

## 03 · الصور

## نموذج البريف البصري لإنتاج الصور

بريف من صفحة واحدة يحدد الموضوع والتكوين والكاميرا والإضاءة والمواد وألوان البراند والمراجع ومكان النص والنسبة ومعايير المراجعة، مع ثلاثة بريفات مكتملة.

لمن: لمسؤولي التسويق والمصممين وأصحاب المشاريع الذين ينتجون صورًا بالذكاء الاصطناعي أو يطلبونها من غيرهم. المستوى: مبتدئ

الإصدار 1.0 · 21-09-2026

## لماذا تحتاج بريفاً قبل أن تكتب أمر الصورة

أمر من كلمتين مثل «صورة عطر» يعطيك صورة جميلة أحياناً، لكنها صورة /الأداة/ لا صورتك: ألوان لم تخترها، وزاوية لا تناسب المنشور، ولا مساحة للنص، وأسلوب يختلف في كل مرة. البريف البصري يحسم هذه القرارات قبل التوليد، فيصبح أمر الصورة مجرد ترجمة للبريف، وتصبح المراجعة مقارنة بمعايير مكتوبة لا ذوقاً متقلّباً. البريف مفيد أيضاً حين لا تولّد الصور بنفسك: تسلمه لمصمّم أو زميل، أو تعود إليه بعد شهر لتنتج صورة جديدة من السلسلة نفسها.

**قاعدة الجلسة:** الأسلوب الثابت أهم من الصورة الجميلة. صورة جيدة تشبه باقي صورك أنفع لعلامتك من صورة مبهرة لا تشبه شيئاً.

## من البريف إلى الأمر: تشريح أمر الصورة

أي أمر صورة جيد يمكن تفكيكه إلى ثمانية أجزاء، وهذا ما سنبنّي عليه البريف:

[الموضوع الرئيسي] + [الفعل أو الوضعية] + [البيئة] + [الأسلوب] + [الإضاءة] + [الزاوية والعدسة] + [الألوان] + [النسبة]

البريف يضيف إلى ذلك ما لا يدخل في الأمر مباشرةً لكنه يحكم العمل: الهدف والاستخدام، المواد والملمس، المراجع، مكان النص، الممنوعات، ومعايير المراجعة.

## حقول البريف واحداً واحداً

## 1. الهدف والاستخدام

أين ستظهر الصورة، ولماذا؟ صورة رئيسية لصفحة منتج، منشور إنستغرام، غلاف قصة، لافتة مطبوعة. الاستخدام يحدّد النسبة والدقة المطلوبة ومساحة النص، والهدف يحدّد ما يجب أن يلفت العين أولاً.

## 2. الموضوع

ما الشيء أو المشهد الرئيسي؟ كن محدّدًا في الشكل والحجم والتفاصيل المهمة. «رغيف خبز» عام؛ «رغيف دائري من القمح الكامل مغطى بطبقة خفيفة من الزعر والسمسم، مقطوع منه ربع يظهر لّبه» محدّد. إن كان المنتج حقيقياً فاكتب تفاصيله التي لا يجوز أن تتغيّر: الشكل، اللون، الملقق، عدد القطع.

## 3. الفعل أو الوضعية والبيئة

ماذا يحدث في الصورة، وأين؟ هل المنتج موضوع على سطح، أم في يد، أم في استخدام؟ ما المكان: مطبخ، طاولة خشبية، رفّ محل، خلفية لونية بسيطة؟ البيئة تحمل معنى: الطاولة الخشبية توحى بالبيت، والخلفية الملونة المسطحة توحى بالحدائق.

## 4. التكوين

أين يقع الموضوع في الإطار، وكـم يشغل منه؟ في المنتصف أم على أحد الثلثين؟ لقطة قريبة أم متوسطة أم واسعة؟ هل توجد عناصر في المقدمة تعطي عمقاً؟ حدّد أيضاً ما يجب أن يبقى فارغاً، وهذا يرتبط مباشرة بمكان النص.

## 5. الكاميرا: الزاوية والعدسة والعمق

حق في الصور المولّدة، لغة الكاميرا تعطي النموذج إشارات مفهومة: **الزاوية** (مستوى العين، من الأعلى مباشرة، من زاوية منخفضة، زاوية 45 درجة)، **العدسة** (عدسة واسعة تُظهر المكان، عدسة 50 مم قريبة من رؤية العين، عدسة 85 إلى 100 مم للمنتجات والوجوه بتشويه أقل)، و**عمق الميدان** (ضحل يجعل الخلفية ضبابية ويعزل الموضوع، أو عميق يُظهر كل شيء واضحاً).

## 6. الإضاءة

الإضاءة تصنع المزاج أكثر من أي عنصر آخر. حدّد المصدر (نافذة جانبية، شمس صباحية، إضاءة استوديو ناعمة)، والاتجاه (جانبية، خلفية، أمامية)، والطابع (ناعمة، حادّة الظلال، دافئة، باردة). مثال: «ضوء صباحي دافئ من نافذة على اليسار، ظلال ناعمة، انعكاس خفيف على السطح».

## 7. المواد والملمس

مم تُصنع الأشياء في الصورة، وكيف يجب أن تبدو ملمسًا؟ خشب زيتون خام، رخام أبيض، كتّان مجعّد، زجاج شفاف، ورق معاد التدوير. المواد هي ما يجعل الصورة تبدو «حقيقية» أو «بلاستيكية». واذكر المواد الممنوعة إن كانت تتعارض مع هويتك، مثل الأسطح اللامعة جدًّا لعلامة تريد الإحساس الطبيعي.

## 8. ألوان البراند

اكتب الألوان بأسمائها وأكوادها إن وجدت، وحدّد أدوارها: اللون المسيطر، اللون الثانوي، ولون التمييز الذي يظهر بمساحة صغيرة. النماذج لا تلتزم بالأكواد بدقة دائمة، لذا اكتب الوصف اللوني أيضًا («أخضر زيتوني داكن») وراجع النتيجة بعينك أو بأداة قياس الألوان في برنامج التصميم.

## 9. الأسلوب وجملة الأسلوب الثابتة

هل الصورة تصوير فوتوغرافي واقعي، أم رسم توضيحي مسطح، أم ثلاثي الأبعاد، أم ألوان مائية؟ اكتب الأسلوب في جملة واحدة ثابتة تنسخها في آخر كل أمر للعلامة نفسها؛ هذه «جملة الأسلوب» هي أهم أداة للاتساق بين الصور.

## 10. المراجع

صور مرجعية توضّح ما تريد: صور سابقة لعلامتك، صورة حقيقية للمنتج، لوحة ألوان. اذكر لكل مرجع ما الذي تأخذه منه بالتحديد (الإضاءة فقط، التكوين فقط). لا تستخدم أعمال مصوّرين أو علامات أخرى كمرجع للنسخ، ولا تطلب «بأسلوب» فنان حيّ أو علامة معروفة.

## 11. مكان النص

إن كانت الصورة ستحمل عنوانًا أو شعارًا، فحدّد أين، واطلب مساحة فارغة هادئة في ذلك المكان. في التصميم العربية يبدأ النظر غالبًا من اليمين، فخطط لذلك. ولا تطلب من المولّد كتابة النص العربي داخل الصورة: الكتابة العربية في أغلب المولّدات ما زالت غير موثوقة حتى وقت كتابة هذا الدليل (أيلول 2026). ولّد الصورة بلا نصوص، وأضف النص والشعار في برنامج التصميم.

## 12. النسبة والدقة

حدّد نسبة الأبعاد من البداية لأن تغييرها لاحقًا يقصّ التكوين: 4:5 لمنشورات إنستغرام العمودية، 1:1 للمربّع، 9:16 للقصص والفيديو العمودي، 16:9 لأغلفة المواقع والعروض. إن كانت الصورة للطباعة فاذكر المقاس، وخطط لرفع الدقة بعد التوليد.

## 13. الممنوعات

ما الذي يجب ألا يظهر: نصوص، شعارات أخرى، وجوه أشخاص حقيقيين، أطفال يمكن التعرّف عليهم، عناصر تخالف قيم الجمهور، منتجات منافسة. الممنوعات المكتوبة توفّر جولات توليد كثيرة.

## 14. معايير المراجعة

كيف ستقرّر أن الصورة مقبولة؟ اكتبها قبل التوليد، لا بعده، حتى لا تقع في حبّ صورة جميلة لا تخدم الهدف. ستجد جدول معايير جاهزًا في نهاية الدليل.

# البريف الفارغ

## البريف البصري

اسم المشروع / العلامة: [ ] تاريخ البريف: [ ] رقم الصورة: [ ]  
الهدف والاستخدام: [أين ستظهر الصورة، وما الذي يجب أن يلفت النظر أولاً]  
الجمهور: [من سيري الصورة]

الموضوع: [الشيء أو المشهد بتفاصيله التي لا يجوز أن تتغير]

الفعل / الوضعية: [ماذا يحدث]

البيئة: [المكان والخلفية]

التكوين: [موقع الموضوع، حجم اللقطة، ما يبقى فارغاً]

الكاميرا: [الزاوية] / [العدسة] / [عمق الميدان]

الإضاءة: [المصدر، الاتجاه، الطابع]

المواد والملمس: [المواد المطلوبة] / ممنوع: [مواد لا تناسب الهوية]

ألوان البراند: مسيطر [ ] / ثانوي [ ] / تمييز [ ]

الأسلوب (جملة الأسلوب الثابتة): [ ]

المراجع: [المرجع 1: ما نأخذه منه] [المرجع 2: ما نأخذه منه]

مكان النص: [أين، وما المساحة المطلوبة] - النص يُضاف في التصميم لا في التوليد

النسبة والدقة: [4:5 / 1:1 / 9:16 / 16:9 / مقاس الطباعة]

الممنوعات: [نصوص، شعارات، وجوه حقيقية، ...]

معايير المراجعة: [3 إلى 5 معايير]

المسؤول عن الموافقة: [الدور]

الهدف والاستخدام: أين ستظهر الصورة، وما الذي يجب أن يُرى أولاً؟

الموضوع وتفاصيله الثابتة

التكوين والكاميرا والإضاءة

المواد وألوان البراند وجملة الأسلوب

## تحويل البريف إلى أمر صورة

بعد أن يكتمل البريف، رتب حقوله في أمر واحد بهذا القالب. الترتيب ليس مقدّساً، لكن البدء بالموضوع ثم التفاصيل ثم الأسلوب يعمل جيداً مع أغلب المولّدات. كثير من المولّدات تفهم الإنجليزية بدقة أعلى؛ إن كانت نتائج العربية أضعف في أدواتك فترجم الأمر، وأبقِ البريف بالعربية للفريق.

### أمر الصورة من البريف

[الموضوع بتفاصيله]، [الفعل أو الوضعية]، في [البيئة].  
 التكوين: [موقع الموضوع وحجم اللقطة]، مع مساحة فارغة هادئة في [مكان النص].  
 الكاميرا: [الزاوية]، [العدسة]، [عمق الميدان].  
 الإضاءة: [المصدر والاتجاه والطابع].  
 المواد: [المواد والملمس].  
 الألوان: [المسيطر]، [الثانوي]، ولمسة من [لون التمييز].  
 جملة الأسلوب الثابتة].  
 بلا نصوص أو حروف أو شعارات داخل الصورة. [الممنوعات الأخرى].  
 النسبة: [النسبة].

إن كانت أدواتك تقبل صورة مرجعية، فأرفق صورة المنتج الحقيقية واطلب الحفاظ على شكله وملصقه. وإن كان المنتج حقيقياً ومهماً، ففكر في **التعديل لا التوليد**: صوّر المنتج بهاتفك، أزل الخلفية، وضعه في مشهد جديد، بدل أن تطلب من المولّد اختراع شكله.

## ثلاثة بريفات مكتملة

### البريف الأول: صورة منتج رئيسية لمخبز

#### مثال توضيحي

**العلامة:** مخبز الزيتون، طرابلس. **الهدف والاستخدام:** صورة رئيسية لمنشور إنستغرام يعلن خبز القمح الكامل بالزعر؛ يجب أن يرى الناظر الرغيف ولّبه أولاً. **الجمهور:** عائلات الحيّ.

**الموضوع:** رغيف دائري من القمح الكامل بقشرة بنية ذهبية، مغطى بطبقة خفيفة من الزعر الأخضر والسمسم، مقطوع منه ربع يظهر لباً طرياً بفتحات صغيرة. **الوضعية والبيئة:** الرغيف على لوح تقطيع من خشب الزيتون فوق طاولة مطبخ، بجانبه صحن صغير من زيت الزيتون وغصن زعر طازج.

**التكوين:** الرغبة في الثلث الأيسر من الإطار، لقطة قريبة متوسطة، الربع المقطوع مواجه للكاميرا؛ الثلث الأيمن العلوي فارغ نسبيًا لعنوان قصير. **الكاميرا:** زاوية 45 درجة من الأعلى، عدسة 85 مم، عمق ميدان ضحل. **الإضاءة:** ضوء صباحي دافئ من نافذة على اليسار، ظلال ناعمة، بخار خفيف يوحي بأن الخبز طازج.

**المواد:** خشب زيتون خام بعروق ظاهرة، كتّان بيج مجعّد تحت اللوح، فخار للصحن. ممنوع: أسطح لامعة، بلاستيك. **الألوان:** مسيطر: بّي خبز دافئ وبيج؛ ثانوي: أخضر زيتوني داكن؛ تمييز: ذهبي زيت الزيتون.

**جملة الأسلوب:** «تصوير طعام واقعي بإضاءة طبيعية دافئة، ألوان ترابية هادئة، تفاصيل ملمس واضحة، إحساس منزلي صادق، بلا مبالغة في التشيع». **المراجع:** صورة حقيقية للرغيف بالهاتف (نأخذ منها الشكل والقشرة فقط)؛ صورة سابقة من حساب المخبز (نأخذ منها درجة الإضاءة الدافئة).

**مكان النص:** أعلى اليمين، نحو ثلث العرض، يُضاف العنوان والشعار في برنامج التصميم. **النسبة:** 4:5. **الممنوعات:** نصوص، أيّ، أشخاص، أي علامة تجارية على الأدوات.

**معايير المراجعة:** الرغبة يطابق الرغبة الحقيقي في الشكل واللون وكمية الزعتر؛ المساحة الفارغة تتسع لسطرين عربيين بخط واضح؛ لا أجسام مشوّهة أو زيت يطفو بشكل غير طبيعي؛ الصورة تشبه باقي منشورات المخبز.

**الأمر الناتج (مختصر):** «رغيف دائري من القمح الكامل بقشرة بنية ذهبية مغطى بالزعتر والسّمسم، مقطوع منه ربع يظهر لبًا طريًا، على لوح خشب زيتون فوق كتّان بيج، بجانبه صحن فخاري صغير لزيت الزيتون وغصن زعتر. الرغبة في الثلث الأيسر، مساحة هادئة فارغة أعلى اليمين. زاوية 45 درجة، عدسة 85 مم، عمق ميدان ضحل. ضوء صباحي دافئ من نافذة يسارية، ظلال ناعمة، بخار خفيف. تصوير طعام واقعي بإضاءة طبيعية دافئة، ألوان ترابية هادئة... بلا نصوص أو شعارات. النسبة 4:5.»

## البريف الثاني: سلسلة رسوم توضيحية توعوية لعيادة

مثال توضيحي

**العلامة:** عيادة نبض لطب الأسنان. **الهدف والاستخدام:** ثلاث صور لمنشورات توعوية عن العناية بأسنان الأطفال؛ هذا البريف للصورة الأولى «وقت تنظيف الأسنان قبل النوم». يجب أن تشعر الأسرة بالهدوء لا بالخوف. **الجمهور:** أهالي لأطفال بين 4 و10 سنوات.

**الموضوع:** طفل كرتوني بلامح عامة غير واقعية يقف أمام مغسلة ويمسك فرشاة أسنان صغيرة، وأحد والديه يقف بجانبه مبتسمًا. **البيئة:** حَقام منزلي بسيط، مرآة دائرية، كوب فرش أسنان، ساعة حائط تشير إلى الثامنة.

**التكوين:** الشخصيتان في النصف الأيسر، لقطة متوسطة؛ النصف الأيمن حائط بلون هادئ لعنوان ونصيحة قصيرة. **الكاميرا:** مستوى عين الطفل، منظور مسطح بلا تشويه. **الإضاءة:** إضاءة مسطّحة ناعمة بلا ظلال قوية، طابع مسائي هادئ.

**المواد:** أسطح بسيطة بلا ملمس، أشكال بحواف مستديرة. **الألوان:** مسيطر: أزرق داكن هادئ وكريمي؛ ثانوي: فيروزي؛ تمييز: أصفر شاحب للساعة وتفاصيل صغيرة.

**جملة الأسلوب:** «رسم توضيحي مسطح بحواف ناعمة، أشكال مستديرة بسيطة، لوحة ألوان من الأزرق الداكن والفيروزي والكريمي، خلفية بسيطة، بلا تدرّجات قوية، شعور هادئ ومطمئن، بلا نصوص داخل الصورة». تُنسخ حرفيًا في الصورتين الثانية والثالثة.

**المراجع:** لوحة ألوان العيادة (نأخذ منها الألوان فقط). **مكان النص:** النصف الأيمن بالكامل تقريبًا. **النسبة:** 1:1. **الممنوعات:** أدوات طبية مخيفة، دم، وجوه واقعية، أي كتابة.

**معايير المراجعة:** الشخصيات لا تشبه أشخاصًا حقيقيين؛ عدد الأصابع والأيدي سليم؛ الفرشاة في يد الطفل بوضع منطقي؛ الألوان ضمن اللوحة؛ حين توضع الصور الثلاث جنبًا إلى جنب تبدو من علامة واحدة؛ المعلومة التوعوية المرافقة يراجعها طبيب العيادة قبل النشر.

## البريف الثالث: غلاف موقع لمركز لياقة

مثال توضيحي

**العلامة:** مركز لمسة للياقة. **الهدف والاستخدام:** صورة الغلاف الرئيسية في الصفحة الأولى للموقع، يظهر فوقها عنوان وزرّ «احجز حصة تدريبية». يجب أن توجي بالمكان المريح لا بالرياضة القاسية. **الجمهور:** موظفون مبتدئون في الرياضة.

**الموضوع:** قاعة تمارين صغيرة ونظيفة صباحًا، فيها سجّادات يوغا ودمبلز خفيفة مرتّبة على رفّ خشبي ونبته كبيرة في الزاوية؛ امرأة بملابس رياضية محتشمة تمّد ذراعيها في تمرين إطالة، ظهرها نصف مائل عن الكاميرا ووجها غير واضح المعالم. **البيئة:** جدار بلون رملي، نوافذ كبيرة على اليسار.

**التكوين:** لقطة واسعة، الشخصية والعناصر في الثلث الأيسر، الثلثان الأيمنان فراغ هادئ من الجدار والأرضية لعنوان من سطرين وزرّ. **الكاميرا:** مستوى العين، عدسة 35 مم، عمق ميدان متوسط. **الإضاءة:** ضوء نهار طبيعي من النوافذ، ناعم ومنتشر، بلا ظلال قاسية.

**المواد:** خشب فاتح، أرضية مطاطية مظفأة، قماش قطني. ممنوع: كروم لامع، مرايا تعكس الكاميرا. **الألوان:** مسيطر: رملي وأبيض دافئ؛ ثانوي: أخضر مريمية؛ تمييز: برتقالي مظفأ على سجّادة واحدة.

**جملة الأسلوب:** «تصوير داخلي واقعي بضوء نهار طبيعي، ألوان دافئة هادئة، مساحة مرتّبة ومريحة، إحساس صباحي هادئ، تباين منخفض، بلا نصوص أو شعارات». **المراجع:** صور حقيقية لقاعة المركز (نأخذ منها ترتيب المكان ولون الجدار) كي لا يرى الزائر مكانًا يختلف عمّا سيجمده.

**مكان النص:** الثلثان الأيمنان، مع فراغ كافٍ أسفلهما للزرّ. **النسبة:** 16:9 للحاسوب، مع التأكد أن القصّ إلى 4:5 للهاتف يُبقي الشخصية ظاهرة. **الممنوعات:** وجه واضح يشبه شخصًا حقيقيًا، أجسام بمقاييس مبالغ فيها، نصوص.

**معايير المراجعة:** المكان يشبه القاعة الحقيقية بما يكفي كي لا يشعر الزائر بالخداع؛ اليدان والأصابع سليمة؛ النص الأبيض أو الداكن مقروء فوق الفراغ؛ الصورة تعمل بعد القصّ للهاتف. إن لم يتحقّق المعيار الأول، فالأفضل تصوير القاعة الحقيقية وتحسين الصورة بدل التوليد.

## معايير المراجعة: جدول التقييم

قيم كل صورة من 1 إلى 3 على كل معيار (1 = لا يتحقّق، 2 = يتحقّق جزئيًا، 3 = يتحقّق). أي معيار «حرج» يأخذ 1 يعني رفض الصورة مهما كان المجموع.

| المعيار            | سؤال الفحص                                                 | حرج؟ |
|--------------------|------------------------------------------------------------|------|
| مطابقة المنتج      | هل يطابق المنتج الحقيقي في الشكل واللون والملصق والتفاصيل؟ | نعم  |
| سلامة التفاصيل     | هل الأيدي والأصابع والوجوه والأشياء خالية من التشوّه؟      | نعم  |
| الحقوق والأخلاقيات | هل تخلو من وجوه حقيقية وشعارات الآخرين وما يحتاج إذنًا؟    | نعم  |

| المعيار       | سؤال الفحص                                                           | حرج؟ |
|---------------|----------------------------------------------------------------------|------|
| الهدف         | هل يلفت العنصر المطلوب النظر أولاً؟                                  | لا   |
| الهوية        | هل الألوان والأسلوب ضمن هوية العلامة، وتشبه الصور السابقة؟           | لا   |
| مساحة النص    | هل يتسع الفراغ للنص المطلوب ويبقى مقروءًا؟                           | لا   |
| النسبة والدقة | هل النسبة صحيحة، والدقة كافية للاستخدام، والقص للمقاسات الأخرى ممكن؟ | لا   |

## كيف تعدّل بدل أن تعيد التوليد

- **غيّر عنصرًا واحدًا في كل مرة:** إن كانت الإضاءة وحدها خاطئة، فعُدّل سطر الإضاءة فقط وأعد التوليد، ودوّن أثر التغيير.
  - **التعديل الموضعي:** كثير من الأدوات تسمح بتحديد منطقة وتغيير ما فيها (إزالة عنصر، تصحيح يد) دون المسّ بباقي الصورة.
  - **توسيع الإطار:** إن كانت الصورة جيدة لكن المساحة لا تكفي للنص، وسّع الإطار بدل التوليد من جديد.
  - **رفع الدقة:** للطباعة أو الشاشات الكبيرة، ارفع الدقة في النهاية وافحص التفاصيل بعد الرفع.
- أسماء هذه الوظائف وطريقة الوصول إليها تختلف بين الأدوات وتتغير مع التحديثات، لكن منطقها ثابت.

### أخطاء شائعة

- **الخطأ:** أمر من كلمتين ثم محاولات عشوائية. **الحل:** املاً البريف أولاً، ثم ترجم حقوله إلى أمر واحد مرتّب.
- **الخطأ:** طلب نص عربي داخل الصورة. **الحل:** ولّد الصورة بلا نص مع مساحة فارغة، وأضف النص والشعار في برنامج التصميم.
- **الخطأ:** صور جميلة لكنها لا تشبه بعضها. **الحل:** جملة أسلوب ثابتة تُنسخ حرفيًا في كل أمر، ومراجع ثابتة للألوان.
- **الخطأ:** توليد منتج حقيقي من الوصف فيتغيّر شكله. **الحل:** استخدم صورة المنتج الحقيقية مرجعًا أو ابدأ منها بالتعديل، وارفض أي صورة لا تطابقه.
- **الخطأ:** نسيان النسبة حتى النهاية. **الحل:** حدّد النسبة في البريف، وتحقّق من أن القصّ للمقاسات الأخرى لا يقطع الموضوع.
- **الخطأ:** توليد وجوه تشبه أشخاصًا حقيقيين أو تقليد علامات أخرى. **الحل:** اكتب ذلك في الممنوعات، وأوقف العمل فورًا إن ظهر شيء منه.

## قائمة التحقق قبل التوليد وبعده

- ☐ كتبت الهدف والاستخدام والجمهور.
- ☐ وصفت الموضوع بتفاصيله التي لا يجوز أن تتغيّر.
- ☐ حدّدت التكوين والكاميرا والإضاءة.
- ☐ كتبت المواد وألوان البراند بأدوارها.
- ☐ كتبت جملة الأسلوب الثابتة وحفظتها للصور القادمة.
- ☐ حدّدت مع كل مرجع ما الذي نأخذه منه.
- ☐ حدّدت مكان النص وطلبت الصورة بلا نصوص.

- ☐ حدّدت النسبة والدقة المطلوبة.
- ☐ كتبت الممنوعات، ومنها الوجوه الحقيقية وشعارات الآخرين.
- ☐ قيّمت الصورة بجدول المعايير، ولم يأخذ أي معيار حرج درجة 1.
- ☐ وافق المسؤول المحدّد على الصورة قبل النشر.

---

**عن المُعِدِّ** — محمد شرف الدين، رائد أعمال من طرابلس، لبنان. مؤسس وكالة باشن للتسويق الرقمي، ورئيس جمعية تكافل الشبابية، ومؤسس منصات رقمية. يدرّب الأفراد والفرق على الذكاء الاصطناعي التطبيقي والتسويق.

الأمثلة في هذا الملف خيالية للتوضيح. يمكنك استخدامه في عملك ومؤسستك مجاناً مع ذكر المصدر عند إعادة النشر.  
[/mohamadcharafeddine.com/ar/resources/visual-brief-template](https://mohamadcharafeddine.com/ar/resources/visual-brief-template)