

مقرر الإبداع الإعلامي

د. أحمد مجدي شفيق

DGM333
كلية الإعلام والتسويق

المحاضرة السادسة





في المحاضرة السابقة من مقرر **الإبداع الإعلامي**:

1. تعرّفنا على الإبداع في الإعلان الرقمي وكيف يهدف الإعلان المبتكر إلى تحويل المستهلك من متلقٍ سلبي إلى مشارك فعال.
2. استعرضت المحاضرة أشكال الإعلان الرقمي المبتكر، من الإعلانات التفاعلية والواقع المعزز إلى الفيديوهات القصيرة، مع التركيز على فهم سلوك المستهلك واستخدام البيانات لتحقيق تخصيص وملاءمة عالية.
3. كما ناقشنا التحديات مثل تشتت الانتباه والخصوصية، مقابل الفرص الكبيرة للوصول إلى جمهور أوسع وتحقيق عائد استثمار مرتفع، مما يجعل الإبداع خياراً استراتيجياً للتميز في العصر الرقمي.

الإبداع في إنتاج المحتوى الرقمي



بنهاية هذه المحاضرة سيكون الطلاب قادرين على:

1. فهم مفهوم الإبداع في إنتاج المحتوى الرقمي وأهميته.
2. التعرف على أنواع المحتوى الرقمي الإبداعي وتطبيقاته المختلفة.
3. استكشاف استراتيجيات وتقنيات إنتاج المحتوى الرقمي الإبداعي.
4. تحليل دور التكنولوجيا في تعزيز الإبداع في المحتوى الرقمي.
5. تقييم التحديات والفرص المرتبطة بإنتاج المحتوى الرقمي الإبداعي.





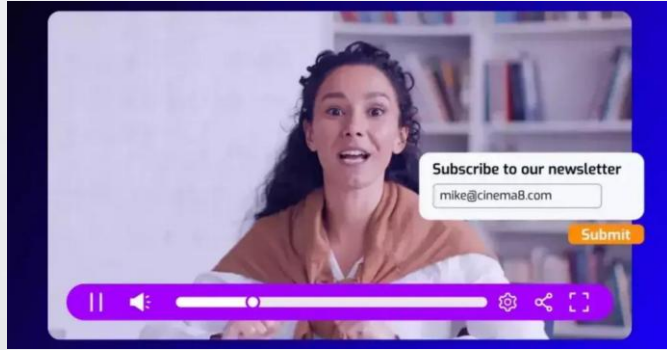
1. يُعد إنتاج المحتوى الرقمي الإبداعي حجر الزاوية في المشهد الإعلامي الحديث، حيث لم يعد مجرد نقل للمعلومات كافياً لجذب انتباه الجمهور في ظل الكم الهائل من المحتوى المتاح.
2. فالإبداع لا يقتصر على مجرد الجماليات البصرية أو النصوص الجذابة، بل يمتد ليشمل ابتكار أفكار فريدة، وتصميم تجارب تفاعلية، وتقديم رسائل مؤثرة بطرق غير تقليدية.
3. يتمثل دور الإبداع في إنتاج المحتوى الرقمي في قدرته على تمييز العلامات التجارية والمؤسسات الإعلامية عن المنافسين، وبناء علاقات قوية مع الجمهور، وتحقيق أهداف تسويقية أو إعلامية محددة.

أهمية الإبداع في المحتوى الرقمي

1. تكمن أهمية الإبداع في المحتوى الرقمي في **قدرته على اختراق الضوضاء الرقمية** الهائلة وجذب انتباه الجمهور، مع تزايد عدد المنصات والمحتوى المنتج يومياً، أصبح مجرد وجود المحتوى غير كافٍ لضمان وصول الرسالة أو تحقيق الأهداف المرجوة.
2. الإبداع هنا يعني **تقديم شيء جديد، فريد، ومثير للاهتمام يدفع المستخدم للتوقف، التفاعل، وحتى مشاركة المحتوى مع الآخرين**، هذا لا يقتصر على المحتوى الترفيهي، بل يشمل أيضاً المحتوى التعليمي، الإخباري، والتسويقي، حيث يسهم الإبداع في تعزيز الفهم، ترسيخ المعلومة، وتحفيز السلوك المرغوب.
3. يظهر الإبداع كذلك في **بناء علاقات قوية ومستدامة مع الجمهور**، فعندما يجد المستخدم محتوى إبداعياً يلامس اهتماماته أو يقدم له قيمة بطريقة مبتكرة، فإنه يميل إلى الثقة بالمصدر والعودة إليه مراراً وتكراراً، وهذا يبني ولاءً للمؤسسة الإعلامية، ويحول المتابعين العاديين إلى مجتمع نشط من المؤيدين.

مفهوم الفيديو التفاعلي

1. يتجاوز مفهوم الفيديو التقليدي الذي يكتفي المشاهد فيه بالاستقبال السلبي، ليقدم تجربة تسمح للمستخدم بالتفاعل المباشر مع المحتوى، و يشمل الإبداع في هذا النوع من الفيديوهات **تصميم مسارات قصصية متعددة، إضافة عناصر قابلة للنقر مثل الأزرار، الروابط، أو قوائم الاختيار، ودمج استبيانات أو اختبارات داخل الفيديو،** بهدف زيادة اندماج المشاهد عبر تحويله من متلقي إلى مشارك فعال، وتقديم تجربة شخصية تتناسب مع اهتماماته وقراراته.



2. يجب أن يكون مصمماً بعناية لتقديم **قيمة حقيقية للمشاهد،** وأن تكون نقاط التفاعل واضحة وبديهية، وأن تتناسب مع طبيعة المحتوى والجمهور المستهدف، ويجب أن تكون التجربة سلسلة وغير معقدة، وأن تشجع على الاستكشاف دون أن تسبب إرباكاً للجمهور المشاهد.

نموذج فيديو تفاعلي يحث المتابعين على الاشتراك في النشرة البريدية

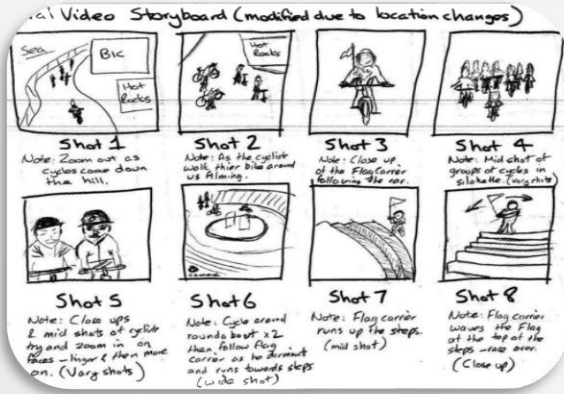
استراتيجيات إنتاج الفيديو الرقمي للمنصات الرقمية

أولاً: التخطيط المسبق

1. يُعد التخطيط المسبق **حجر الزاوية في إنتاج أي فيديو رقمي ناجح**، خاصةً عند استهداف منصات رقمية متعددة، تبدأ هذه المرحلة بتحديد الهدف الرئيسي من الفيديو:
هل هو لزيادة الوعي بالعلامة التجارية، جذب عملاء جدد، تعليم مهارة معينة، أو الترفيه؟
2. يتبع ذلك تحديد **الجمهور المستهدف** بدقة، بما في ذلك خصائصهم الديموغرافية، اهتماماتهم، وسلوكياتهم على المنصات المختلفة، حيث أن فهم الجمهور يساعد في صياغة رسالة الفيديو واختيار الأسلوب البصري والصوتي المناسب.
3. يتم **اختيار المنصة أو المنصات** التي ستنشر عليها الفيديو، حيث أن كل منصة (يوتيوب، تيك توك، إنستغرام، فيسبوك، لينكدإن) لها متطلباتها الخاصة من حيث الطول، نسبة العرض إلى الارتفاع، ونوع المحتوى المفضل، وهذا التخطيط الدقيق يضمن أن المحتوى سيكون ملائماً للمنصة والجمهور، ويزيد من فرص نجاحه وتأثيره.

أولاً: التخطيط المسبق

4. يشمل التخطيط المسبق أيضاً **تطوير الفكرة والسيناريو**، يجب أن تكون **الفكرة** مبتكرة وجذابة، وأن تخدم الهدف المحدد من الفيديو، يتم بعد ذلك **كتابة السيناريو**، والذي يتضمن الحوارات، الوصف المرئي للمشاهد، وأي تعليمات فنية أو إخراجية، والسيناريو الجيد يضمن تدفقاً منطقياً للأفكار ويساعد في الحفاظ على تركيز المشاهد.



5. يلي ذلك **رسم لوحة القصة**، وهي تمثيل بصري للسيناريو، حيث يتم رسم المشاهد الرئيسية في تسلسل زمني، مع إضافة ملاحظات حول اللقطات، الزوايا، والحركات، لوحة القصة ضرورية **لتصور الفيديو قبل التصوير** وتحديد أي تحديات محتملة.

6. كما تتضمن هذه المرحلة **تحديد الميزانية المتاحة**، والتي ستؤثر على اختيار المعدات، المواقع، والمواهب، ويتم تجهيز قائمة بالمعدات اللازمة (كاميرات، إضاءة، ميكروفونات، حامل ثلاثي،...) واختيار المواقع المناسبة للتصوير.

أولاً: التخطيط المسبق

7. هذه الخطوات تضمن أن عملية الإنتاج ستكون **منظمة وفعالة**، مما يقلل من الأخطاء والتكاليف غير المتوقعة، ولضمان فعالية التخطيط المسبق، يجب أن يكون هناك بحث شامل حول الموضوع، المنافسين، والتوجهات الحالية في إنتاج الفيديو الرقمي.

8. تحليل **الفيديوهات الناجحة** في نفس المجال يمكن أن يوفر رؤى قيمة حول ما يجذب الجمهور وما يعمل بشكل جيد على المنصات المختلفة، كما أن **التفكير الإبداعي** في هذه المرحلة أمر بالغ الأهمية؛ يجب على الفريق أن يجرب أفكاراً مختلفة، وأن يفكر خارج الصندوق لإنشاء محتوى فريد ومميز.

9. يمكن استخدام **تقنيات العصف الذهني** لجمع أكبر عدد ممكن من الأفكار قبل تصفيتها واختيار الأنسب، ويجب أن يكون هناك **تواصل فعال بين جميع أعضاء الفريق** المشاركين في المشروع، من المخرج والمنتج إلى المصور والمحرر، حيث أن وضوح الأدوار والمسؤوليات والتوقعات يضمن سير العمل بسلاسة.

ثانياً: الإنتاج الفعلي

1. تُعد **مرحلة الإنتاج الفعلي** هي المرحلة التي يتم فيها تحويل الأفكار والخطط الموضوعة في مرحلة ما قبل الإنتاج إلى واقع ملموس، تتضمن هذه المرحلة التصوير أو التسجيل للمحتوى المرئي والصوتي.
2. يجب أن يتم التصوير **وفقاً للسيناريو ولوحة القصة** التي تم إعدادها مسبقاً، مع الانتباه الدقيق لجودة الصورة والصوت، ويتطلب ذلك استخدام المعدات المناسبة، مثل الكاميرات عالية الدقة، الميكروفونات الاحترافية لضمان صوت نقي وواضح، وأنظمة الإضاءة التي تضمن وضوح المشهد وتبرز التفاصيل.
3. كما يجب الانتباه إلى **زوايا التصوير، حركة الكاميرا، وتكوين اللقطات** لضمان جاذبية بصرية، وأن الهدف هو جمع كل المواد الخام اللازمة لإنشاء الفيديو النهائي بأعلى جودة ممكنة.

ثانياً: الإنتاج الفعلي

4. تشمل **مرحلة الإنتاج** أيضاً **إدارة فريق العمل** وتوجيه المواهب، يجب أن يعمل الفريق بتناغم لضمان سير عملية التصوير بسلاسة وكفاءة، يشمل ذلك المخرج، المصور، مهندس الصوت، ومساعد الإنتاج.
5. **توجيه المواهب**، سواء كانوا ممثلين، مقدمي محتوى، أو متحدثين، أمر بالغ الأهمية للحصول على الأداء المطلوب الذي يخدم رسالة الفيديو، يجب أن يكون المخرج قادراً على التواصل بوضوح مع المواهب، وتقديم التوجيهات اللازمة، وخلق بيئة مريحة تشجع على الإبداع.
6. كما تتضمن هذه المرحلة **حل المشكلات الطارئة** التي قد تظهر أثناء التصوير، مثل التغيرات المفاجئة في الطقس، مشاكل المعدات، أو تحديات الموقع. المرونة والقدرة على التكيف مع هذه الظروف غير المتوقعة هي مفتاح النجاح في هذه المرحلة.

ثانياً: الإنتاج الفعلي

7. لضمان فعالية مرحلة الإنتاج، يجب أن يكون هناك **فحص مستمر للمواد المصورة** أثناء وبعد التصوير، هذا يساعد على التأكد من أن اللقطات تلبى المعايير المطلوبة، وأن جميع المشاهد الضرورية قد تم التقاطها، وأنه لا توجد أخطاء فنية أو بصرية يمكن أن تؤثر على جودة الفيديو النهائي.

8. كما يجب **تنظيم الملفات بشكل جيد**، حيث يتم تسمية اللقطات وتصنيفها بطريقة منطقية لتسهيل عملية ما بعد الإنتاج، استخدام نظام تسمية موحد وتخزين الملفات في مجلدات منظمة يوفر الكثير من الوقت والجهد لاحقاً.

9. يجب أن يكون هناك **اهتمام بالتفاصيل** في كل جانب من جوانب التصوير، من الإضاءة إلى الصوت إلى الأداء، هذه التفاصيل الصغيرة هي التي تحدث فرقاً كبيراً في جودة المنتج النهائي وتأثيره على الجمهور.

ثالثاً: ما بعد الإنتاج

1. تُعد مرحلة **ما بعد الإنتاج** هي المرحلة التي يتم فيها تجميع كل العناصر المرئية والصوتية **لإنشاء الفيديو النهائي**، تبدأ هذه المرحلة بالمونتاج أو التحرير، حيث يتم استيراد جميع اللقطات المصورة، ثم يتم قص الأجزاء غير المرغوب فيها، وترتيب المشاهد في تسلسل منطقي ومتناسك يخدم السرد القصصي للفيديو.
2. يتضمن المونتاج أيضاً إضافة **الانتقالات السلسة** بين المشاهد، وتعديل **سرعة اللقطات**، وإضافة **المؤثرات البصرية** الأساسية، الهدف هو تحويل المواد الخام إلى قصة مرئية جذابة ومؤثرة تحافظ على اهتمام المشاهد من البداية إلى النهاية، يجب أن يكون المحرر مبدعاً ولديه حس فني قوي لضمان أن الفيديو يتدفق بسلاسة ويحقق التأثير المطلوب.
3. تشمل مرحلة ما بعد الإنتاج أيضاً **تحسين الصوت وتصحيح الألوان** وفق أسس ومعايير فنية.

ثالثاً: ما بعد الإنتاج

4. **جودة الصوت** لا تقل أهمية عن جودة الصورة في الفيديو الرقمي، حيث يتضمن تحسين الصوت إزالة الضوضاء الخلفية، تعديل مستويات الصوت للحوارات والموسيقى والمؤثرات الصوتية لضمان توازنها ووضوحها، وإضافة المؤثرات الصوتية المناسبة لتعزيز التجربة السمعية.
5. أما **تصحيح الألوان**، فهو عملية تعديل الألوان والتباين والإضاءة في الفيديو لضمان تناسقها عبر جميع اللقطات، ولإضفاء مظهر بصري احترافي وجذاب، يمكن لتصحيح الألوان أن يغير بشكل كبير مزاج الفيديو وإحساسه العام.
6. يمكن في هذه المرحلة **إضافة الرسوم الإيضاحية المتحركة**، مثل الشعارات المتحركة، العناوين، أو الرسوم البيانية التوضيحية، لتعزيز الرسالة البصرية وجعل المعلومات أكثر جاذبية وفهماً، وأخيراً يتم **إضافة الموسيقى التصويرية** التي تتناسب مع الفيديو وتدعم السرد القصصي.

ثالثاً: ما بعد الإنتاج

7. لضمان **فعالية** مرحلة **ما بعد الإنتاج**، يجب أن يكون هناك **مراجعة دقيقة** للفيديو من قبل فريق العمل والعملاء (إذا وجدوا) لجمع الملاحظات وإجراء التعديلات اللازمة.
8. هذه العملية التكرارية تضمن أن المنتج النهائي **يلبي** جميع **المتطلبات والتوقعات**، بعد الانتهاء من التعديلات، يتم تصدير الفيديو بالصيغة والجودة المناسبة لكل منصة مستهدفة.
9. يتم **نشر الفيديو** على المنصات المختارة، مع الانتباه إلى كتابة عناوين جذابة، أوصاف دقيقة، واستخدام الكلمات المفتاحية والعلامات والوسوم المناسبة لزيادة الوصول والرؤية، كما يمكن استخدام الصور المصغرة الجذابة لجذب المشاهدين.
10. هذه **الخطوات النهائية** حاسمة لضمان أن الفيديو يصل إلى الجمهور المستهدف ويحقق أقصى تأثير ممكن.

السرد القصصي الإبداعي في الفيديو الرقمي

المبادئ الأساسية

1. يُعد **السرد القصصي** جوهر أي محتوى فيديو رقمي ناجح، فهو الذي يحول مجرد مجموعة من اللقطات إلى تجربة مؤثرة وذات معنى، الإبداع في السرد القصصي يشمل كيفية بناء هذه القصة بطريقة تجذب المشاهد عاطفياً وفكرياً.

2. تبدأ المبادئ الأساسية للسرد القصصي **بتحديد الشخصية الرئيسية**، سواء كانت شخصاً، منتجاً، أو فكرة، والتي سيتعاطف معها الجمهور، يلي ذلك تحديد الصراع أو التحدي الذي تواجهه هذه الشخصية، والذي يخلق التوتر والتشويق في السرد.

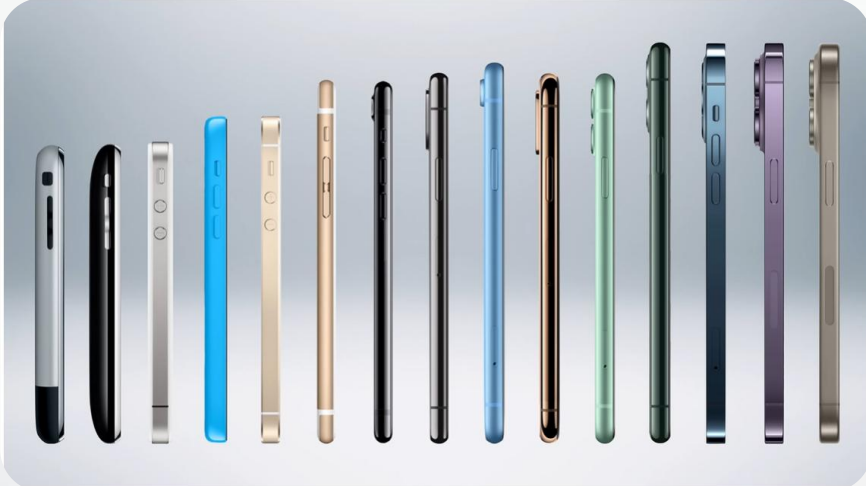
3. بعد ذلك تأتي **الحبكة**، وهي سلسلة الأحداث التي تتكشف مع تطور الصراع، يجب أن يكون هناك نقطة تحول تغير مسار الأحداث، وحل للصراع في النهاية، وبطبيعة الحال هذه العناصر الأساسية تشكل الهيكل العظمي لأي قصة، وبدونها يصبح الفيديو مجرد عرض للحقائق أو الصور دون عمق أو تأثير.

المبادئ الأساسية

4. لتعزيز السرد القصصي الإبداعي في الفيديو الرقمي، يمكن استخدام تقنيات مثل **الاستعارات البصرية** لتمثيل الأفكار المعقدة بطريقة بسيطة ومبتكرة، مثلاً يمكن استخدام صورة شجرة تنمو لتمثيل التطور والنمو، كما يمكن استخدام الرمزية لإضافة طبقات من المعنى إلى القصة، ويمكن استخدام القفزات الزمنية لإضافة عمق إلى السرد وتقديم معلومات إضافية عن الشخصيات أو الأحداث.

5. يجب أيضاً الانتباه إلى التفاصيل الصغيرة التي يمكن أن تضيف **مصدقية وواقعية** إلى القصة، مثل الأزياء، الديكور، ويجب أن يكون هناك أصالة في السرد، فالقصص الحقيقية أو التي تبدو حقيقية هي الأكثر تأثيراً، حتى في المحتوى التسويقي، يمكن للقصص الأصيلة أن تبني الثقة والولاء، عند استخدام هذه التقنيات بذكاء، يمكن أن تحول الفيديو الرقمي إلى عمل فني يتردد صداه لدى الجمهور لفترة طويلة.

أنواع السرد



History of the iPhone

<https://youtu.be/pV0ud2B8WfQ>

في هذا الفيديو يتم سرد قصة تطور أجهزة iPhone منذ الإصدار الأول عام 2007 وحتى أحدث إصدار، بترتيب زمني واضح.

1. يتخذ السرد القصصي في الفيديو الرقمي أشكالاً وأنواعاً متعددة، كل منها يخدم غرضاً مختلفاً ويناسب أنواعاً معينة من المحتوى، أحد الأنواع الشائعة هو **السرد الخطي**، حيث تتبع الأحداث تسلسلاً زمنياً مباشراً من البداية إلى النهاية، هذا النوع سهل الفهم ويستخدم غالباً في الفيديوهات التعليمية، الإخبارية، أو الوثائقية التي تهدف إلى تقديم معلومات بطريقة واضحة ومنظمة، ومثال لذلك فيديو يشرح تاريخ تطور تقنية معينة، أو تقرير إخباري يغطي حدثاً بترتيب وقوعه، هذا النوع من السرد يعتمد على بناء منطقي للأحداث ويحافظ على انسيابية القصة.

أنواع السرد

2. **السرد غير الخطي**، حيث لا تتبع الأحداث تسلسلاً زمنياً مباشراً، بل قد تتضمن قفزات زمنية، أو تنتقل بين وجهات نظر مختلفة، هذا النوع يستخدم غالباً في الفيديوهات الفنية، الدرامية، أو التسويقية التي تهدف إلى إثارة الفضول، خلق التشويق، أو تقديم رؤى متعددة حول موضوع واحد، ومثال لذلك فيديو يبدأ بنهاية القصة ثم يعود إلى البداية لشرح كيف وصلت الشخصية إلى تلك النقطة، أو فيلم وثائقي يجمع شهادات من أشخاص مختلفين حول نفس الحدث، السرد غير الخطي يتطلب من المشاهد جهداً أكبر في تجميع أجزاء القصة، ولكنه يمكن أن يكون أكثر تأثيراً وعمقاً.



<https://youtu.be/A3wJsZr27nl>

حملة من Honda تُظهر مسارين متوازيين: أودهما نهاري، وأدري ليلي، مما يشكّل سرداً غير خطياً.

أنواع السرد

3. **السرد التفاعلي**، حيث يتمكن المشاهد من التأثير على مسار القصة أو اختيار نهايتها، هذا النوع يستخدم غالباً في الألعاب، الفيديوهات التعليمية التفاعلية، أو الحملات التسويقية التي تهدف إلى زيادة اندماج المستخدم، ومثال ذلك فيديو تعليمي يسمح للمشاهد باختيار الموضوع التالي الذي يرغب في تعلمه، أو إعلان يسمح للمشاهد باختيار المنتج الذي يرغب في رؤية المزيد عنه.

4. **السرد التجريبي**، والذي يكسر القواعد التقليدية للسرد ويستخدم تقنيات غير مألوفة لإثارة المشاهد أو تقديم تجربة فنية فريدة، هذا النوع يستخدم غالباً في الفيديوهات الفنية أو القصيرة التي تهدف إلى استكشاف حدود السرد المرئي.



Interactive Learning Game

<https://beinternetawesome.withgoogle.com>

تجربة تعليمية تفاعلية للأطفال
لتعلم الأمان الرقمي

السرد المرئي في الفيديو الرقمي

بناء الشخصيات

1. يُعد **بناء الشخصيات** عنصراً أساسياً في السرد القصصي الإبداعي للفيديو الرقمي، فالشخصيات تربط الجمهور بالقصة وتمنحها عمقاً، وتبدأ عملية البناء **بتحديد السمات الأساسية** لكل شخصية مثل الدوافع، نقاط القوة والضعف، والخلفية، مع التأكد من قابلية تصديقها ووجود أبعاد متعددة، يجب أن تتطور الشخصيات خلال القصة، سواء داخلياً من خلال تغير المعتقدات والقيم، أو خارجياً عبر التغير في الظروف، مع **الكشف عن طبيعتها** من خلال الحوار والأفعال والتفاصيل الصغيرة في المظهر والسلوك، مع استخدام التناقض بين الشخصيات والرمزية والدوافع الواضحة للحفاظ على أصالة الشخصيات وتعزيز تأثيرها على الجمهور.



البيئة والإعداد

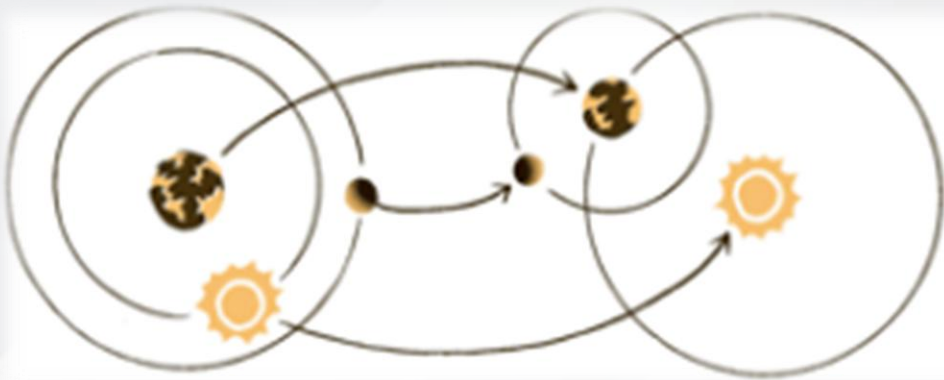


2. تشكل **البيئة والإعداد** عنصراً حيوياً يعكس المزاج ويكشف عن الشخصيات ويدفع الحبكة إلى الأمام، ويبدأ ذلك بتحديد الوظيفة الدرامية للبيئة ومدى تأثيرها على الأحداث، مع التأكيد على التفاصيل البصرية مثل الألوان، الإضاءة، الديكور، واستخدام الصوت والموسيقى لتعزيز الإحساس بالمكان، فضلاً عن **جعل البيئة عنصراً تفاعلياً** يغير مسار الأحداث أو يتفاعل مع الشخصيات، يمكن استخدام التناقض والرمزية والواقعية والأصالة في تصميم البيئة لتعميق الانغماس البصري والعاطفي للجمهور وإثراء السرد القصصي.



الرمزية والاستعارة

3. يُعد استخدام **الرمزية والاستعارة** أداة فعّالة لإضافة طبقات من المعنى والعمق، حيث تمثل الرمزية شيئاً ملموساً لتمثيل فكرة مجردة، بينما تربط الاستعارة بين شيئين مختلفين لتوضيح تشابه معين، مع ضرورة تكامل الرمزية مع السرد وقابلية تفسيرها من قبل الجمهور واستخدام الرموز الثقافية لتعزيز فهم الرسالة، يمكن **تعزيز التأثير** باستخدام التكرار والتناقض والسياق والأصالة، ما يحول الفيديو إلى عمل فني متعدد الأبعاد ويترك انطباعاً عميقاً لدى المشاهد.

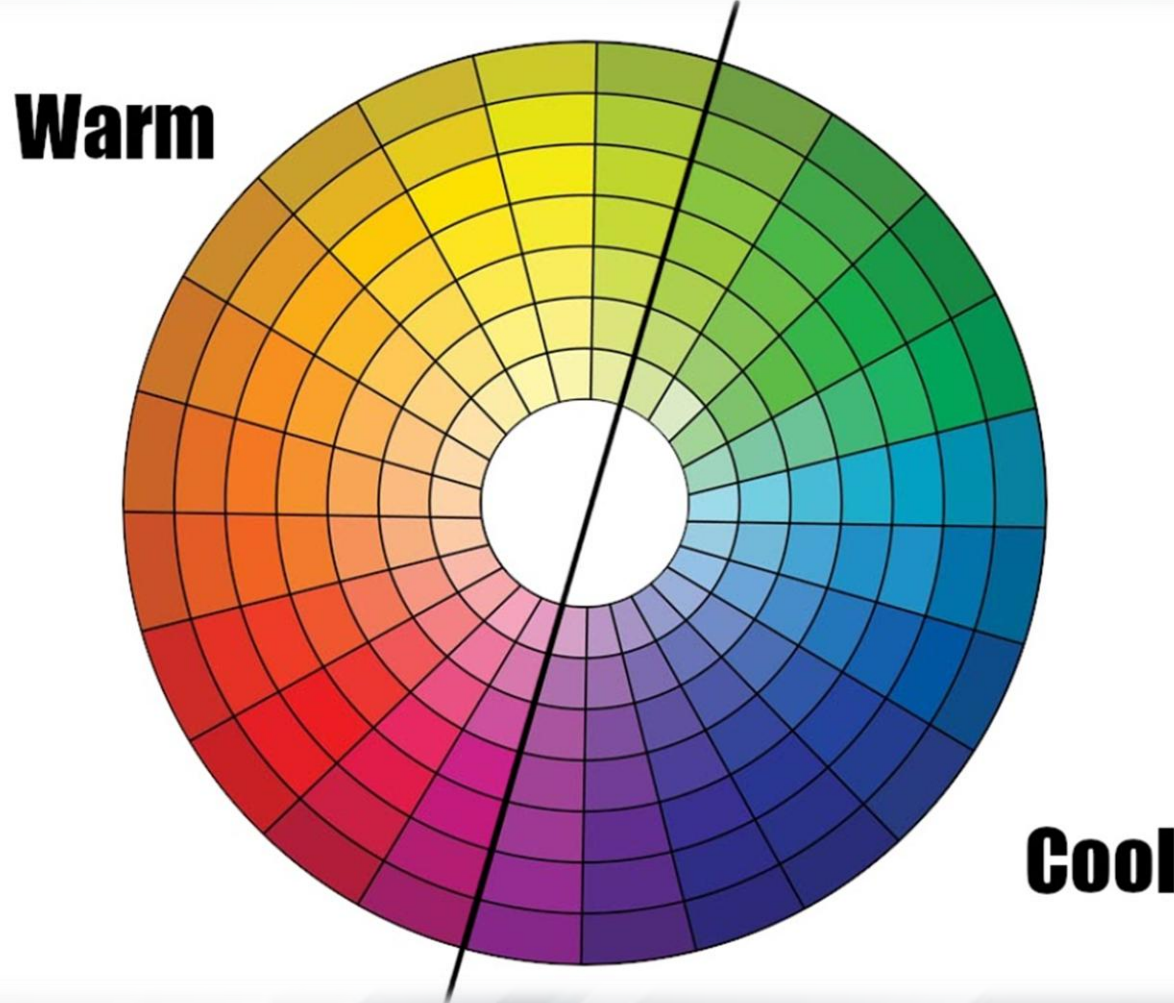


التكوين والإطار

يحدد **التكوين والإطار** طريقة ترتيب العناصر داخل اللقطة وتوجيه عين المشاهد ونقل الرسالة البصرية، ويعتمد ذلك على قواعد مثل قاعدة الأثلاث، الخطوط الرائدة، المساحة السلبية، والتأطير داخل الإطار، مع تعزيز العمق والتوازن وزاوية الكاميرا، لتقديم لقطات جذابة بصرياً وفعالة في توصيل المعنى، مع الحفاظ على أصالة المشهد وجاذبيته.



الإضاءة والألوان



تُعد **الإضاءة والألوان** أدوات قوية لنقل المزاج والعاطفة وإبراز تفاصيل الشخصيات والبيئة، ويبدأ ذلك باستخدام إضاءة ثلاثية النقاط ودرجة حرارة اللون والتباين والرمزية اللونية، مع إمكانية **التوظيف الإبداعي** للإضاءة الموجهة وغير الموجهة واللوحة اللونية العامة للفيديو، لتقديم لقطات ذات تأثير عاطفي وبصري قوي، مع الحفاظ على أصالة استخدام هذه العناصر.

الحركة والمونتاج



تشكل **الحركة والمونتاج** أدوات ديناميكية تحدد إيقاع القصة وتخلق التشويق، من خلال حركة الكاميرا مثل التحريك والتتبع والتكبير، **وضبط إيقاع المونتاج** باستخدام السرعة المناسبة والانتقالات والقطع المتوازي أو المتقاطع، مع استخدام القفزات الزمنية أو اللقطات الطويلة لضبط التدفق البصري واستمرارية الحركة، بما يخلق تجربة بصرية متدفقة وطبيعية ومؤثرة.

الصوت والموسيقى



يُعد **الصوت والموسيقى** عنصراً محورياً، إذ ينقلان المزاج والعاطفة ويعززان الرسالة، ويشمل ذلك جودة التسجيل، المؤثرات الصوتية، الموسيقى التصويرية، واستخدام الصمت بذكاء، مع **تقنيات إضافية** مثل الصوت خارج الشاشة، التناغم بين الصوت والصورة، وإيقاع الصوت والموسيقى، مع ضرورة الحفاظ على أصالة الاختيار لتحقيق تجربة سمعية وبصرية غنية تؤثر في المشاهد بشكل قوي.

تقنيات الإنتاج الإبداعي للفيديو الرقمي

تقنيات الإنتاج الإبداعي للفيديو الرقمي

1. تبدأ تقنيات الإنتاج الإبداعي للفيديو الرقمي من **اختيار الكاميرا والمعدات المناسبة**، إذ تشكل جودة الصورة الركيزة الأساسية لأي عمل بصري، يعتمد الإبداع هنا على استغلال إمكانيات الكاميرا والعدسات لتحقيق رؤية فنية واضحة، مع ضبط الإعدادات اليدوية مثل فتحة العدسة وسرعة الغالق وحساسية الضوء للحصول على تعريض دقيق وعمق مجال متوازن، كما تساهم أدوات التثبيت كالحوامل والجيمبال في تحسين ثبات اللقطات، بينما تُستخدم الإضاءة الملحقة والفلاتر والتقنيات البصرية مثل التصوير البطيء أو السريع لخلق تأثيرات جمالية تضيف طابعاً فنياً للمشهد.



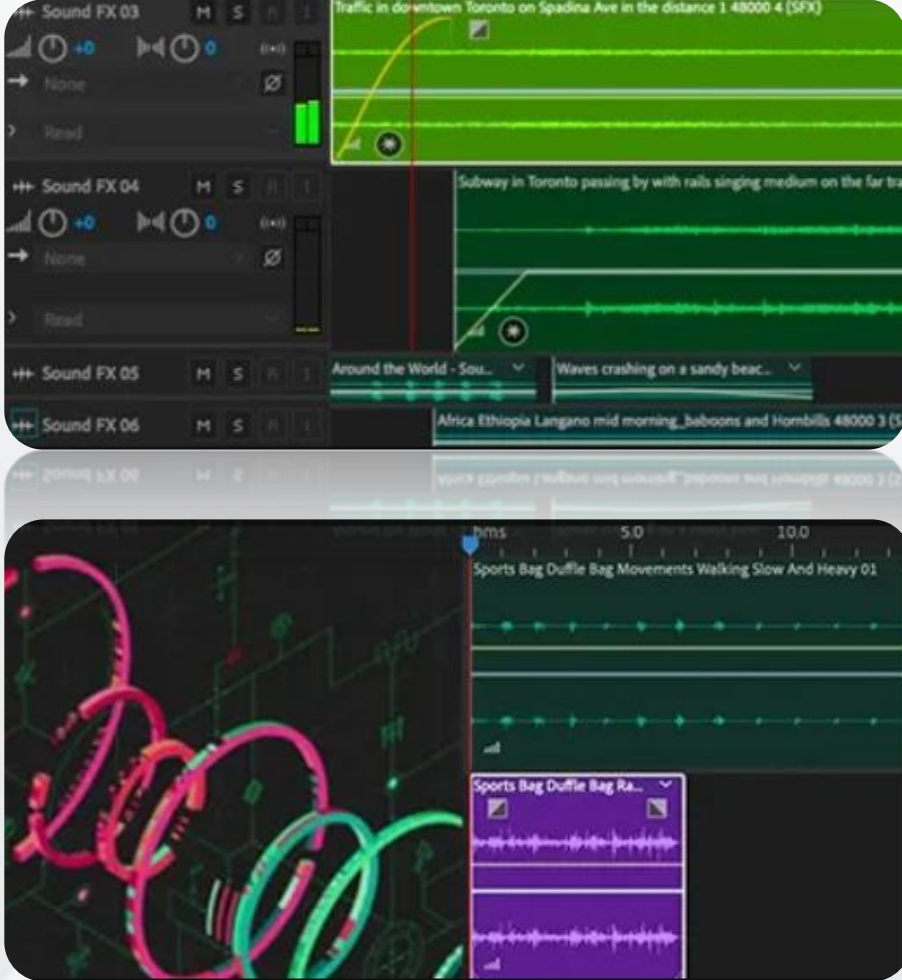
تقنيات الإنتاج الإبداعي للفيديو الرقمي

2. ينتقل الإبداع بعد ذلك إلى مرحلة **ما بعد الإنتاج من خلال برامج التحرير والمؤثرات**، حيث يتم تحويل المواد المصوّرة إلى منتج نهائي مصقول، يعتمد نجاح هذه المرحلة على حسن اختيار البرنامج المناسب وفق طبيعة المشروع، واستخدام تقنيات المونتاج المتقدمة كالقطع السريع والمطابق، إلى جانب المؤثرات البصرية وتصحيح الألوان لإضفاء الطابع السينمائي وضبط الإيقاع البصري، كما تؤدي العناصر السمعية دوراً مكملًا من خلال التصميم الصوتي والموسيقى التصويرية، بينما تضيف الرسوم المتحركة والعناوين الديناميكية بعداً بصرياً يثري المحتوى ويعزز جاذبيته.

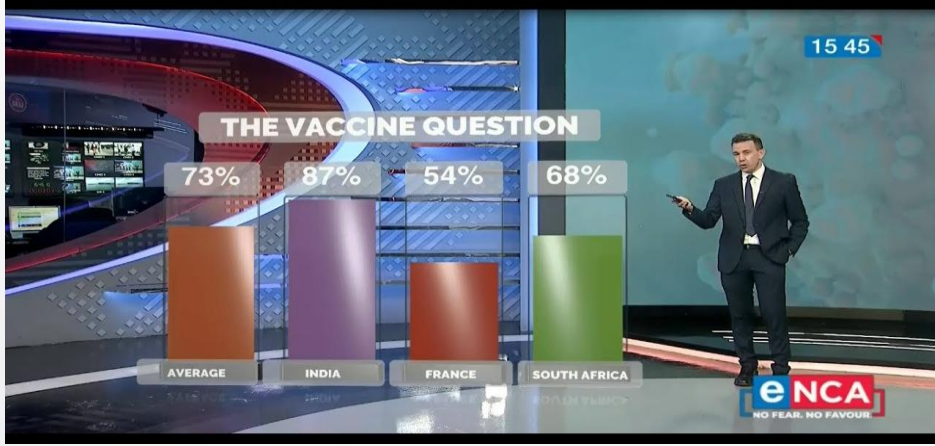


تقنيات الإنتاج الإبداعي للفيديو الرقمي

3. أما **السردي الصوتي والتعليق**، فيمثلان أداة محورية لربط المشاهد ونقل الرسائل بدقة ودفء إنساني، يعتمد نجاحهما على انتقاء الصوت الملائم لطبيعة المحتوى، وصياغة نص واضح وموجز، وضبط جودة التسجيل في بيئة مناسبة، كما يسهم الأداء الصوتي المعبر والتزامن الدقيق مع الصورة والموسيقى الخلفية في بناء تجربة متكاملة تثير اهتمام المشاهد وتحافظ على تفاعله.



تقنيات الإنتاج الإبداعي للفيديو الرقمي



<https://www.youtube.com/watch?v=MKLE8ioEsXQ>

استخدام الخرائط التفاعلية والرسوم التوضيحية



4. في المقابل، توفر **الرسوم المتحركة والموشن جرافيك** أدوات قوية لتبسيط المفاهيم المعقدة وعرضها بشكل بصري جذاب، يستند هذا الأسلوب إلى توظيف مبادئ الحركة الطبيعية والألوان والخطوط بشكل منسق، مع تزامن دقيق بين الحركة والمؤثرات الصوتية، ويمكن توظيف الرسوم البيانية المتحركة والسرد القصصي المرئي لشرح البيانات والمعلومات بطريقة سلسة ومؤثرة، مع مراعاة تكييف المحتوى ليناسب المنصات المختلفة دون فقدان جودته البصرية.

تقنيات الإنتاج الإبداعي للفيديو الرقمي



رحلة عبر الزمن مع تاريخ معارض الإكسبو الدولية

<https://youtu.be/1EoL6P7SjoA>



Al Arabiya 2020 U.S. election augmented reality sizzle

<https://youtu.be/M57uVLexAIE>

5. يمثل **الواقع الافتراضي والمعزز** الامتداد الأحدث في تقنيات الفيديو الرقمي، حيث يسمح بخلق تجارب تفاعلية غامرة تتجاوز حدود المشاهدة التقليدية، يستخدم الواقع الافتراضي كاميرات بزاوية 360 درجة لإحاطة المشاهد بالكامل داخل البيئة المصوّرة، بينما يدمج الواقع المعزز العناصر الرقمية في العالم الحقيقي عبر تقنيات تتبع الحركة والتعرف على البيئة، يتيح ذلك بناء تجارب شخصية وتفاعلية تعتمد على السرد الغامر والتخصيص، مع ضرورة تحسين الأداء وفق الأجهزة والمنصات المختلفة لضمان تجربة واقعية ومتسقة.

تحديات الإنتاج الإبداعي للفيديو الرقمي

تحديات إنتاج الفيديو الرقمي للمنصات الرقمية



1. تمثل التكلفة والميزانية أحد أبرز التحديات في إنتاج الفيديو الرقمي، إذ تتطلب موازنة دقيقة بين الجودة والإمكانات المتاحة، يعتمد النجاح على **التخطيط المالي السليم** وتقدير النفقات مسبقاً، مع استغلال الموارد المتوفرة بذكاء مثل استخدام الهواتف الحديثة أو استئجار المعدات بدلاً من شرائها، كما يساهم **الاعتماد على المواهب المحلية** والمواقع منخفضة التكلفة في خفض المصروفات دون الإضرار بالمستوى الفني، ويُعد **الإنتاج الرشيق** واستخدام المحتوى الذي ينشئه المستخدمون من الأساليب الفعالة لتقليل التكاليف، إلى جانب الاعتماد على المواد المرخصة أو المجانية لتجنب النفقات القانونية، مع ضرورة المرونة في التكيف مع أي تغيير في الميزانية أثناء سير العمل.

تحديات إنتاج الفيديو الرقمي للمنصات الرقمية

2. تواجه صناعة الفيديو أيضاً تحدي المنافسة واختراق الضوضاء الرقمية، حيث يزداد المحتوى بشكل هائل عبر المنصات، يتطلب التميز في هذا المجال **فهماً دقيقاً** للمشهد التنافسي وبناء هوية فريدة عبر **أسلوب بصري أو سردي مميز** يبرز من بين الآخرين، التركيز على جمهور متخصص وتقديم محتوى ذي قيمة تعليمية أو ترفيهية أو تحفيزية يساعد في جذب المتابعين وبناء ولاء طويل الأمد، ويمكن تعزيز الوصول من خلال **التعاون مع صناع محتوى آخرين**، واستخدام استراتيجيات الترويج الذكي والتحليل المستمر لبيانات الأداء لتوجيه التحسينات المستقبلية.



تحديات إنتاج الفيديو الرقمي للمنصات الرقمية

3. أما حقوق الملكية الفكرية فتشكل تحدياً قانونياً محورياً، إذ يجب على المنتجين ضمان **أصالة المحتوى** وتجنب أي انتهاك لحقوق الغير، يشمل ذلك الحصول على التراخيص اللازمة للموسيقى أو الصور أو اللقطات، والابتعاد عن استخدام العلامات التجارية أو الشعارات **دون إذن**، توثيق المصادر واستخدام محتوى خاضع لتراخيص **المشاع الإبداعي** أو إنتاج مواد أصلية بالكامل يعدّ نهجاً آمناً ومبدعاً في الوقت ذاته، كما ينبغي متابعة **تحديثات القوانين** المتعلقة بالاستخدام العادل وحقوق النشر لضمان الامتثال وحماية العمل الإبداعي من أي دعاوى أو نسخ غير مشروع.



تحديات إنتاج الفيديو الرقمي للمنصات الرقمية

4. ويبرز أيضاً تحدي التغيرات التكنولوجية السريعة التي تفرض على المبدعين **مواكبة** مستمرة **لتطورات** المعدات والبرمجيات والمنصات، يتطلب التعامل مع هذا التحدي استثماراً في **التعلم المستمر** والتجريب بالوسائل الجديدة، إلى جانب المرونة في تبني أدوات مختلفة حسب طبيعة المشروع، كما تساعد المشاركة في المجتمعات المهنية ومتابعة **المصادر التقنية** في البقاء على اطلاع دائم، فيما يسهم تحليل تفاعل الجمهور مع التقنيات الجديدة في توجيه الابتكار نحو الاتجاهات الأكثر قبولاً واستدامة.



تحديات إنتاج الفيديو الرقمي للمنتجات الرقمية



5. أخيراً، يشكّل التوزيع والوصول إلى الجمهور المرحلة الحاسمة بعد الإنتاج، إذ يتوقف النجاح على مدى انتشار المحتوى عبر المنصات الرقمية، يعتمد ذلك على فهم **خوارزميات** كل منصة وتحسين **عناصر الفيديو** لمحركات البحث من خلال العناوين والوصف والكلمات المفتاحية، إضافة إلى تصميم صور مصغرة جذابة، وتُعد استراتيجيات **النشر المتعدد والترويج** عبر المؤثرين والإعلانات المدفوعة أدوات فعالة لتوسيع قاعدة المشاهدين، مع أهمية تحليل البيانات لفهم سلوك الجمهور والتفاعل المستمر معه لبناء علاقة دائمة وتعزيز الانتشار العضوي للمحتوى.

مستقبل الفيديو الرقمي

1. يشهد الفيديو الرقمي تحولًا جذريًا بفضل التكنولوجيا الناشئة مثل **الذكاء الاصطناعي**، **الواقع الافتراضي** و**المعزز**، **الميتافيرس**، و**المحتوى التفاعلي**، حيث أصبح بالإمكان إنتاج تجارب غامرة وشخصية تتفاعل مع سلوك المشاهد وتلبي اهتماماته، كما يتيح المحتوى القصير والمحتوى الذي ينشئه المستخدمون فرصًا أكبر للوصول والمشاركة، بينما يحسن الذكاء الاصطناعي إنتاج الفيديو وتخصيصه وتحليل سلوك الجمهور بكفاءة.
2. رغم هذه الفرص، يواجه المجال تحديات مثل **المنافسة**، **ارتفاع التكاليف**، و**التغيرات السريعة** في تفضيلات الجمهور، ويتطلب النجاح استثمارًا في المواهب، تبني نماذج عمل مبتكرة، التعاون بين المنصات، والتحليلات المتقدمة، مع التركيز على الإبداع والأصالة في كل تجربة، مما يجعل المستقبل الرقمي مساحة لا حدود لها للابتكار والتأثير.

1. فيديو بياني يوضح الواقع الافتراضي والواقع المعزز

<https://youtu.be/YSHiekVghB8>

2. تجربة تدمج الواقع الافتراضي والمعزز VR & AR والذكاء الاصطناعي AI في معرض "إنتغريت الشرق الأوسط" دبي

<https://youtu.be/FWQkJmkN5ew>

3. بتقنية الواقع المعزز.. جولة افتراضية تكشف أسرار ارتفاع أسعار الذهب

<https://youtu.be/qdwTtUloG8E>

4. بتقنية الواقع المعزز.. قرص الشمس داخل استوديو العربية وأسرار تفصيلية عن النجم الذي يتسع لمليون كوكب

<https://youtu.be/IKO-ROQuQPA>

5. فيديو تعريفى... ما هو الميتافيرس؟

https://youtu.be/Cy4G_aE6e1M



في هذه المحاضرة من مقرر **الإبداع الإعلامي**:

1. استكشفنا عالم الفيديو الرقمي المتطور، بدءاً من فهم أساسياته ومراحله، مروراً بتقنيات السرد القصصي والمرئي الإبداعي، وصولاً إلى التحديات والفرص التي يواجهها هذا المجال.
2. ناقشنا أهمية التخطيط المسبق، مرحلة الإنتاج الفعلي، ومرحلة ما بعد الإنتاج، وكيف أن كل مرحلة تتطلب اهتماماً دقيقاً بالتفاصيل لضمان جودة المنتج النهائي، كما سلطنا الضوء على أهمية السرد القصصي الإبداعي، وكيف يمكن للقصة الجيدة أن تحول الفيديو من مجرد لقطات إلى تجربة مؤثرة وذات معنى، وتطرقنا إلى عناصر السرد المرئي، وكيف يمكن لهذه العناصر أن تعزز الرسالة البصرية وتجذب انتباه المشاهد.
4. تناولنا أيضاً التحديات الرئيسية التي تواجه منتجي الفيديو الرقمي، واستعرضنا أمثلة ناجحة لمحتوى الفيديو الإبداعي.



بناء الهوية الإعلامية الإبداعية

نهدف في المحاضرة إلى التعمق في مفهوم بناء الهوية الإعلامية الإبداعية للمنصات الرقمية، وهو جانب حيوي لنجاح أي فرد أو مؤسسة في المشهد الرقمي المزدهم، ونبدأ بتعريف الهوية الإعلامية وأهميتها في العصر الرقمي، ثم ننتقل إلى استكشاف عناصر الهوية البصرية والصوتية وكيفية تصميمها بشكل إبداعي، ونتناول أيضاً أهمية الرسالة والقيم في بناء هوية إعلامية قوية، وكيفية الحفاظ على الاتساق عبر المنصات المختلفة.

المحاضرة
السابعة



شكراً لدفء وكرم