

مقرر الإخراج والإنتاج الصحفي

د. أحمد مجدي شفيق

DGM323
كلية الإعلام والتسويق

المحاضرة السادسة





المحاضرة الخامسة لمقرر الإخراج والإنتاج الصحفي:

(1) تناولت المحاضرة تعريف غرف الأخبار الإلكترونية بوصفها فضاءً رقمياً متكاملًا تُدار فيه العمليات التحريرية وفق آليات رقمية تعتمد على التكنولوجيا الحديثة، وتحدثنا عن الأدوات الرقمية المستخدمة في إدارة المحتوى.

(2) ناقشنا كذلك ناقشنا أيضًا التحديات التي تواجه غرف الأخبار الرقمية مثل الأتمتة، وضغوط الوقت، وتأمين المحتوى.



استخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الرقمية

الأسبوع السابع



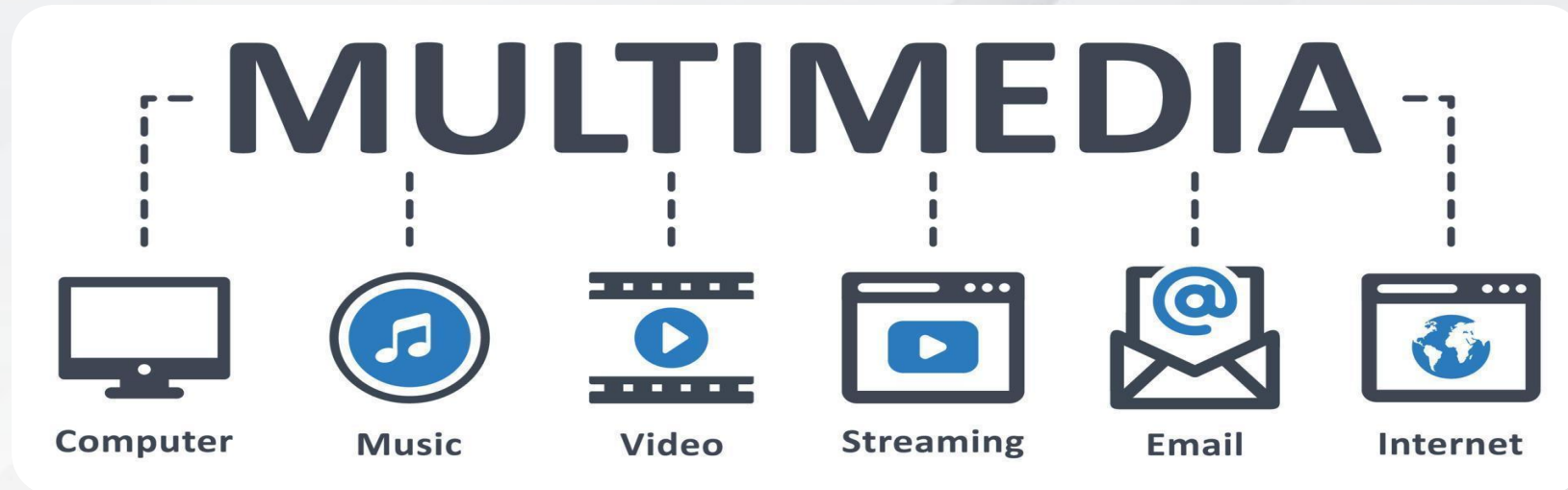
بنهاية هذه المحاضرة سيكون الطلاب قادرين على:

1. فهم مفهوم الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في العمل الصحفي.
2. التعرف على أهمية الوسائط في تعزيز سرد القصص الإخبارية وإيصال المعلومات.
3. استكشاف أدوات إنتاج وتحرير الوسائط المتنوعة.
4. تحليل التحديات الأخلاقية والتقنية المرتبطة باستخدام الوسائط الرقمية.
5. أهمية التدريب المستمر والتطور المهني لمواكبة تطور تقنيات الوسائط الرقمية.



مقدمة

أصبحت **الوسائط المتعددة** أحد المكونات الجوهرية في بيئة الصحافة الرقمية الحديثة، حيث لم يعد النص وحده كافيًا لنقل الرسالة الصحفية، فالوسائط المتعددة تُسهم في تعزيز تجربة القارئ، من خلال دمج الصور، الفيديو، الصوت، والرسوم التفاعلية ضمن القصة، هذا التطور يُشير إلى تغيير في **سلوك الجمهور** الذي أصبح يتفاعل مع القصص المرئية والمسموعة.



ما المقصود بالوسائط المتعددة؟

أولاً، يُقصد بالوسائط المتعددة في الصحافة الرقمية ذلك المزيج من الوسائط التي تُستخدم لعرض المحتوى الصحفي بطريقة مرئية ومسموعة وتفاعلية.

ثانياً، يتضمن ذلك استخدام الفيديوها التوضيحية، الإنفوغرافيك، التسجيلات الصوتية، والصور الفوتوغرافية المعبرة.

ثالثاً، هذا التكامل في العرض يمنح الخبر أو التقرير بُعداً إضافياً، ويجعل من التغطية الصحفية تجربة أكثر حيوية وتفاعلاً مع الجمهور.



التوجه نحو استخدام الوسائط المتعددة



أولاً، من أهم أسباب اللجوء إلى **الوسائط المتعددة** هو تغير طبيعة استهلاك المحتوى الإعلامي في العصر الرقمي.

ثانياً، القراء اليوم لا يبحثون فقط عن المعلومات، بل عن التجربة البصرية والمحتوى الذي يثير الانتباه ويحفز المشاركة.

ثالثاً، لذلك أصبحت **المؤسسات الصحفية** توجّه جهودها نحو إنتاج محتوى متعدد الوسائط قادر على إقناع المتلقي وتثبيته في بيئة مزدحمة بالمعلومات.

الجوانب الفنية للوسائط المتعددة

أولاً، من الناحية التقنية، وفرت الأدوات الرقمية الحديثة **بيئة مرنة** لإنتاج الوسائط المتعددة بجودة عالية وسرعة كبيرة.

ثانياً، لم يعد من الضروري امتلاك استوديوهات ضخمة أو معدات باهظة لإنتاج الفيديو والصوت والصور، بل يمكن للصحفي إنجاز كل ذلك **بأدوات بسيطة**.

ثالثاً، هذا ما عزز من حضور "**الصحفي الشامل**"، الذي يتقن الكتابة والتحرير إلى جانب التصوير والمونتاج وإنتاج المحتوى المتعدد.



أنواع الوسائط المستخدمة في الصحافة

أولاً، هناك **عدة أنواع رئيسية** للوسائط المتعددة تُستخدم في الصحافة، من أبرزها **الفيديو الصحفي** الذي يرافق التقرير أو التحقيق.

ثانياً، وهناك أيضاً **البودكاست الصحفي**، الذي يُعد وسيلة فعالة للتفاعل الصوتي مع الجمهور، إلى جانب الصور والرسوم البيانية.

ثالثاً، كل نوع من هذه الأنواع يُستخدم وفقاً **لطبيعة القصة** **الصحفية** وجمهور المنصة المستهدفة وهدف الرسالة التحريرية.



مدخل إلى الوسائط المتعددة في الصحافة

أولاً، تشهد الصحافة الرقمية **تطورًا متسارعًا** نتيجة اندماج الوسائط المتعددة في إنتاج المحتوى.

ثانياً، لم تعد النصوص وحدها كافية لجذب القارئ؛ بل أصبح من الضروري **دمج** الفيديوها، الصور، والصوت لإيصال الخبر بشكل حيوي.

ثالثاً، في هذه المحاضرة، سنتعرف على **المفاهيم الأساسية** للوسائط المتعددة، أهميتها في العمل الصحفي، الأدوات المساعدة، وكيفية توظيفها في بناء القصص الرقمية المعاصرة.



تعريف الوسائط المتعددة

أولاً، تُعرف **الوسائط المتعددة** بأنها استخدام أكثر من نوع من الوسائط - مثل النص، الصوت، الصور، الفيديو، والرسوم - لنقل المعلومات.

ثانياً، في **السياق الصحفي**، تُستخدم هذه الوسائط لتقديم الخبر أو القصة بطريقة أكثر جاذبية وتفاعلية.

ثالثاً، **الهدف** من **الوسائط المتعددة** ليس فقط الترفيه أو التزيين، بل تعزيز المعنى، وتسلط الضوء على زوايا مختلفة من الحدث لا يمكن للنص وحده التعبير عنها.



تطور الوسائط في الصحافة



أولاً، بدأت **الوسائط المتعددة** تأخذ دورًا فاعلاً في الصحافة منذ انتشار الإنترنت في تسعينيات القرن العشرين.

ثانياً، تدريجياً، **تحولت الأخبار** من مجرد نصوص إلى محتوى تفاعلي غني، يعتمد على مزج الصوت بالصورة والفيديو والرسومات.

ثالثاً، هذا التطور غير من **طريقة تفكير الصحفيين**، حيث أصبح من الضروري أن يكونوا على دراية بأدوات إنتاج الوسائط إلى جانب مهاراتهم التحريرية.

أهمية الوسائط المتعددة في جذب الجمهور

أولاً، تشير الدراسات الحديثة إلى أن المحتوى المدعوم بالوسائط المتعددة يحصل على **نسب مشاهدة** وتفاعل أعلى بكثير من النصوص وحدها.

ثانياً، الجمهور الرقمي يميل إلى **المشاهدة أكثر من القراءة**، خصوصاً مع انتشار الهواتف الذكية وتطبيقات الفيديو.

ثالثاً، لذلك، أصبح **الصحفي المعاصر** بحاجة لتوظيف أدوات الوسائط لتوصيل رسالته بسرعة، وبأقل جهد يُطلب من القارئ لفهم المحتوى.



دور الوسائط في توصيل الرسائل المعقدة



أولاً، أحياناً تكون **بعض الموضوعات** - كالأزمات الإنسانية أو التحليلات الاقتصادية - معقدة للغاية لتُشرح بالكلمات فقط.

ثانياً، هنا تظهر فعالية **الوسائط المتعددة** التي تساعد في توضيح المفاهيم بالأرقام، الرسوم البيانية، والشهادات المصورة.

ثالثاً، هذا النوع من التقديم يجعل الجمهور **يفهم ويشعر**، مما يعزز من تأثير القصة الصحفية وقدرتها على إحداث تفاعل حقيقي.

أدوات إنتاج الصوت



www.adobe.com
رابط برنامج Adobe Audition

www.audacityteam.org
رابط برنامج Audacity

أولاً، الصوت عنصر أساسي في **الصحافة الرقمية**، خاصة في البودكاست والتقارير الميدانية.

ثانياً، من أبرز **أدوات** تحرير الصوت Audacity، Adobe Audition، وهي تتيح القص، الدمج، وتنقية الصوت.

ثالثاً، استخدام الصوت يجب أن يكون **مدروساً**، فالنغمة، الصمت، والتعليق تؤثر في إدراك المتلقي للمعلومة وتساعد في خلق تجربة أكثر قرباً.

أدوات إنتاج الفيديو



أولاً، **تحرير الفيديو** أصبح مهارة ضرورية لكل صحفي رقمي، خصوصاً العاملين في الصحف الإلكترونية والوكالات، ومن أشهر الأدوات Adobe Premiere Pro، Final Cut Pro، وتتيح هذه البرامج التحكم الكامل في المحتوى البصري.

ثانياً، يجب **مراعاة** الدقة، وضوح الصورة، وانتقال المشاهد بسلاسة لإبقاء المتلقي مشدوداً ومندمجاً مع القصة، **واختيار الأداة** يعتمد على نوع المحتوى، المهارات المتوفرة، وسرعة النشر المطلوبة في غرفة الأخبار.

www.adobe.com
رابط برنامج Adobe Premiere Pro

www.apple.com/sa/final-cut-pro
رابط برنامج Final Cut Pro

النصوص التفاعلية

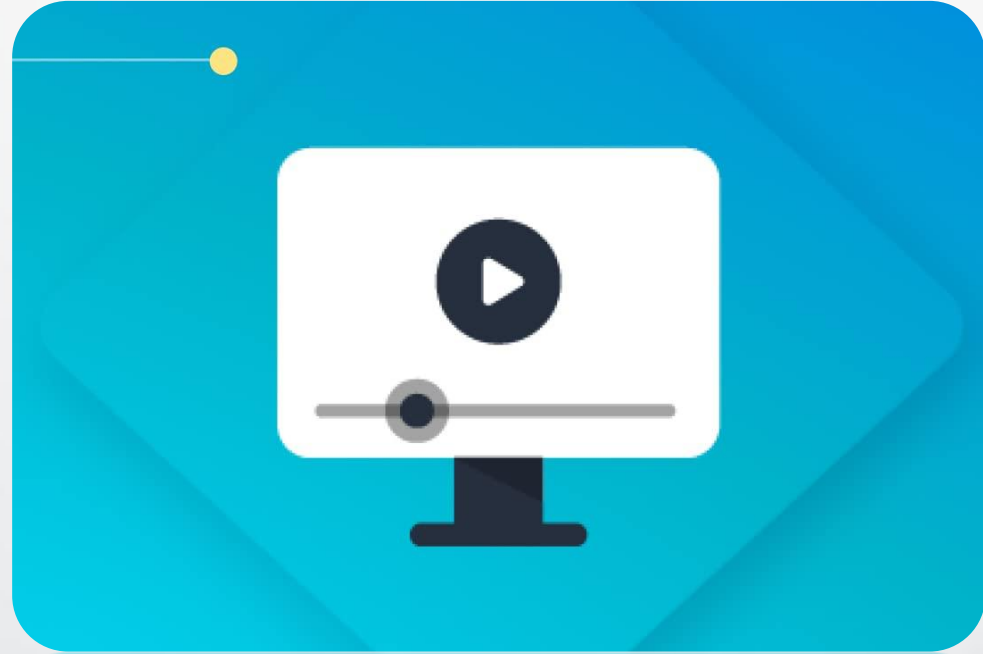
أولاً، لا تزال **الكلمة المكتوبة** عنصراً أساسياً، لكنها تتطور في ظل الصحافة التفاعلية.

ثانياً، تُدمج **النصوص** اليوم بروابط، تعليقات، نوافذ منبثقة، وخيارات قراءة متعددة، وهو ما يمنح القارئ حرية الاستكشاف.

ثالثاً، هذه **النصوص** تحتاج إلى أدوات مثل **StoryMap**، وتُستخدم في سرد القصص المطولة التي تحتاج لتقسيم تفاعلي.



القصاص الصحفية المدعومة بالفيديو



أولاً، يُعد **الفيديو** من **أكثر** الوسائط **تأثيرًا** في نقل الأخبار، إذ يعرض الحدث كما هو، دون الحاجة لوصف طويل.

ثانياً، تستخدم **المؤسسات الصحفية** الفيديو لإنتاج تقارير، مقابلات، وتغطيات حية تعزز مصداقية المحتوى.

ثالثاً، **نجاح الفيديو** يعتمد على الإعداد الجيد، وضوح الرسالة، والقدرة على اختزال المعلومات في مشاهد قصيرة تخاطب المشاعر والعقل معاً.

البودكاست في الصحافة الرقمية

أولاً، أصبح **البودكاست** أداة قوية لرواية القصص بعمق، إذ يمنح الصحفي مساحة للتفسير والتحليل بعيداً عن ضغوط السرعة.

ثانياً، توفر هذه التقنية محتوى يمكن **استهلاكه أثناء التنقل**، ما يزيد من فرص الوصول إلى جمهور أوسع.

ثالثاً، يتطلب **البودكاست** مهارات إعداد النصوص، تسجيل الصوت، والتقديم الجاذب، مما يستدعي **تدريباً متخصصاً** داخل غرف الأخبار الرقمية.



الصحافة التفاعلية



أولاً، تهدف **الصحافة التفاعلية** إلى إشراك الجمهور في القصة، من خلال تقنيات تسمح له بالاختيار، التفاعل، والاستكشاف.

ثانياً، هذا النوع من القصص **يعتمد على** تصميم صفحات تفاعلية، خريطة الحدث، جداول زمنية، أو رسومات متحركة.

ثالثاً، تعتمد **الصحف الكبرى** على **فرق** من المبرمجين والمصممين لتحقيق هذا النمط، الذي يعزز تجربة القارئ ويزيد من التفاعل.

الوسائط المتعددة والتغطية الحية

أولاً، في **الأحداث العاجلة**، تُستخدم الوسائط المتعددة بشكل مكثف لإيصال التطورات لحظة بلحظة.

ثانياً، الصور، الفيديو المباشر، والتغريدات المدمجة تُنشر على صفحات الحدث، ما يمنح القارئ **رؤية شاملة** للحظة.

ثالثاً، **تتطلب** هذه **التغطيات** تنسيقاً عالياً بين الصحفيين، المصورين، وفنيي البث، بالإضافة لتوفر أدوات تكنولوجية قوية للبث والتحديث.



إعداد القصص الرقمية المتكاملة

أولاً، تتكوّن القصة الرقمية من مزيج بين النص، الصورة، الصوت،
والفيديو، وكل عنصر فيها يخدم هدفًا معينًا.

ثانيًا، يبدأ العمل بجمع المعلومات، ثم كتابة السيناريو، ثم اختيار
الوسائط المناسبة، وأخيرًا إنتاج المحتوى على منصة ملائمة.

ثالثًا، هذا يتطلب من الصحفي فهمًا عميقًا لخصائص كل وسيط،
وطريقة مزجه مع الوسائط الأخرى بشكل متناسق وجذاب.



إدارة فريق الوسائط المتعددة



أولاً، في غرف الأخبار الحديثة، يُشكل فريق الوسائط المتعددة ركيزة أساسية في إنتاج المحتوى المتميز.

ثانياً، يتكوّن هذا الفريق من صحفيين، محررين، مصممين، مخرجين، ومطورين تقنيين يعملون بتنسيق عالي.

ثالثاً، نجاح الفريق يعتمد على وضوح الأدوار، وسرعة التواصل، وتوفير أدوات عمل سحابية تشاركية تسهّل مراجعة المحتوى ونشره.

توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج الوسائط



أولاً، **الذكاء الاصطناعي** أصبح حليفًا مهمًا للصحفيين، حيث يمكنه تسريع عمليات تحرير الصوت والصورة.

ثانياً، توجد أدوات مثل Descript تُنتج نصوصًا تلقائية من ملفات صوتية، وتساعد في تعديلها بسهولة.

ثالثاً، يمكن للذكاء الاصطناعي أيضًا تحسين جودة الصور، توليد فيديوهات تكميلية، أو توصية بأنماط تقديم بناء على سلوك الجمهور.

رابط الأداة
<https://www.descript.com/>

التفاعل مع الجمهور عبر الوسائط



أولاً، الوسائط المتعددة تفتح **قنوات للتفاعل** مع الجمهور من خلال التعليقات، الاستبيانات، أو الردود الصوتية.

ثانياً، هذا النوع من **التفاعل** يساعد في بناء مجتمع حول المحتوى، ويمنح الصحفي تغذية راجعة فورية.

ثالثاً، من المهم تصميم هذه **التفاعلات** بعناية لضمان جودة المشاركات، واحترام قواعد النشر والمصداقية.

الوسائط والهوية البصرية للمؤسسة



أولاً، تعتمد **المؤسسات الإعلامية** على الوسائط لتكوين هوية بصرية متسقة تعزز ثقة الجمهور وتزيد من تميّز العلامة.

ثانياً، يشمل ذلك استخدام **ألوان موحدة**، نمط صور معين، خطوط مميزة، وصيغ ثابتة للفيديوهات.

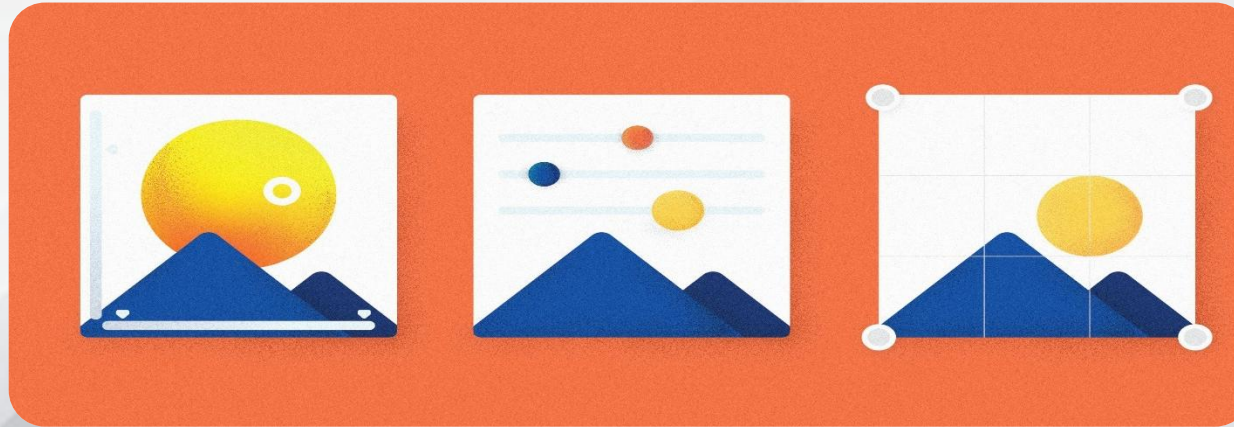
ثالثاً، **الاتساق البصري** في الوسائط يزيد من **الاحترافية** ويُسهّل على المتلقي التعرّف على مصدر الخبر دون قراءة اسم المؤسسة.

مزايا الوسائط في التغطيات الاستقصائية

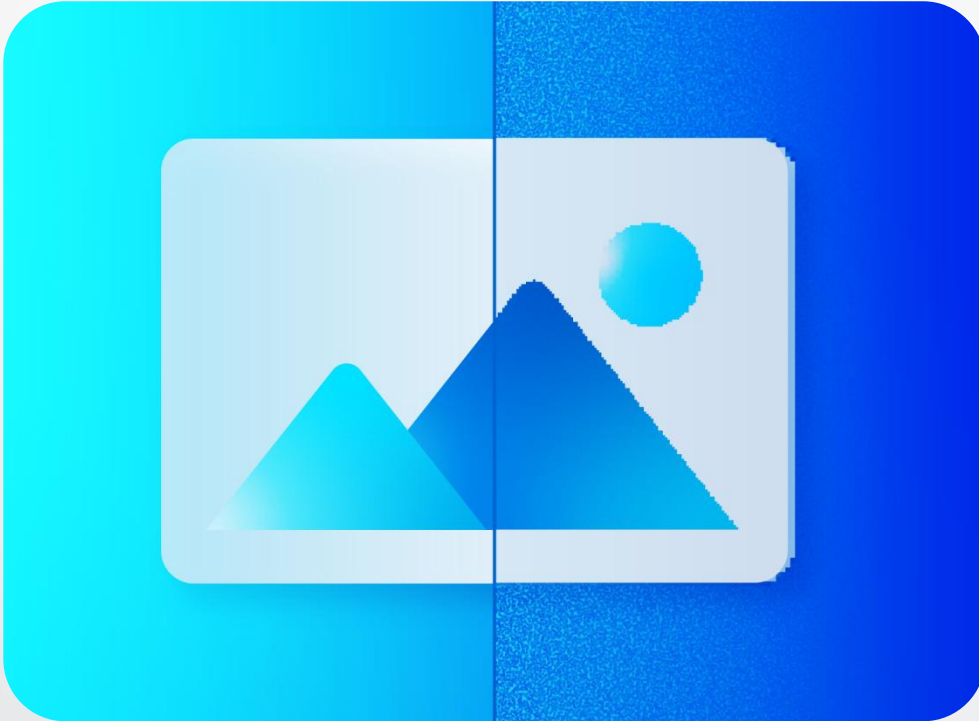
أولاً، التغطيات **الاستقصائية** تستفيد من الوسائط لعرض الوثائق، التسجيلات، والمقارنات بطريقة تقنع الجمهور.

ثانياً، فيديوهات **الشهادات** ورسوم تطور القصة تجعل التحقيق أكثر وضوحاً وسهولة في المتابعة.

ثالثاً، نشر **تحقيق رقمي** مدعوم بوسائط متعددة يزيد من انتشاره، ويضمن فهم أوسع لمضامينه لدى شريحة متنوعة من الجمهور.



أهمية السرد البصري في القصص الصحفية



أولاً، **السرد البصري** هو أسلوب تقديم القصة عبر الصور والمشاهد بدلاً من النصوص الطويلة.

ثانياً، يساعد هذا السرد في **تبسيط المواضيع** المعقدة، وجذب انتباه القراء من خلال الرسوم البيانية والخرائط والمخططات.

ثالثاً، تعتمد **المؤسسات الحديثة** على هذا النوع من السرد خصوصاً في التقارير الاقتصادية أو البيئية، حيث يضيف **عمقاً بصرياً** للمعلومة.

التحديات الأخلاقية في استخدام الوسائط



أولاً، تواجه **الصحافة الرقمية** تحديات أخلاقية مثل التلاعب بالصور أو إساءة استخدام المواد المصورة دون إذن.

ثانياً، يجب التأكد من **التوثيق الكامل**، واحترام الخصوصية وحقوق النشر عند استخدام أي وسائط مرئية أو سمعية.

ثالثاً، وجود **سياسة تحريرية صارمة** لاستخدام الوسائط يضمن النزاهة والمهنية، ويعزز ثقة الجمهور بالمحتوى.

الصور الثابتة كوسيلة للتوثيق



أولاً، لا تزال **الصور الثابتة** تلعب دورًا أساسيًا في الصحافة الرقمية، خصوصًا في توثيق الأحداث العاجلة أو الميدانية.

ثانيًا، **الصورة القوية** يمكن أن تختصر مقالًا كاملاً وتبقى محفورة في الذاكرة، ما يعزز التأثير العاطفي للقصة.

ثالثًا، استخدام الصور يتطلب **مهارة** في **اختيار** الزاوية والإضاءة واللحظة الحاسمة لنقل الرسالة بدقة.

الإنفوجرافيك كأداة تواصل بصري



أولاً، **الإنفوجرافيك** يدمج بين التصميم والمعلومة، ويُستخدم لنقل الإحصاءات أو الخطوات المعقدة بشكل مبسط وجذاب.

ثانياً، بعض الأدوات المجانية مثل **Canva** تمكّن الصحفيين من تصميم إنفوجرافيك احترافي بدون خبرة تصميم متقدمة.

ثالثاً، استخدام **الإنفوجرافيك** يزيد من تفاعل الجمهور، خاصة على المنصات الاجتماعية التي تفضل المحتوى المختصر بصرياً.

معايير الجودة في إنتاج الوسائط



أولاً، **الجودة** في الوسائط لا تعني **الدقة** التقنية فقط، بل **وضوح الرسالة**، وتناسق العناصر، وسهولة التلقي.

ثانياً، يجب أن تكون الصورة أو الفيديو ذات **دقة** مناسبة، **محمية الحقوق**، وتدعم فكرة المحتوى الصحفي الأساسي.

ثالثاً، **مراجعة** الوسائط **قبل النشر** تضمن خلوها من أخطاء محررة أو محتوى غير مناسب قد يضر بمصداقية المؤسسة.

التفاعل عبر القصص المصورة "ستوريز"



أولاً، تنشر العديد من المؤسسات الإعلامية **محتواها اليومي** عبر خاصية "القصص" في فيسبوك وإنستغرام ويوتيوب.

ثانياً، تتيح هذه الخاصية **وسائط متعددة مختصرة**، تظهر في شكل تتابعي سريع، مع إمكانية التفاعل اللحظي عبر الرسائل والتصويتات.

ثالثاً، القصص تعتبر قناة مثالية **لجذب الجمهور الشاب**، الذي يفضل السرعة والبساطة في التلقي.

الوسائط وتوسيع الجمهور المستهدف

أولاً، استخدام الوسائط المتعددة **يوسّع دائرة الجمهور**، إذ يجذب فئات متنوعة من الأعمار والثقافات واللغات.

ثانياً، يمكن **ترجمة الوسائط** أو إدراج ترجمة نصية لتسهيل الوصول لغير المتحدثين بلغة المحتوى الأصلي.

ثالثاً، كما أن **الوسائط تخاطب** ذوي الاحتياجات الخاصة من خلال ملفات صوتية للمكفوفين أو فيديوهات بلغة الإشارة للصم.



صحافة الهواتف المحمولة



أولاً، يمثل **الهاتف الذكي** أداة شاملة لإنتاج الوسائط المتعددة من التصوير، التعديل، حتى النشر المباشر.

ثانياً، ازدهرت **صحافة الهاتف** لكونها سريعة، مرنة، ولا تحتاج إلى معدات مكلفة أو استوديو تقليدي.

ثالثاً، يجب **تدريب الصحفيين على التقنيات** الخاصة بالتصوير العمودي، وضبط الصوت والإضاءة في البيئات المتغيرة.

تكنولوجيا 360 درجة في التقارير المصورة



أولاً، التصوير **بزاوية 360°** يمنح الجمهور فرصة استكشاف محيط الحدث بحرية عبر سحب الشاشة أو استخدام نظارات خاصة.

ثانياً، هذه التقنية **استخدمت** في **تغطية** الكوارث الطبيعية أو المواقع الأثرية، مما يزيد من الواقعية والإقناع.

ثالثاً، تتطلب هذه التقنية **مهارات فنية خاصة** وبرمجيات لتنسيق المشاهد وتحميلها دون فقدان الجودة.

الصحافة العلمية والوسائط التوضيحية



تحليل أداء الوسائط



أولاً، بعد نشر الوسائط، يجب قياس أدائها عبر أدوات التحليل مثل **Google Analytics** أو أدوات منصات التواصل.

ثانياً، **تتبع مؤشرات** مثل عدد المشاهدات، وقت المشاهدة، ونسبة التفاعل، يفيد في تحسين الإنتاج القادم.

ثالثاً، التحليل يمكن أن يحدد **نوع الوسائط** التي يفضلها الجمهور، فيبنى عليها استراتيجية المحتوى المستقبلي.

استراتيجية إعادة توظيف الوسائط

أولاً، **الوسائط المنشورة** يمكن إعادة استخدامها بطرق مختلفة لتناسب منصات أخرى أو أحداث لاحقة.

ثانياً، يمكن **تحويل** تقرير فيديو إلى إنفوجرافيك، أو تقطيعه إلى "ريلز" على إنستغرام.

ثالثاً، هذه **الاستراتيجية توفر الوقت** وتزيد من الوصول والجمهور دون الحاجة إلى إنتاج جديد في كل مرة.



التحديات المالية في إنتاج الوسائط



أولاً، إنتاج محتوى وسائط عالي الجودة يتطلب ميزانية كبيرة تشمل معدات، برامج، وتدريب.

ثانياً، قد تضطر المؤسسات الصغيرة إلى الاكتفاء بأدوات مجانية، مما يقلل من التنافسية أمام المؤسسات الكبرى.

ثالثاً، الحل يكمن في التعاون بين غرف الأخبار والمنصات أو المنظمات الداعمة للمحتوى الإعلامي الرقمي المستقل.

الحاجة للتدريب المستمر



Multimedia Training



أولاً، تكنولوجيا الوسائط تتطور بسرعة، وتتطلب من الصحفيين **مواكبة** دائمة **وتعلماً** مستمراً.

ثانياً، توفر العديد من الجهات التعليمية ومراكز التدريب دورات تدريبية حول **الصحافة الرقمية** يجب الاستفادة منها.

ثالثاً، التدريب لا يقتصر على المهارات التقنية فقط، بل يشمل كذلك **مهارات** السرد، الإنتاج، والتفاعل مع الجمهور.

روابط لأمثلة من الواقع

(1) "1.5".. أول صحيفة مناخية في عالم "الميتافيرس" تنطلق من COP28 (خبر)

<https://www.wam.ae/a/aq3m1gq>

(2) 360 درجة - صحافة دون زوايا محددة (مقال)

<https://manshoor.com/society/360-and-vr-video-journalism/>

(3) قسم القصص المصورة من موقع المصري اليوم

<https://lens.almasryalyoum.com/lens/story>

(4) فيديو تفصيلي 360 درجة من موقع نيويورك تايمز

<https://www.nytimes.com/video/world/middleeast/100000004736495/in-the-rubble-of-an-airstrike-in-yemen.html>



في هذه المحاضرة السادسة لمقرر الإخراج والإنتاج الصحفي:

1. تناولت هذه المحاضرة استخدام الوسائط المتعددة كعنصر أساسي في الصحافة الرقمية الحديثة، حيث بدأنا بتعريف الوسائط المتعددة وأشكالها المختلفة، من صور وفيديوهات وتسجيلات صوتية ورسوم توضيحية، وناقشنا دورها الحيوي في تعزيز التفاعل مع الجمهور وتبسيط المعلومات المعقدة، من خلال نماذج مثل الإنفوجرافيك والتقارير المصورة.

2. تحدثنا أيضًا عن أدوات إنتاج وتحرير الوسائط، بدءًا من البرامج الاحترافية وصولًا إلى تطبيقات الهواتف المحمولة، مما يتيح للصحفي إنتاج محتوى بسرعة وكفاءة، وتطرقنا إلى التحديات الأخلاقية في عرض المحتوى، وضرورة الالتزام بالمعايير المهنية، وأكدنا على أهمية التحليل والتقييم المستمر لأداء الوسائط المنشورة، مع التشديد على ضرورة التعلّم المستمر ومواكبة التكنولوجيا لضمان التميز في الصحافة الرقمية المعاصرة.



أسئلة ومناقشة لحلقة النقاش؟

1. برأيك، ما العوامل التي تجعل من الوسائط المتعددة أداة فعالة في إيصال الرسائل الصحفية إلى الجمهور؟
2. هل تعتقد أن استخدام الفيديو أو الإنفوجرافيك قد يؤثر على حيادية الخبر؟ وضح إجابتك مع أمثلة.
3. شارك تجربة أو مثالاً لخبر أو قصة صحفية استخدمت وسائط متعددة بشكل ناجح (من العالم العربي أو خارجه). ما الذي ميّز هذا العمل؟
4. هل تؤيد أن تكون كل الأخبار مدعومة بوسائط متعددة؟ أم أن هناك أخباراً يُفضّل عرضها بشكل تقليدي؟ ولماذا؟



المحاضرة السابعة

تقنيات الإخراج المتجاوب للصحافة عبر الهواتف والأجهزة الذكية

أولاً، في ظل التحولات الرقمية المتسارعة وتزايد الاعتماد على الهواتف الذكية والأجهزة المحمولة، أصبح من الضروري أن تتبنى المؤسسات الإعلامية أساليب إخراج متجاوب تضمن عرض المحتوى الصحفي بجودة عالية على مختلف أنواع الشاشات، فالإخراج المتجاوب لا يقتصر فقط على الشكل البصري، بل يشمل أيضًا تكيف النصوص والصور والفيديوهات لتناسب تجربة المستخدم المتنوعة والمتغيرة.

ثانيًا، يناقش هذا الموضوع أهمية الإخراج المتجاوب بوصفه عنصرًا محوريًا في جذب الجمهور الرقمي، حيث إن التصميم الجيد والتمكيف مع الجهاز المستخدم يسهم في زيادة مدة بقاء الزائر، وتحسين تفاعله مع المحتوى.

ثالثًا، كما سنتطرق إلى التحديات التي تواجه غرف الأخبار في تنفيذ إخراج متجاوب، بما في ذلك تعقيد التصميم، صعوبة الحفاظ على هوية بصرية موحدة، وتعدد أنظمة التشغيل، مما يتيح لنا فهمًا عمليًا لكيفية توظيف تقنيات الإخراج المتجاوب في بيئة العمل الصحفي المعاصر.



شكراً لدفء وكرم