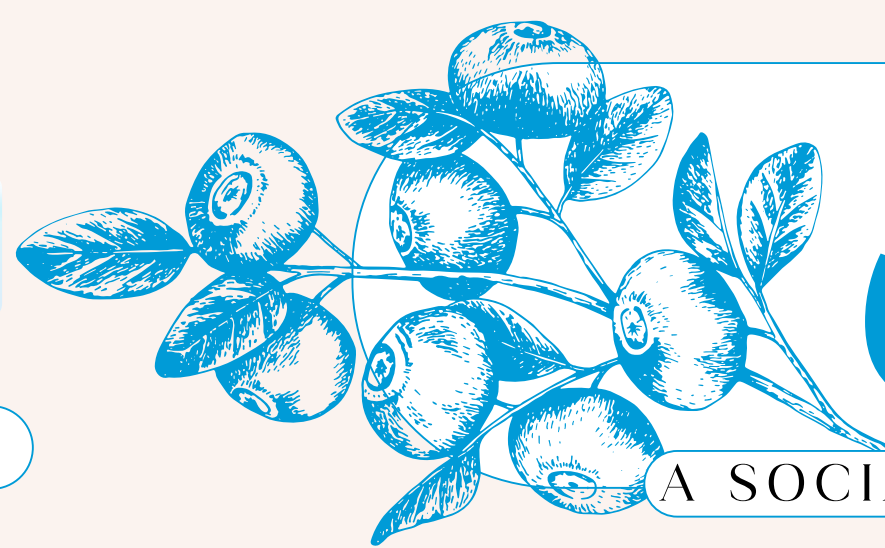




ديسمبر 2024



# توت أزرق

A SOCIAL CLINIC MAGAZINE

SOCIAL  
CLINIC

العدد التاسع

في هذا العدد

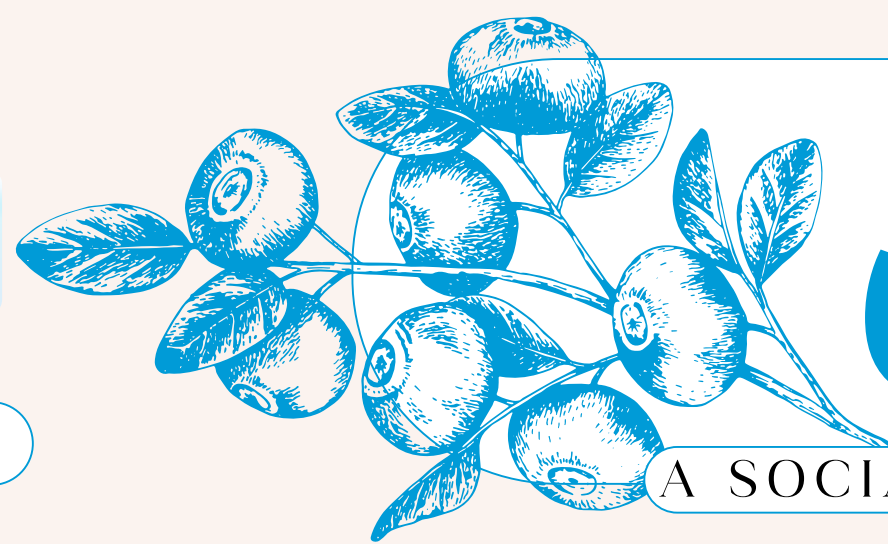


ديسمبر 2024

توت أزرق

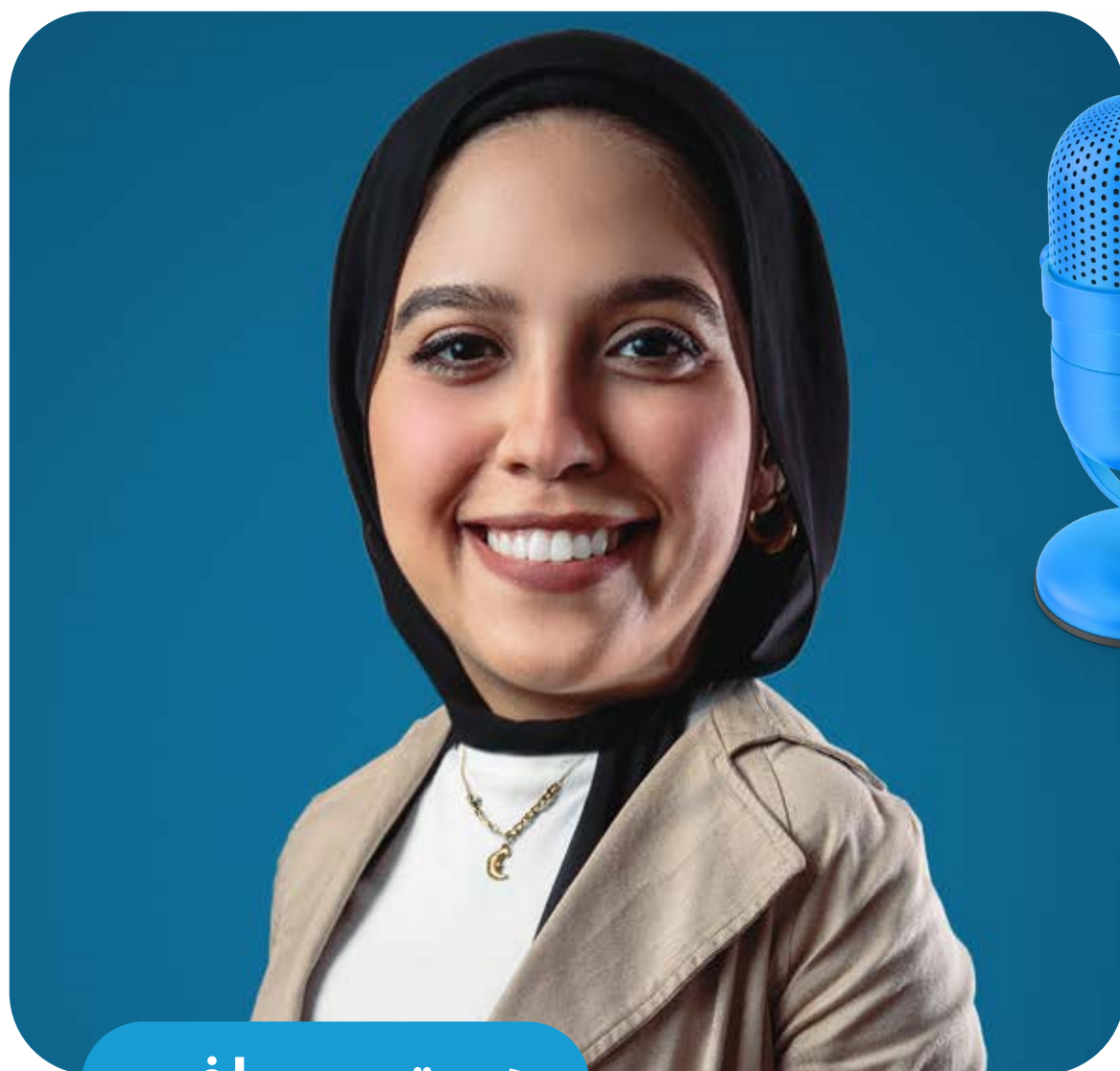
العدد التاسع





في هذا العدد

## واحد منا



همت مصطفى



همت مصطفى  
مصمم جرافيك أول  
مكتب مصر 🇪🇬

همت، واحدة من الناس اللي يعيشوا شغفهم في كل التفاصيل، تشتغل على السوشيال ميديا والتصميم الجرافيكي باحترافية، وتقول عن شغلها: "أحلى حاجة فيه إنه يخليني أحقق خيالي وأعمل كل حاجة بإيدي"، درست فنون تطبيقية، ومن أيام الكلية وهي حاسه إن المجال دا مجالها 🧐

خارج المكتب، تحب تروح النادي عشان تخفف ضغوطات الشغل والحياة؛ لأنها تشوف أن الموازنة بين العمل والحركة ضرورية، خاصة مع طبيعة العمل المكتبي 🖱️

أما في الوبكند، تحب اليوغا والتأمل عشان تصفي دماغها، وكمان ما تستغنى عن الأفلام والمسلسلات، خصوصًا ال thriller وفيلمها المفضل Prisoners 🎬

همت شايفه إن الصبر هو مفتاح النجاح وأن "ربي ما يضيع مجهود حد".

ومن النصائح اللي تعلمتها من أبوها: "اليوم اللي ما تنزل فيه، بتخسر فيه فرصة تتعلم حاجة جديدة" عشان كدأ دايم تتحرك وتتعلم وما تكسل ⚡

ولو سألتها عن نصيحة تحب تشاركها، تقول ببساطة: "مفيش حاجة مستاهله، عدي الأمور وكبر دماغك" ❤️🧠

## الفن ما وراء الإعلان

### عطه زود

زودناها بالإبداع، عشان نخليك تزودها بالابتسامة 😊

💡 بداية القصة كانت البحث عن فكرة مختلفة الإعلانات المميزة تبدأ دائمًا بسؤال:

"كيف نخلي الناس تتذكرنا؟"

بالنسبة لنا، كان الجواب بسيط بقدر ما هو عميق، نحتفل بالكرم السعودي 🇸🇦

فكرة عطه زود مستوحاة من هذا الكرم، ومن كلمة كلنا نستخدمها لما نعبر عن حبنا ونبدخ على أحبائنا 💖

التحدي: تحويل هذه الكلمة إلى فيلم 🎬  
الحل: الهياط بحبكة سعودية خاصة ✨

يقول واحد "أنا نمت 10 ساعات!" يرد الثاني "أنا نمت 12!"  
هذه كانت الشرارة اللي أوحت لنا بفكرة الإعلان.

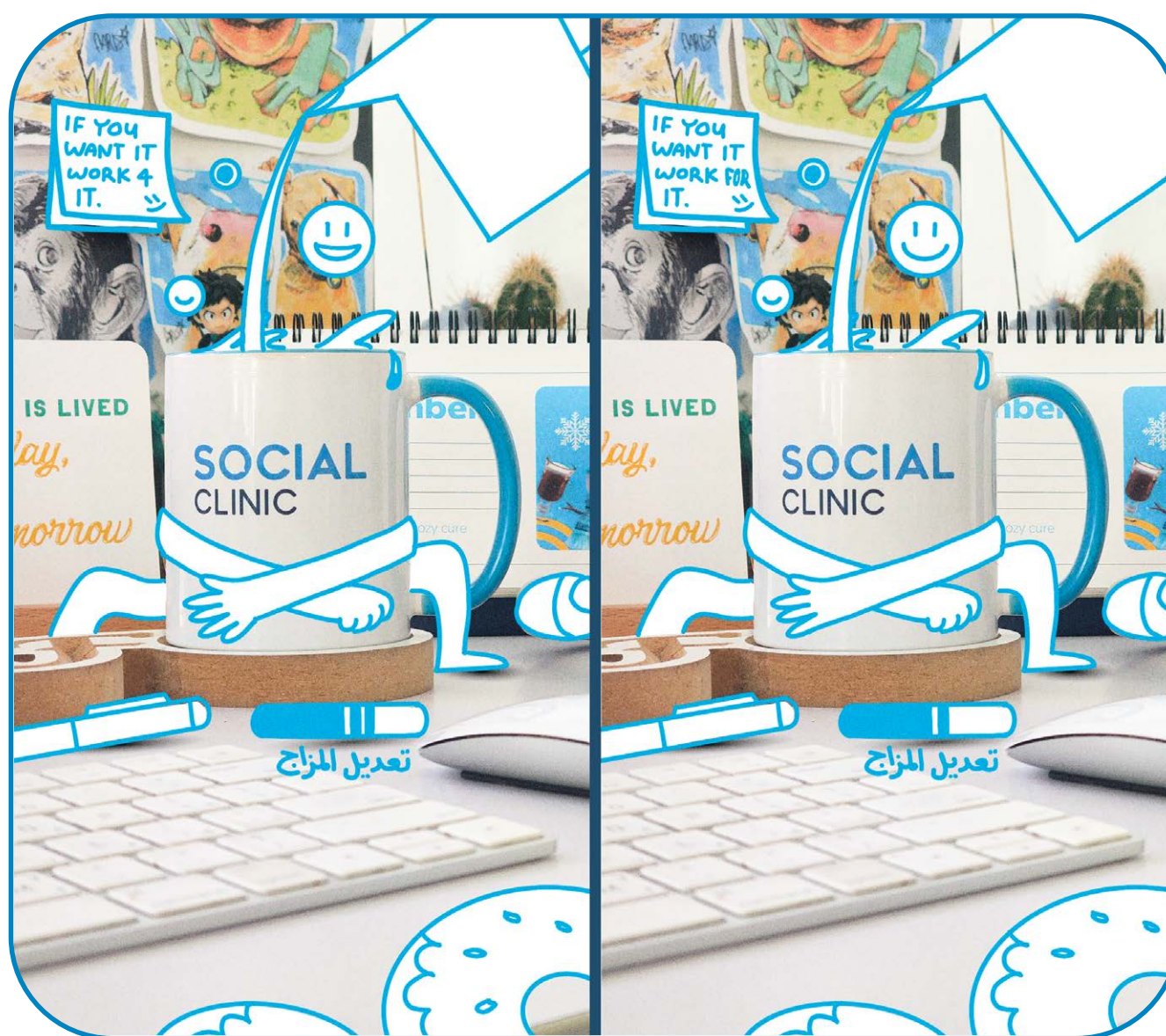
فكرنا في شيء كل السعوديين يسوونه: المنافسة العفوية والهياط الزايد  
عارفين كيف بين الأصحاب، كل واحد يحاول يزود شوي؟  
كتبنا حوارات فكاهية تذكرك بمواقف مرت عليك قبل، والرسالة واضحة: مهما كنت رهيب، فيه دائمًا اللي أزود منك! ➡️



صورنا مشاهد تدور حول صاحبين استغلوا عرض الكاش باك شوية أكثر من اللازم 🤪  
لكن بتفاصيل صنعت فرق:

- كوميديا تعتمد على المواقف المضحكة والمفاجآت المتتالية 🤡
- ممثلين Class A وإخراج فنان، عشان تستمتع فعليًا!
- مشاهد سريعة وفي محلها، كل مشهد يضيف قيمة جديدة الإعلان كان رحلة تبدأ من اللحظة الأولى ولا تنتهي إلا مع آخر مشهد، مليون مبالغات وتفاصيل محبوكة؛ هدفها الأساسي نخليك تنبسط في كل لحظة منه 😊

## عيونك تشوف الفرق

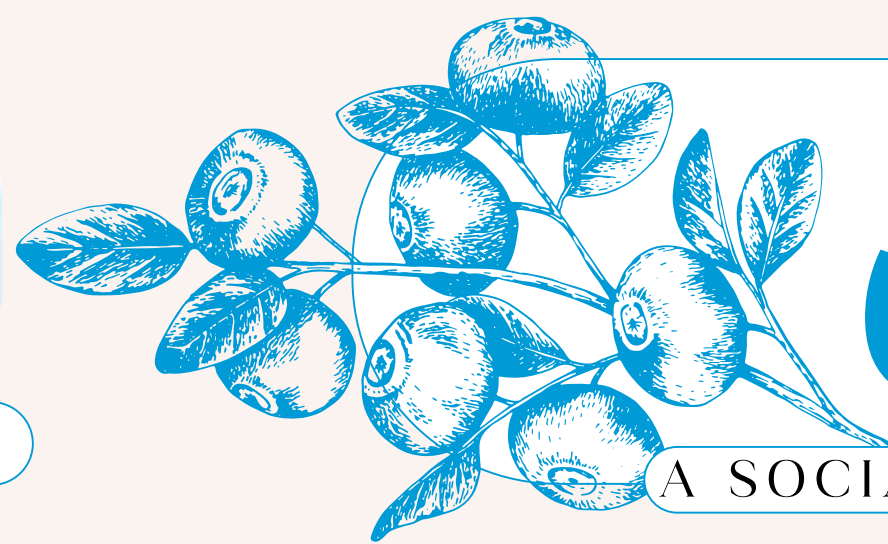


## أسئلة كونية

لو كنت رايح للمريخ، وش بتأخذ معك؟







## في هذا العدد

## قصص من ورشة التحرير

سيد النظام والانضباط  
مسيطر على الأبواب بالتمام  
حافظ الأوقات بدون خطأ أو نسيان  
ما يهمله منصبك يهمله وجودك  
معه لازم كل يوم تثبت حضورك  
من تتوقعوا حارسنا الصامت؟

شاركونا إجاباتكم على البريد الإلكتروني للموارد البشرية.  
إجابة سؤال العدد السابق:  
Tea boys

## ملخص 2024

### محمد الأيوبي | مديرنالكبير

2024 ما كانت مجرد سنة، كانت محطة مليانة إنجازات وتحديات صنعت منها ذكريات لا تُنسى، كانت عامرة بلحظات صنعتني، أشخاص ألهموني، وتجارب شكلت مستقبلي، خصوصاً مع بداية فصل جديد مع دراسة الـ MBA التي كانت تحدي كبير، لكنها علمتني معنى الاجتهاد والطموح الحقيقي، كل لحظة عشتها في 2024 رح تكون أساس لنجاحات أكبر في 2025.

### هنا محمد | لخفة الدم عنوان

2024 كانت مزيج من البساطة والجمال، بالنسبة لي، السعادة الحقيقية موجودة في التفاصيل الصغيرة، أُمي، قطي، وراحتي النفسية، هذا الثلاثي هو عالمي ومساحتي الأمانة.

### باسل دويري | الشغوف الطموح

2024 علمتني إن الشغف والإصرار هم الدافع الحقيقي لأي إنجاز وفي 2025، أطمح أخلي شغفي يثمر أكثر، وأبني جسور أقوى مع الناس التي أحبهم، لأن الحياة تكبر وتزهر بوجودهم فيها.

### بسمة بكر | نجمة البادل

2024 كانت سنة من البطولات، مو بس على أرض الملعب، لكن في كل جانب من حياتي، فمضرب البادل هو امتداد لشخصيتي الطموحة! في 2025 راح أواصل السعي بأن أكون النسخة الأفضل مني والرحلة مستمرة.

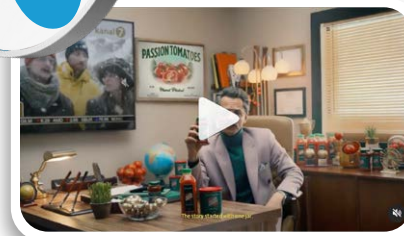
## النشرة السرية:

من تصميم وتطوير أنظمة المعلومات الرقمية، إلى تمثيل الإدارة العليا والإشراف على الشؤون الإدارية

خمنوا معنا مين موظفنا التي ترك عالم تكنولوجيا المعلومات وتوجّه لعالم الإدارة؟

## إعلان تحت المجهر

### من وجهة نظر مخرج إعلانات



إيش أحب هذا الإعلان؟ الإعلان هذا أشبه برحلة ممتعة لعالم غريب وفريد من نوعه، المخرج أبدع في بناء هذا العالم من أول لقطة، يجذبك بقوة ويخليك تندمج وتتساءل إلى وين بتوصل مغامرات البطل المجنونة، بطابع خفيف وظريف، يشدك لآخر لحظة وأنت تشوف البطل يبالي في كل حركة يسويها 🤖

**المبالغة** هنا هي العنصر الأساسي وكل شيء فيها مصمم بعناية لذلك نشوف المخرج بذكاء يوازن بين لحظات خيالية ولمسات بسيطة من الواقع، تخلي رحلة البطل قريبة منك ومسلية بنفس الوقت ⚡

أما تصميم المكان، شيء خرافي! المخرج واضح إنه فنان في اختيار التفاصيل، من زوايا الكاميرا الديناميكية إلى الألوان الزاهية والمؤثرات المبهرة التي تسرد قصة تخليك مشدود، والبطل نفسه شخصية مميزة.. نشوف تطوره بشكل بسيط لكنه واضح، خاصة مع تزايد إحباطه التي يقوده لمواقف كوميدية ما توقف تخليك تضحك 😂

**إيقاع الإعلان ممتاز**، المخرج حافظ على الحماس وما في لحظة ملل، وكلنا ننتظر بشوق نعرف إيش اللي راح يصير بعد. والموسيقى الكلاسيكية هي **اللمسة الأخيرة** المثالية التي أضافت جو كرتوني مرح رفع مستوى الإعلان كامل وخلاصة تجربة ممتعة للنهاية.

تحية كبيرة للفريق التي حول هالفكرة الممتعة لواقع مليون جمال وضحك! 🙌



NBE - "GREED IS GOOD"  
اضغط هنا!

## جديد السوق:

### MEMES

عندما يتحول التسويق إلى فن من الفكاهة 🤖

انتهى اليوم زمن الإعلانات المملة، فلو كنت تعتقد أن الإعلان لازم يكون رسمي ومباشر عشان ينجح ويبيع، فكر مرة ثانية! 🤖

ما عاد هدف العلامات التجارية البيع فقط، ينص التوجه الجديد على كيفية ربط العلامة بكتك اليومية ومواقف حياتك الطريفة. أصبحت الميمز الآن لغة العصر الشبابية، وما عادت مجرد صور فكاهية، بل طريقة جديدة لخلق ارتباط ما بين العلامات التجارية والجمهور ووسيلة للتواصل وبناء علاقة مع الأجيال الجديدة 🙌

في عالم الميمز، الضحكة هي المفتاح 🌟

شركات اليوم بتقدّم محتوى قريب من الناس، يلمس قلوبهم ويرسم ابتساماتهم بعيداً عن فكرة البيع المباشر، العلامات الناجحة صارت تعرف إن روح الدعاية وسيلة أسرع للوصول والتأثير 📺

كل ميم، هو فرصة تسويق ذكية تخلي علامتك أخف وأقرب للعامّة، فإعلانات اليوم تتحول من كونها كلمات ثقيلة إلى لحظات ممتعة يشاركها الجميع 🔄







## في هذا العدد

# من واقع تجربة من واقع تجربة

## سألنا موظفين Social Clinic

ايش الجوانب الأخلاقية الي مهم نراعيها في خصوصية البيانات وسريتها؟

### سارة خطاب

أيقونة التصميم الفنان

#### وضح:

خصوصية البيانات بالنسبة لي يعني حماية المعلومات الشخصية للناس، سواء كانوا عملاء أو موظفين، واحنا في شغلنا نحمي البيانات الي نجمعها ونخزنها ونستخدمها، ونتعامل معها بحذر ونتبع القوانين. ولأن الخصوصية أساس الثقة، ما راح يتعامل معنا العميل إذا ما حس إن بياناته آمنة.

طيب ليش الخصوصية مهمة؟ لأن البيانات قيمتها عالية جدًا لدرجة إنه ممكن تكون مصدر تهديد، عشان كذا أي تسريب أو خطأ ممكن يضر بالأشخاص المعنيين ويأثر على شركتنا.

### محمد حمادة

ملح الجلسة

#### عبر:

طبعي إننا نحب نشارك الناس لما نكتشف شيء رهيب عن أي علامة تجارية، إحنا بشر في الأخير ومشاركة الحماس شيء فطري، لكن متى وكيف نمسك أنفسنا عن المشاركة؟ هنا يظهر معدن الأشخاص الحقيقي. لما نحكي القصص الي نأتمن عليها، إحنا هنا نظهر احترافيتنا ونقدّر ثقة عملائنا ونطلع قصصهم للنور في الوقت الصح.

### ميساء خان

المبدعة خلف الكواليس

#### قالت لنا:

خصوصية البيانات في شغلنا تعني إننا نحافظ على كل المعلومات الي نتعامل معها ونضمن إنها في الحفظ والصون وما يطلع عليها أحد إلا الأشخاص الي لهم الصلاحية.

وهذه المسألة مهمة لأنها مسؤولية أخلاقية ومهنية، العملاء يعطونا ثقتهم لما يشاركوا معلوماتهم، وأي تقصير في حماية البيانات ممكن يؤثر على سمعتنا ومصداقيتنا، غير إنه ممكن يسبب مشاكل قانونية؛ عشان كذا الحفاظ على الخصوصية هو جزء أساسي من شغلنا ونجاحنا.

### زياد عثمان

أسطورة التسويق

#### قال:

لو ولد المخرج حرق عليك نهاية فيلم أفينجرز الجديد في السوشال ميديا، بتروح تشوفه؟

غالبًا لا.. نفس الشيء ينطبق على الحملات التسويقية؛ أي مسوق ما بيغى حملته تتسرب قبل موعدها، لأن هذا يقتل عنصر المفاجأة ويجبر العلامة التجارية إنها تطلق حملتها قبل نضوجها.

عشان كذا خصوصية البيانات شيء أساسي، الشفافية في مشاركة البيانات لازم تظل محصورة بين أصحاب المشروع، مع العميل طبقا عشان ينجح العمل، ومع كذا لازم كل الأطراف تحترم خصوصية البيانات وتحافظ عليها، حتى وانت مع عائلتك، بس عشان تحميها من التسرب العامة والمنافسين.

## توت مقطوف



### كتاب الشهر على توصيات

هيثم درويش - حرب الفن

يعتبر هذا الكتاب مرجع رائع لكل مبدع نفسه يتغلب على صراعاته الداخلية الي تمنعه من كشف مواهبه للعالم. الكاتب يشرح إن هذا الصراع أو "المقاومة" ممكن يكون مصدرها التسويف أو الخوف من التغيير، لكنها جزء طبيعي من أي رحلة إبداعية.

وبما إنه **المقاومة جزء أساسي من أي رحلة إبداعية**، ولأننا مستحيل نتجنبها إلا مع الشغل المستمر والانضباط والوعي الذاتي، وقتها راح يكون **هذا الصراع دافع للإبداع**. يقدم الكاتب تشبيه جريء يقول: «كان من الأسهل على هتلر بدء حرب عالمية ثانية بدلاً من مواجهة لوحة فارغة!».

#### رسالة الكتاب؟

النجاح في مواجهة الخوف والصراع الداخلي يفتح عليك أبواب الإبداع وينعكس بشكل إيجابي على محيطك.

## مشاكل وحلولها

### الموازنة بين الإبداع والمعايير العملية

كيف تطلع بأفكار إبداعية جديدة مع التزامك بالمعايير المطلوبة؟

أحياناً تحس إن الإبداع والتزامك بالمعايير مثل طرفين في لعبة شد الحبل.. الإبداع طبيعته جامحة، يحب يكسر القواعد ويطلع بأفكار جديدة، بينما المعايير المطلوبة تكون الهاجس الهادي الي يقول لك: **انتبه ترا في حدود وقوانين - ترا فيه بريف! ⚠️**

ويكمن السؤال: **كيف تقدر تجمع بينهم بدون ما تخسر لا هذا ولا ذاك؟ 🤔**

#### - خلي الالتزام بالمطلوب تحدي للإبداع

بدل ما تشوفه كعائق، اعتبره تحدي يخليك تفكر بذكاء قول: "نعم بنحقق الهدف، وبنوصل الفكرة ضمن القواعد المطلوبة" هذا الأسلوب يشجعك على ابتكار حلول إبداعية مناسبة.

#### - خصص مساحة للإبداع

اجلس مع فريقك أو حتى لحالك واخلق مساحة تفكر فيها بأفكار خارج الكواكب، بدون ضغط المعايير، بعد ما تطلع أفكارك الرهيبة ارجع وشوف كيف ممكن توظفها بشكل يناسب المطلوب.

#### - شوف القوانين بطريقة مختلفة

بدل ما تقول "هذا غلط" شوف المعايير كإطار يخليك تفكر بطرق غير متوقعة، مثل الشاعر الياباني الي يكتب شعر (الهايكو) جماله في قواعده وكلماته المحددة الي توصف أعماق المشاعر لأن هذه القيود نفسها أحياناً تكون سبب جمال الفكرة.

#### - جرب ولا تخاف

مو كل فكرة لازم تنجح، والتجارب الفاشلة هي جزء من الرحلة أهم شيء تكون تجاربك محسوبة وما تعرضك أو فريقك لمشاكل كبيرة.

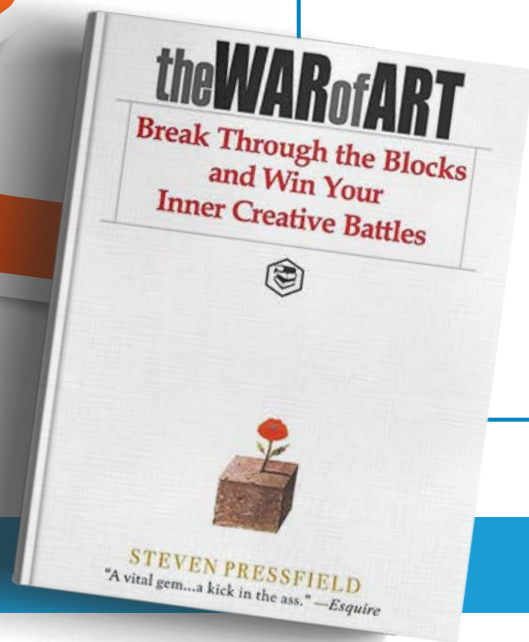
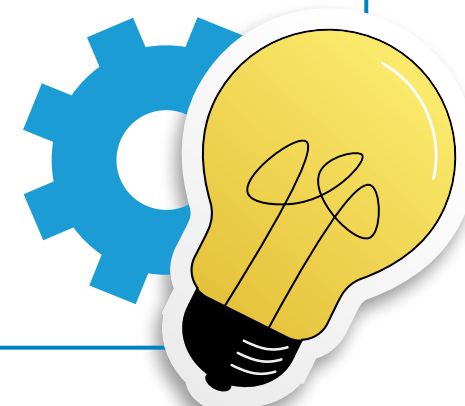
#### - احتفل بالإبداع وفق المعايير

أبرز وكرم الفرق أو الأفراد الي قدروا يحققوا توازن بين الابتكار والمطلوب، هذا يشجع الكل على السعي وراء حلول مبدعة وفق الضوابط.

**الخلاصة:** الموازنة بين الإبداع والمعايير رحلة مستمرة تحتاج شجاعة التجربة وروح الفريق الي يؤمن بالحلول المبتكرة والملتزمة بالمطلوب.

**قدّم أشياء عظيمة، لكن تذكر دائماً:**

أنك لازم تبقى ثابت على مبدأ الالتزام بالمطلوب ⭐





في هذا العدد

# فلسفة بياعين..

## سألنا أدهم عباس

عن رأيه في استخدام تصاميم خارجية معتمدة على الذكاء الاصطناعي وهل يعتبرها حل فعال أو فيه عيوب ممكن نتجنبها؟

يقول أدهم: صحيح إن الذكاء الاصطناعي صار الحدث اللي الكل يتكلم عنه وكأنه راح يستولي على كل الوظائف الإبداعية ويمكن أكثر! لكن بالنسبة لي، بيظل بدون روح، تقدر تطلع بصور حلوة وتوصل رسائل واضحة، لكن المشاعر الحقيقية ما توصل "إلا من شيء طالع من القلب" والتواصل الحقيقي والأصيل يحتاج يكون من قلب حي 🧡

لما يكون الإعلان فيه ناس حقيقيين، يعطيك إحساس بالأصالة وهذا شيء مستحيل الذكاء الاصطناعي يقدر يوصله، حتى لو صار متطور جدًا وبالنسبة لي، ما أحب أشوف عملاء يعتمدون بالكامل على تصاميم 100% من الذكاء الاصطناعي، بوجوه ما لها وجود حقيقي وأحس إن هذا الشيء ما يعكس التطور، بل تصرف سطحي وكسول 🙄

ما تفهموني غلط، أنا مو ضد الذكاء الاصطناعي أبداً أنا استخدمه يوميًا.. لكن أوّمن إن دوره يدعم الشيء الحقيقي ويقويه، مو يستبدله!

تخيل تعرض على العميل تصميم أولي وهو يقول لك خلاص هذا يكفي ما نحتاج النسخة النهائية أكيد بتكون رافض للفكرة تمامًا صح؟ طيب ليش نرضى نستخدم صور الذكاء الاصطناعي وكأنها كفاية؟ 🤖

## عمر ك دريت؟

قد تساءلت من وين جات كلمة إعلان؟

هي كلمة أصلها لاتيني من "advertere" الي معناها "الالتفات نحو شيء" 🧐✨ في بداياتها، كانت تعني مجرد لفت الانتباه لشيء معين ومع الوقت تطور المبدأ، لكن الفكرة الأساسية ما تغيرت الإعلان دايماً هدفه يلفت نظر الناس لمنتج أو خدمة! سواء كان بعبارة جذابة أو صورة تخطف العين، الغاية هي إنك توقف، تطالع، وتعطي كل انتباهك! 📣🌟

## نشرة الأخبار في كل عدد أخبارنا تحمل نكهة مختلفة 🍷

طلاب كلية الإعلان بجدة في زيارة ملهمة!

بدأت الزيارة بجولة تعريفية في أقسام Social Clinic تلتها كلمة ملهمة حول الانتقال من الحياة الجامعية إلى الحياة الوظيفية في عالم التسويق والإعلانات. وختمنا الزيارة بمشاركة تجاربنا الشخصية واستعراض دراسة حالة لأحد عملائنا الأساسيين 🧑🏫🧑🏫🧑🏫



KIA KIA في الرياض

KIA KIA في الرياض

انضمام مبدعين جدد إلى فريقنا، نرحب بكل من:

- ديمة العتيبي | مصممة جرافيك
- عبد الرحمن الإندونيسي | مصور ومحرر فيديوهات
- عبد المحسن النزهة | مصور متعدد المهارات
- نزار قفاص | مصمم جرافيكي

أسرتنا تكبر، والفن قاعد يكبر 🎨🧑🏫🧑🏫

كروز أروبا يبدأ رحلته مع نجوم الفن 🇶🇦❤️

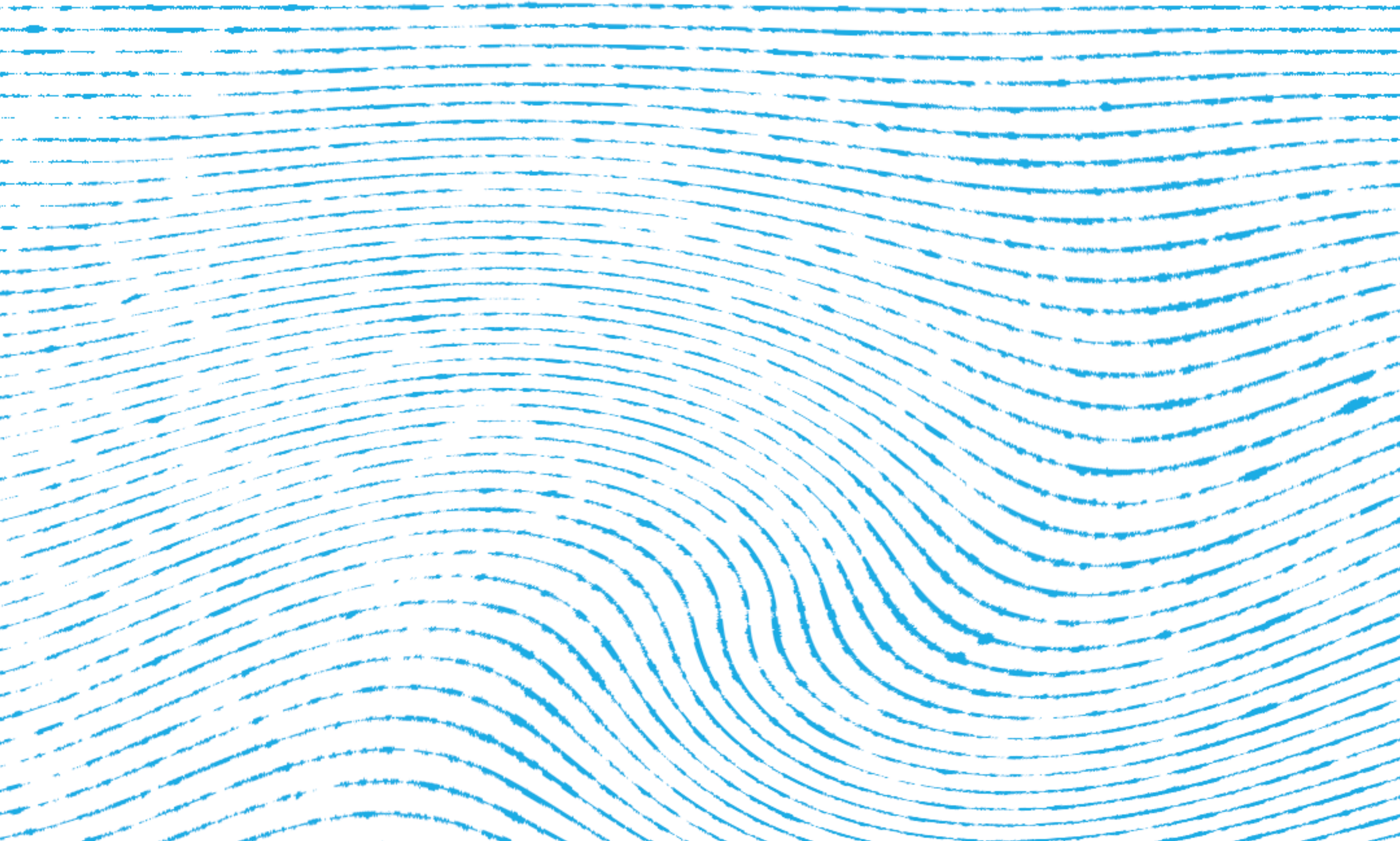
زينة عماد، عبادي الجوهر وتامر عاشور، يحيوا افتتاح كروز أروبا بمواهبهم الاستثنائية 🌟

حفل تدشين كروز أروبا.. تفاصيل أجمل بداية 🌊

السفينة جاهزة للإبحار بعد حفل تدشين مميز بحضور العديد من الشخصيات المهمة 🇶🇦







كنتم مع



توت أزرق

A SOCIAL CLINIC MAGAZINE

سنة جديدة سعيدة