرد بشكل أكبر من متابعة المحتوى المعلوماتي والاستمتاع بالمحتوي المرئي. **تأثير الألوان والخطوط على الإدراك:** الألوان المشرفة تجذب الانتباه وتحفز الاستجابة السريعة، بينما الألوان الداكنة قد تؤثر سلباً على فعالية الرسالة. النصوص الواضحة والمقروءة تلعب دوراً كبيراً في تعزيز التواصل.
4. **أهمية إدراك الجمهور المستهدف:** تعد معرفة الجمهور المستهدف عنصرًا حاسمًا في نجاح حملات التوعية، حيث يجب أن تلبى الرسوم والتصاميم احتياجات الفئات المختلفة.
5. **توصيل المشاعر والرسائل:** تستطيع الرسوم المتحركة والعناصر الجرافيكية نقل المشاعر والرسائل بشكل قوي، ويمكن ذلك من خلال تضمين العناصر البصرية والحركة للعناصر لإضفاء طابع انساني على الحملة مع تعزيز التفاعل العاطفي.
6. **التواصل الفعال للإجراءات الوقائية:** استطاعت الرسوم المتحركة و العناصر الجرافيكية توضيح الإجراءات الوقائية بشكل فعال ، مثل غسل اليدين و ارتداء الكمامات و التباعد الاجتماعي .
7. **الانتشار و التفاعل :** يمكن مشاركة و تداول الأفلام القصيرة للرسوم المتحركة بسهولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي و المنصات الرقمية الأخرى ، مما يتيح وصولها لجمهور واسع و التفاعل من خلال ابداء الرأى و الاعجاب و إمكانية إعادة النشر .

الخلاصة Conclusion

1. في ختام هذا البحث، يتضح أن تصميم حملات التوعية الصحية يتطلب اهتمامًا كبيرًا بالعناصر الجمالية والتواصل الفعال مع الجمهور المستهدف. إن الرسوم التوضيحية المتحركة والتصميم الجرافيكي يلعبان دورًا أساسيًا في إيصال الرسائل الصحية، حيث يسهلان فهم المعلومات المعقدة وجذب انتباه الجمهور. كما أن استخدام الألوان والخطوط المناسبة، بالإضافة إلى فهم الاحتياجات الثقافية والاجتماعية للجمهور، يعزز من فعالية الحملات.
2. تعتبر الحملات الصحية أداة مهمة لتعزيز الوعي العام والمساعدة في تغيير السلوكيات الصحية. لذا، يجب على المصممين والجهات المعنية أن يعملوا على تطوير استراتيجيات مبتكرة ومؤثرة، تستفيد من التكنولوجيا الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور أوسع وتحقيق تأثير إيجابي.
3. من خلال اتباع هذه المبادئ، يمكن تحقيق أهداف الحملات التوعوية الصحية بنجاح، مما يسهم في تحسين الصحة العامة وزيادة الوعي بالممارسات الصحية السليمة.