

الصحافة والحملات الإلكترونية

د. منى المصري

DGM 325

المحاضرة الثانية



أدوات إنتاج المحتوى الرقمي

المحاضرة الثانية

Prepared by
Dr. Muna AL Masri

٠١

محاوّر المحاضرة



- (Digital Storytelling) تقنيات السرد القصصي الرقمي
- استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي
- استخدام منصات التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفي والحملات الرقمية

أهداف المحاضرة

بنهاية هذه المحاضرة، ستكون قادرًا على:

- ✓ التعرف على مفاهيم وتقنيات السرد القصصي الرقمي، وفهم كيف تساهم في إنتاج محتوى صحفي جذاب وتفاعلي
- ✓ استيعاب كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي، والتعرف على أدوات وتقنيات تساعدك في تطوير مهاراتك الإعلامية
- ✓ فهم الطرق الفعالة لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى الصحفي وتنفيذ الحملات الرقمية المؤثرة
- ✓ التمييز بين أساليب النشر الصحفي التقليدي والرقمي، واختيار المنصات الأنسب للجمهور الذي تستهدفه
- ✓ تقدير التحديات الأخلاقية والمهنية المرتبطة بالتقنيات الحديثة، والتفكير النقدي في كيفية التعامل معها كصحفي رقمي



ما هو السرد القصصي الرقمي؟

السرد القصصي الرقمي هو عملية استخدام الوسائط الرقمية (الصوت، الصورة، الفيديو، النص) لسرد قصة مؤثرة وشخصية أو إخبارية. ويُستخدم هذا الأسلوب لدمج مهارات متعددة مثل الكتابة، التمثيل البصري، والإنتاج الصوتي في قالب تفاعلي.

تعريف: (Lambert 2013) السرد القصصي الرقمي هو "ممارسة حديثة تدمج السرد التقليدي مع الوسائط الرقمية لإنشاء قصص تفاعلية وجذابة."

هل تعلم أن 65% من الجمهور يتذكر القصص مقابل 5% فقط يتذكرون الإحصائيات. (Stanford University). تقارير الحرب والكوارث الطبيعية عبر قصص الضحايا.

التحقيقات الاستقصائية الصحفية.

عناصر السرد الصحفي الفعال

السياق: تقديم خلفية واضحة.

الشخصيات: تركيز الضوء على الأفراد المتأثرين.

التشويق: بناء قوس درامي (بداية، ذروة، نهاية).

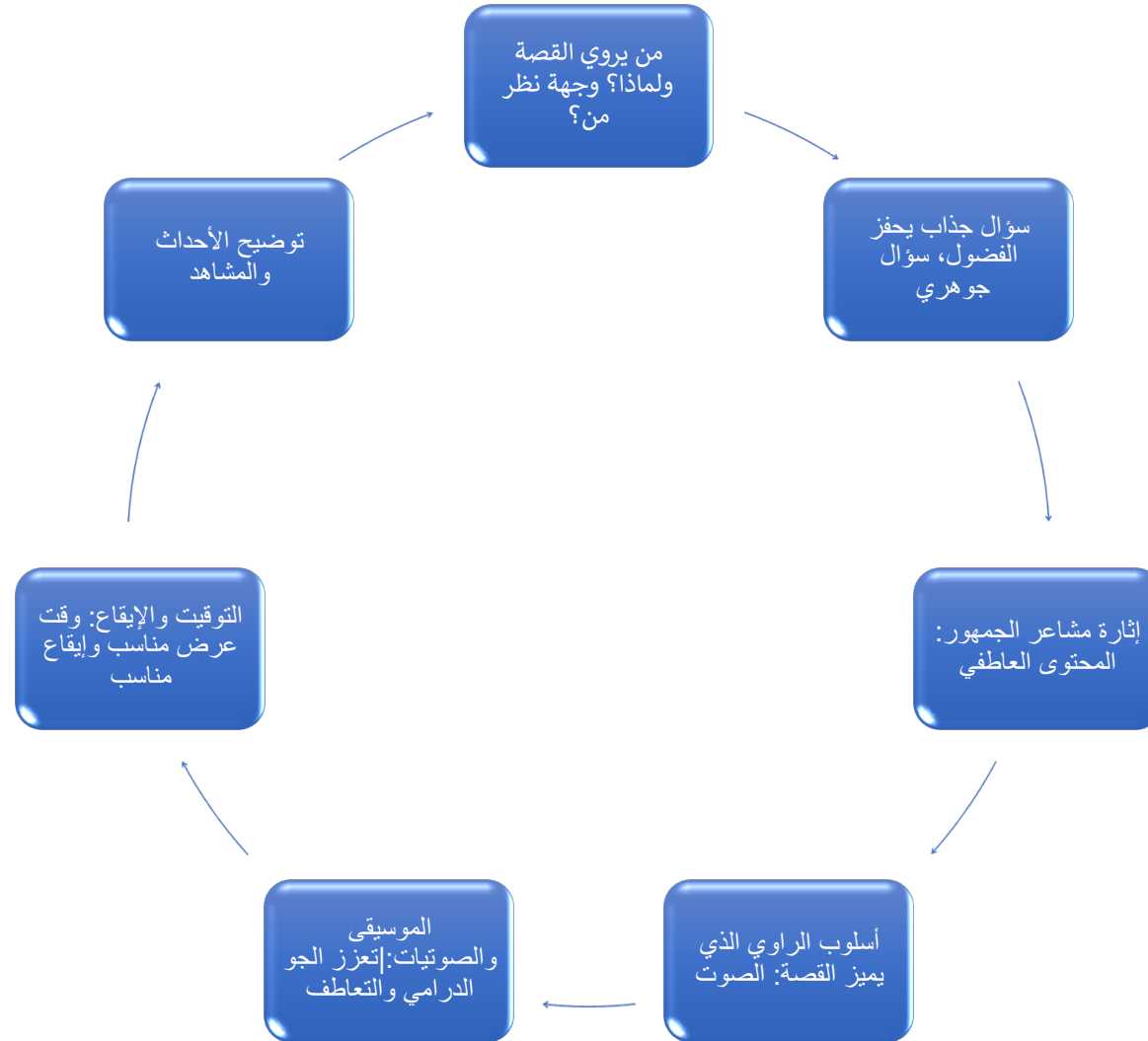
الوسائط المتعددة: دمج النص مع الصور/الفيديو.

الصحفي الرقمي اليوم ليس مجرد ناقل للحدث، بل هو راوٍ
للقصة، ومحلل للبيانات، ومصمم للتجربة، ومؤثر في مجتمعه.

الفرق بين السرد القصصي التقليدي والرقمي

البند	السرد التقليدي	السرد الرقمي
الوسيط	نص مكتوب أو محكي	وسائط متعددة (صور، فيديو، صوت)
التفاعل	محدود	تفاعلي وقابل للتخصيص
الجمهور المستهدف	محلي ومحدود غالباً	عالمي ومتعدد الثقافات
أدوات الانتاج	ورق ومطبوعات أو حديث مسجل	برامج وأدوات رقمية متنوعة

عناصر السرد القصصي الرقمي



من الأدوات المستخدمة في إنتاج القصص الرقمية:

1. Canva تصميم بصري تفاعلي
2. Adobe Spark الآن (Adobe Express): لإنشاء فيديوهات سردية بسيطة
3. Animoto إنتاج مقاطع فيديو سردية من الصور والنصوص
4. StoryMapJS لربط السرد بالمواقع الجغرافية
5. WeVideo و Powtoon: لإنشاء فيديوهات تعليمية أو قصص متحركة



أدوات وتقنيات إنتاج القصة الرقمية ٤٠

مثال تطبيقي على السرد القصصي الرقمي: "Snow Fall" – The New York Times

نبذة عن القصة

"Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek" هي قصة صحفية رقمية تفاعلية نشرتها صحيفة The New York Times عام 2012. تسرد القصة تفاصيل حادث انهيار جليدي في ولاية واشنطن، بأسلوب روائي مدعوم بالوسائط المتعددة.

ما يميز هذا المثال:

الدمج بين النصوص والفيديو والخرائط التفاعلية بطريقة تُغني تجربة القارئ. استخدام التصوير الجوي، والرسوم التوضيحية، والمقابلات الصوتية. يعتبر هذا المشروع أحد النماذج الرائدة في الصحافة الرقمية، وحصل على جائزة بوليتزر. لماذا نعرض هذا المثال؟

لأنه يمثل نقطة تحوّل في فهم كيف يمكن أن تُروى القصة الصحفية في البيئة الرقمية باستخدام السرد متعدد الوسائط (Multimedia Storytelling).

رابط القصة

<https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html>

1. ما الفرق بين تجربة قراءة " " Snow Fall وبين

قراءة مقال تقليدي؟

2. كيف ساعدت الوسائط التفاعلية في إيصال

القصة؟

3. ما المهارات التي يحتاجها الصحفي لإنتاج قصة

كهذه؟



أسئلة للنقاش

أنواع السرد القصصي الرقمي :

1. سرد توثيقي: قائم على الحقائق والأحداث الواقعية (مثل التحقيقات الصحفية)
2. سرد شخصي: رواية تجارب أو مواقف ذاتية (مثل المذكرات الرقمية)
3. سرد تفاعلي: يعتمد على اختيار المستخدم لمسار القصة (مثل القصص الصحفية التفاعلية)
4. سرد خيالي/إبداعي: مبني على سرد أدبي معزز بالوسائط المتعددة

السرد القصصي في الصحافة الرقمية:

أصبح السرد الرقمي عنصرًا مهمًا في الصحافة الحديثة، حيث يمكن الصحفي من تقديم قصص معقدة بشكل مبسط وجذاب من خلال:

- تسلسل الأحداث المرئية
- الصوتيات والبيانات التفاعلية
- المصادقية المعززة بعناصر الواقع

كيف يمكن للصحفي استخدام القصة الرقمية؟

- التقارير الميدانية المصورة
- السلاسل الوثائقية القصيرة
- القصص التفاعلية للويب
- الحملات الرقمية ذات الطابع الإنساني أو الحقوقي
- يستطيع الصحفي أن يدمج النص والصوت والصور لبناء قصة قوية تؤثر في الرأي العام.



1. زيادة التفاعل عبر الوسائط المتعددة

2. تعزيز الفهم العاطفي والمعرفي للقضية

3. توسيع قاعدة الجمهور، خصوصًا على منصات التواصل الاجتماعي

4. إمكانية الانتشار الفيروسي ((Viral Reach

تأثير السرد الرقمي على تفاعل الجمهور:

THE IMPACT OF

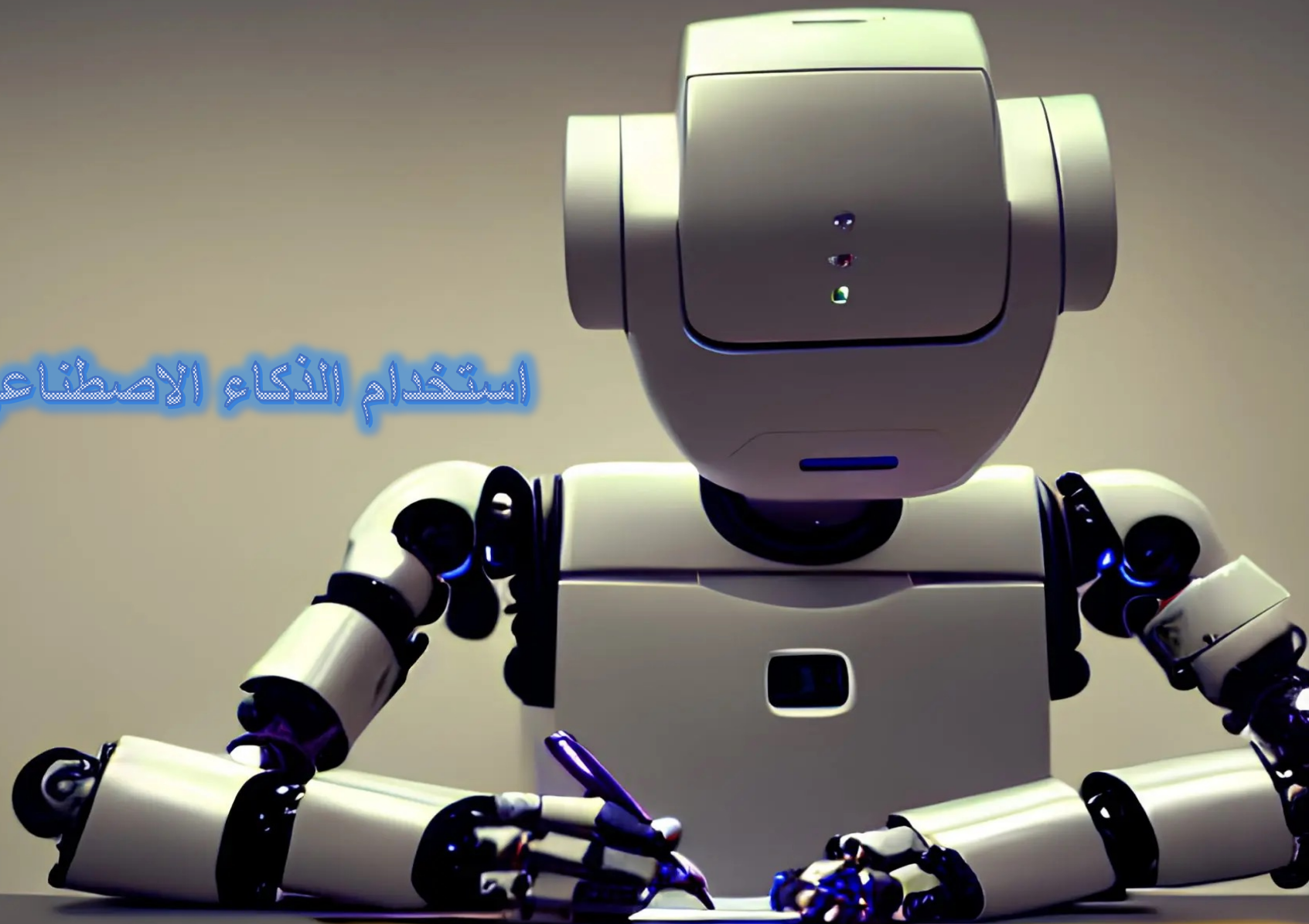


تحديات إنتاج القصص الرقمية

يمثل السرد القصصي الرقمي أداة فعالة في يد الصحفي والمنتج الإعلامي لإيصال الرسائل بشكل مؤثر وسلس. ومع تزايد استخدام الوسائط الرقمية في الإعلام، يصبح من الضروري امتلاك مهارات رقمية سرديّة تواكب تطور الجمهور الرقمي. لكن هناك العديد من التحديات التي تواجه الصحفيين عند إنتاج القصص الرقمية، أهمها:

1. الحاجة إلى مهارات تقنية متعددة
2. ارتفاع تكلفة الوقت والإنتاج أحياناً
3. صعوبة الوصول لمصادر موثوقة من الصور أو الصوتيات
4. تداخل الاعتبارات الأخلاقية، خصوصاً في القضايا الحساسة

استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي



مقدمة عن الذكاء الاصطناعي : Artificial Intelligence

الذكاء الاصطناعي هو فرع من علوم الحاسوب يهدف إلى تطوير أنظمة قادرة على أداء مهام تتطلب ذكاءً بشرياً مثل الفهم، التحليل، اتخاذ القرار، والتعلم من التجربة.

في الصحافة، يشير الذكاء الاصطناعي إلى استخدام خوارزميات وتقنيات لتحليل البيانات، إنتاج النصوص، التحقق من الأخبار، وتخصيص المحتوى للجمهور.

📌 تعريف Marconi (2020) "الذكاء الاصطناعي في الإعلام هو القدرة على معالجة البيانات الضخمة لتوليد محتوى أو قرارات تحريرية تدعم العمل الصحفي."

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

1. إنتاج الأخبار التلقائي (Automated Journalism)
 2. تحليل المحتوى الإعلامي
 3. التعرف على الصور والمقاطع المصورة
 4. الترجمة والتحويل الصوتي
 5. التوصية بالمحتوى بناءً على سلوك المستخدم
- تسهم هذه التطبيقات في تسريع العمل الصحفي وزيادة
الدقة وتحسين تجربة الجمهور.



روبوتات الكتابة الصحفية : News-writing Bots

روبوتات الكتابة هي خوارزميات قادرة على تحويل البيانات الرقمية إلى نصوص صحفية مفهومة للبشر، وتُستخدم في:

1. تغطية الأخبار العاجلة (الطقس، الاقتصاد، الرياضة)

2. إنشاء ملخصات آلية للتقارير الصحفية



أمثلة معروفة:

➤ Heliograph و واشنطن بوست: استخدم في الانتخابات الأمريكية 2016 لتوليد أكثر من 850 مقالاً.

➤ Wordsmith من شركة (Automated Insights) يُستخدم لإنتاج تقارير رياضية واقتصادية بشكل آلي.

أدوات التحقق من المعلومات باستخدام الذكاء الاصطناعي

تساعد أدوات التحقق المدعومة بالذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة. ومن هذه الأدوات:

➤ **Claim Review** إطار عمل يتيح للروبوتات التحقق من الادعاءات

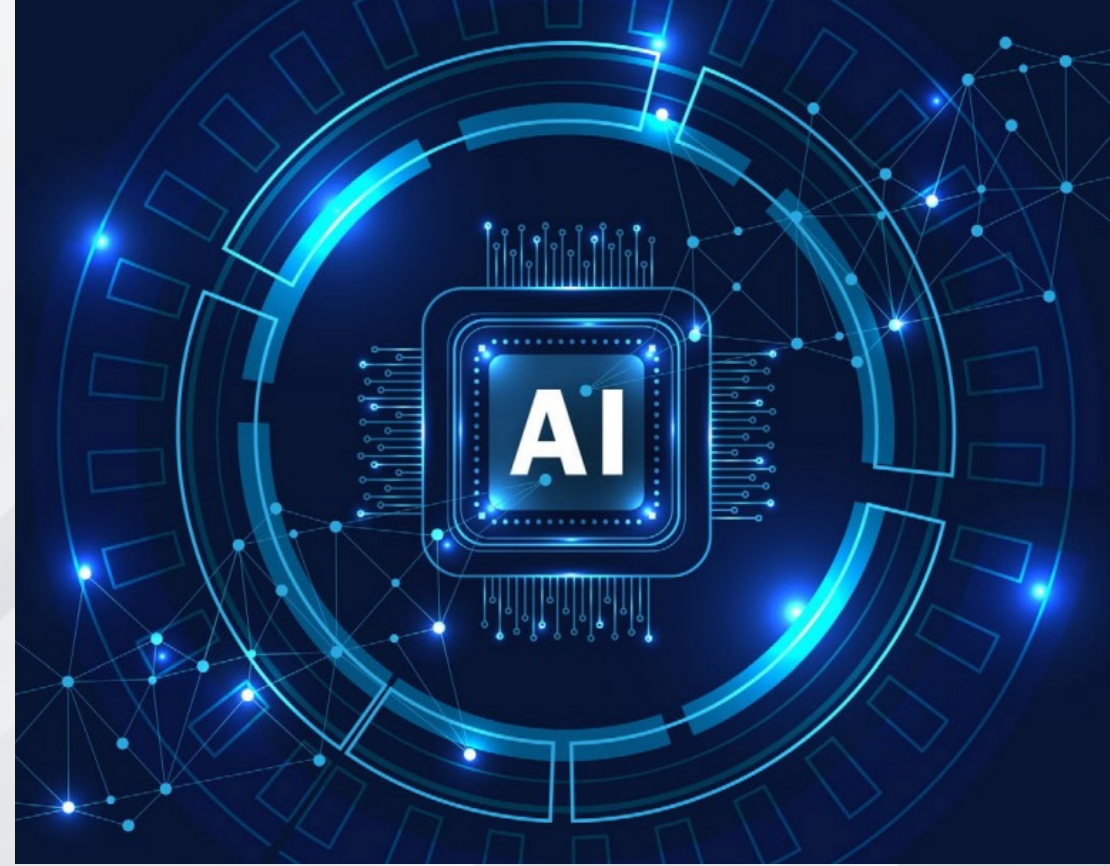
➤ **Google Fact Check Tools** خوارزميات تبحث عن مصادر موثوقة لتأكيد أو نفي الأخبار

➤ **Full Fact AI** المملكة المتحدة: يتحقق تلقائيًا من تصريحات السياسيين والمصادر الإعلامية

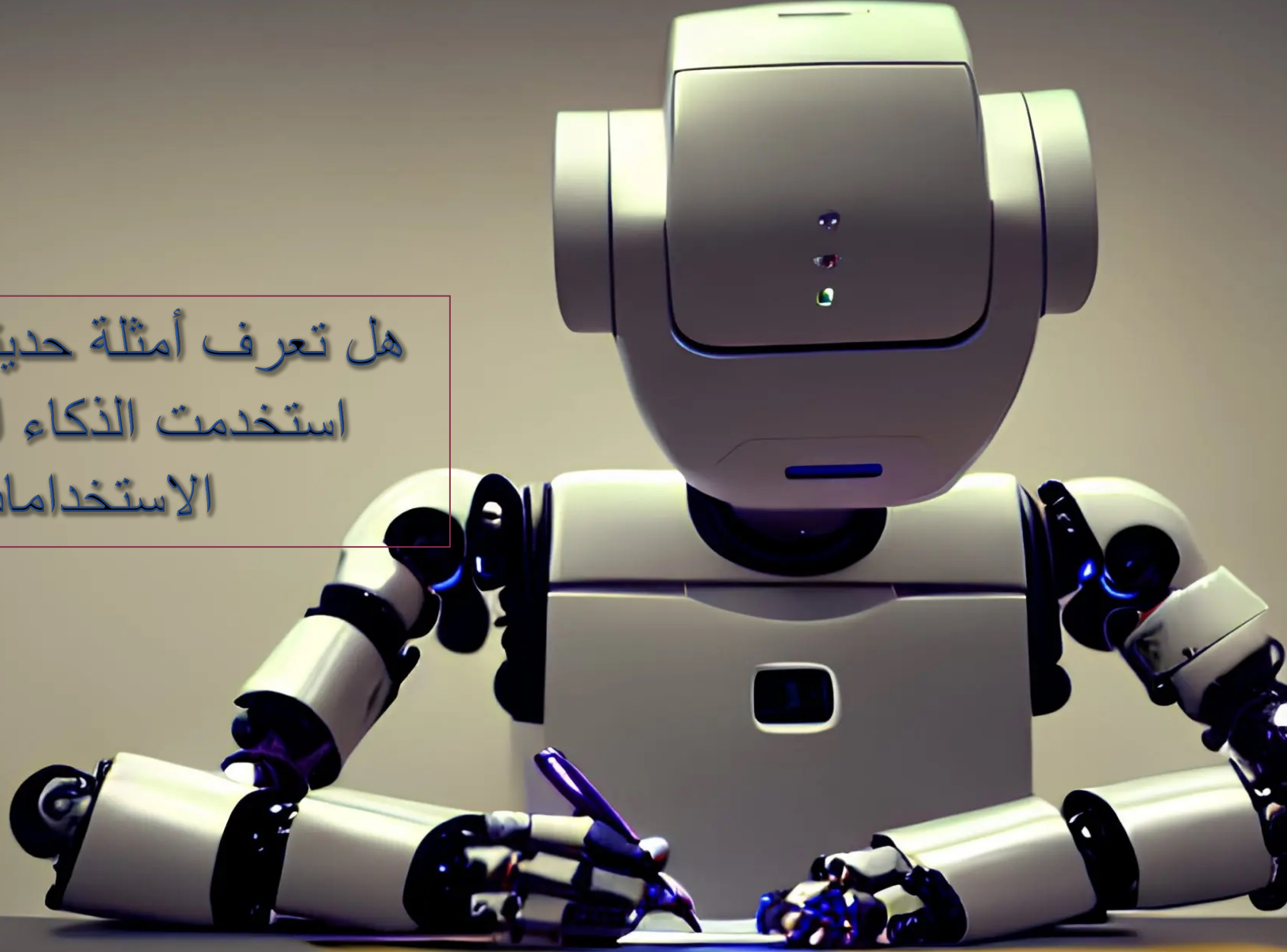


تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة: الترجمة الآلية وتحليل البيانات:

1. الترجمة الآلية الفورية (مثل Google Translate و Deeply)
تتيح للصحفي الوصول إلى مصادر متعددة اللغات
 2. التحليل الدلالي للنصوص: تحليل توجهات الرأي العام أو الخطاب الإعلامي
 3. تحليل البيانات الكبيرة (Big Data Analytics): استخراج رؤى من البيانات الصحفية
- مثل: تحليل التعليقات على فيسبوك حول قضية معينة يمكن أن يوجه الصحفي لاختيار زوايا تغطية أكثر أهمية للجمهور.



هل تعرف أمثلة حديثة لمنصة صحفية أو إعلامية
استخدمت الذكاء الاصطناعي في واحدة من
الاستخدامات المذكورة سابقا؟



كيف يستخدم الصحفي الذكاء الاصطناعي دون فقدان المصداقية؟

- استخدام AI كأداة دعم وليس بديلاً عن الصحفي
- التحقق البشري من المحتوى الناتج
- الإفصاح للجمهور عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي
- تعزيز المهارات الرقمية لدى الصحفيين لفهم الخوارزميات التي يعتمدون عليها

التحديات الأخلاقية: هل يهدد الذكاء الاصطناعي دور الصحفي؟

- فقدان السيطرة التحريرية إذا تم الاعتماد المفرط على الخوارزميات

- التمييز الخوارزمي Algorithmic Bias : إمكانية أن تنتج الخوارزميات محتوى يحمل تحيزًا غير مقصود

- غياب الشفافية في كيفية اتخاذ القرارات التحريرية

- يتطلب الأمر رقابة بشرية على المحتوى المُنتج آليًا لضمان الجودة والدقة والمصداقية.



أدوات مجانية للصحفيين تعتمد على الذكاء الاصطناعي:



- ChatGPT توليد محتوى وتلخيصات
- Jasper AI كتابة إعلانات ومحتوى رقمي
- Descript لتحرير الصوت والفيديو تلقائيًا
- Grammarly تحسين اللغة والتحقق من القواعد والأسلوب
- Google Trends و Data wrapper لتحليل البيانات وتقديمها بصريًا

يُعد الذكاء الاصطناعي أداة قوية للصحفيين تمكنهم من مواكبة التغيرات السريعة في بيئة الإعلام الرقمي. لكن يبقى الاستخدام الأخلاقي والمستنير لهذه الأدوات شرطاً أساسياً للحفاظ على مهنية الصحافة وموثوقيتها.

استخدام منصات التواصل الاجتماعي في

نشر المحتوى الصحفي والحملات

الرقمية



مقدمة: الإعلام الرقمي ومنصات التواصل

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك، تويتر/إكس، إنستغرام، تيك توك، ويوتيوب) أدوات أساسية في النشر الصحفي والتواصل مع الجمهور، حيث تحول الجمهور من المتلقي السلبي إلى متفاعل وناشر محتوى.

تعريف Newman et al. 2023: "تشكل وسائل التواصل الاجتماعي ساحة مركزية للصحافة الرقمية الحديثة، إذ تتيح للصحفيين والمؤسسات الإعلامية الوصول الفوري والتفاعلي للجمهور."



-

الفرق بين النشر الصحفي التقليدي والنشر عبر السوشيال ميديا

النشر الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي	النشر التقليدي	الخاصية
لحظي - فوري	دوري - يومي	التوقيت
مرتفع وفعال	غير متاح تقريبا	التفاعل
مختصر، بصري، سريع	مفصل - طويل	طبيعة المحتوى
مستخدم متفاعل ومشارك	قارئ سلبي	الجمهور

أنواع المحتوى الصحفي على وسائل التواصل

1. عناوين وروابط لمقالات مفصلة
 2. مقاطع فيديو قصيرة ((Shorts, Reels
 3. قصص إنستغرام أو فيسبوك المباشرة
 4. إنفو غرافيك أو رسوم تفاعلية
 5. اقتباسات وتحليلات مقتضبة
- المحتوى يجب أن يكون بصريًا وجذابًا ليحقق الوصول الفيروسي (Viral Reach).



منصات رئيسية للنشر الصحفي ومميزاتها

1. فيسبوك Facebook جمهور واسع، دعم للمحتوى الطويل، وخاصية البث المباشر
2. تويتر/إكس Twitter/X مثالي للأخبار العاجلة والآراء السريعة
3. إنستغرام Instagram مناسب للمحتوى البصري والمقاطع القصيرة
4. يوتيوب YouTube منصة الفيديو الأولى للمحتوى الطويل والتحقيقات
5. تيك توك TikTok للوصول إلى فئة الشباب عبر قصص مختصرة وسريعة

الحملات الرقمية الصحفية: المفهوم والأهداف

الحملة الرقمية الصحفية : هي استخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل استراتيجي لنشر محتوى منظم ومترابط بهدف توعية، تحقيق، أو دعم قضية عامة.

أهدافها:

1. التأثير في الرأي العام
2. كشف قضية أو دعم تحقيق صحفي
3. نشر الوعي حول ظاهرة اجتماعية أو سياسية
4. دفع الجمهور للمشاركة أو التفاعل أو الضغط

خطوات تنفيذ حملة رقمية صحفية ناجحة

١١



1. تحديد الهدف الرئيسي للحملة
2. تحليل الجمهور المستهدف
3. اختيار المنصات المناسبة
4. تطوير استراتيجية المحتوى (نوع، توقيت، تسلسل)
5. تصميم الهوية البصرية للحملة
6. استخدام الهاشتاغات المناسبة
7. قياس الأداء والتحليل Reach, Engagement, Shares

تقنيات التفاعل وبناء الجمهور



1. استخدام القصص القصيرة والبث المباشر
 2. الردود على تعليقات الجمهور
 3. إجراء استطلاعات رأي مصغرة
 4. التعاون مع مؤثرين رقميين
 5. سرد تجارب شخصية أو شهود عيان
- الصحفي الناجح على السوشيال ميديا لا يكتفى بالنشر، بل يصنع نقاشًا وتفاعلاً.

أمثلة على حملات ومحتوى صحفي ناجح على منصات التواصل الاجتماعي

1. AJ+ نموذج بارز للصحافة البصرية على فيسبوك وإنستغرام
2. BBC Africa Eye حملة Anatomy of a Killing استخدمت الفيديو التفاعلي لكشف جريمة
3. Egypt Is This أخبار سياحية صحفية حملة لتصحيح صورة مصر إعلاميًا

تحديات النشر الصحفي على وسائل التواصل

- الانتشار السريع للأخبار الكاذبة ((Fake News)
- سيطرة خوارزميات المنصات على الوصول
- المضايقات الرقمية Online Harassment للصحفيين
- تراجع الزيارات للمواقع الأصلية بسبب استهلاك المحتوى على المنصات
- وفقًا لتقرير Reuters، Digital News Report (2023) فإن 30% فقط من المستخدمين يدخلون فعليًا إلى روابط المقالات، والباقي يكتفون بالمحتوى الموجود داخل المنصة.

المهارات الرقمية للصحفي في عصر السوشيال ميديا

- تحرير الفيديوهاات القصيرة والبودكاست
- تحليل بيانات الجمهور ((Analytics
- كتابة عناوين جذابة متوافقة مع خوارزميات المنصات
- التصميم باستخدام أدوات مثل Canva وPhotoshop
- التسويق الرقمي واستخدام أدوات الحملات ((Meta Business Suite, Twitter Analytics



منصات التواصل الاجتماعي ليست فقط أدوات نشر، بل أصبحت بيئة صحفية قائمة بذاتها.
الصحفي الناجح هو من يتقن أدوات هذه البيئة، ويفهم ديناميكيات الجمهور، ويستطيع المزج
بين المهنية الصحفية وتقنيات السرد الرقمي التفاعلي للوصول والتأثير.



مراجع رقمية للمشاهدة

– AJ+ كيف تُبنى القصص الرقمية؟

فيديو يشرح كيفية إنتاج القصص الرقمية في AJ+ باستخدام السرد البصري، النصوص التوضيحية، والمونتاج السريع، مما يجعله مثالاً عملياً على صحافة الفيديو التفاعلية.

<https://youtu.be/JSiBrM-f9K8?si=X0t2usYphPSht6Ni>

Egypt Is This حملة ترويج السياحة في مصر

فيديو ترويجي أطلقته وزارة السياحة المصرية ضمن حملة ThisIsEgypt، يعرض مشاهد خلابة من مختلف أنحاء مصر، ويُعد مثالاً على استخدام السرد البصري في الحملات الرقمية

https://youtu.be/mfxQy5A_tHs?si=oFAYEP2fZ8Fk_HNa

. Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek – The New York Times

تحقيق حائز على جائزة بوليتزر، يروي قصة انهيار جليدي في واشنطن باستخدام تقنيات السرد الرقمي المتقدمة، مثل الرسوم التفاعلية والفيديوهات الجوية.

<https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>

- Lambert, J. (2013). Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community
- Ohler, J. (2013). Digital Storytelling in the Classroom: New Media Pathways to Literacy, Learning and Creativity
- Alexander, B. (2011). The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media
- Dörr, K. N. (2016). Mapping the field of algorithmic journalism. Digital Journalism, 4(6), 700-722.
- Marconi, F. (2020). Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism. Columbia University Press.
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. Journalism Practice, 4(3), 297–308.
- Kalsnes, B. (2016). The power of likes: Social media logic and political communication. Information, Communication & Society, 19(10), 1295–1307
- Tufekci, Z. (2017). Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest. Yale University Press



نلتقي في المحاضرة القادمة .. شكراً لكم