

مقرر الإبداع الإعلامي

د. أحمد مجدي شفيق

DGM333
كلية الإعلام والتسويق

المحاضرة الثامنة





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

1. استعرضنا مفهوم الهوية الإعلامية الإبداعية وأهميتها في العصر الرقمي، موضحين أن الهوية تتجاوز العناصر البصرية لتشمل القيم، الرسالة، ونبرة التواصل مع الجمهور، كما تم تحليل أمثلة ناجحة من مختلف القطاعات لاستخلاص الدروس حول بناء هوية قوية ومؤثرة.

2. تبين أن نجاح الهوية الإعلامية يعتمد على الأصالة والشفافية، السرد القصصي المؤثر، التفاعل والمشاركة، المرونة والتكيف، والاستفادة من التقنيات الحديثة، وبناءً على ذلك، توصى المؤسسات والمبدعون بتحديد الرؤية والرسالة بوضوح، الاستثمار في السرد القصصي، تشجيع التفاعل، التكيف مع التغيرات، استغلال التقنيات الجديدة بذكاء، والحفاظ على الأصالة والشفافية لضمان هوية إعلامية مؤثرة ومستدامة.

تحويل الأفكار الإبداعية إلى مشاريع قابلة للتنفيذ



بنهاية هذه المحاضرة سيكون الطلاب قادرين على:

1. فهم آلية تحويل الأفكار الإبداعية إلى مشاريع إعلامية قابلة للتنفيذ.
2. توظيف الأدوات والمنهجيات المهنية لبناء خطط استراتيجية متكاملة.
3. التعرف على مراحل التخطيط والإنتاج والتوزيع في المشروعات الإعلامية.
4. تحليل عناصر النجاح والمخاطر والتحديات التي تواجه تنفيذ المشاريع الإعلامية.
5. تطوير مهارات التفكير التصميمي والابتكار ضمن السياق الإعلامي الرقمي.



الأفكار الإبداعية في الإعلام الرقمي



منصة AJ+ بالعربية من شبكة الجزيرة

بدأت كفكرة لتجربة سرد رقمي شبابي على السوشيال ميديا، وتحولت إلى مشروع ناجح يقدم محتوى بصري سريع يناسب الجيل الرقمي.

<https://global.ajplus.net/>

1. الأفكار الإبداعية هي الوقود الذي يحرك عجلة المشاريع الإعلامية الناجحة، حيث تمثل نقطة الانطلاق لتطوير محتوى فريد ومؤثر قادر على جذب انتباه الجمهور في البيئة الرقمية المزدهمة.

2. في سياق الإبداع الإعلامي، لا يكفي مجرد وجود فكرة جيدة، بل يجب أن تكون هذه الفكرة قابلة للتحويل إلى منتج إعلامي ملموس يلبي احتياجات السوق ويقدم قيمة مضافة للمستخدمين عبر مختلف المنصات.

3. الهدف من هذه المحاضرة هو استكشاف المنهجيات والأدوات اللازمة لتحويل الإلهام الإبداعي إلى خطط عمل استراتيجية ومشاريع إعلامية قابلة للتنفيذ، مع التركيز على الجوانب التقنية والمهنية.

الإبداع الإعلامي الرقمي (المفهوم والأهمية)

1. الإبداع الإعلامي الرقمي هو عملية استخدام التكنولوجيا الرقمية لإنتاج وتوزيع محتوى إعلامي مبتكر وجذاب، يجمع بين الفن والتقنية لتحقيق أقصى تأثير ممكن على الجمهور المستهدف.
2. تكمن أهميته في قدرته على كسر الحواجز التقليدية للإنتاج الإعلامي، مما يتيح فرصًا جديدة لسرد القصص والتفاعل مع الجمهور بطرق لم تكن ممكنة من قبل، مثل الواقع الافتراضي والمعزز.
3. في سوق الإعلام التنافسي، يعد الإبداع الإعلامي الميزة التنافسية الأساسية التي تميز المشروع، وتضمن استمراريته ونجاحه في جذب الاستثمارات وتحقيق الأهداف التجارية والاجتماعية المرجوة.



مشروع الشرق للأخبار

يجمع بين التقنية والإبداع في إنتاج محتوى بصري جذاب موجه للجمهور العربي الحديث.

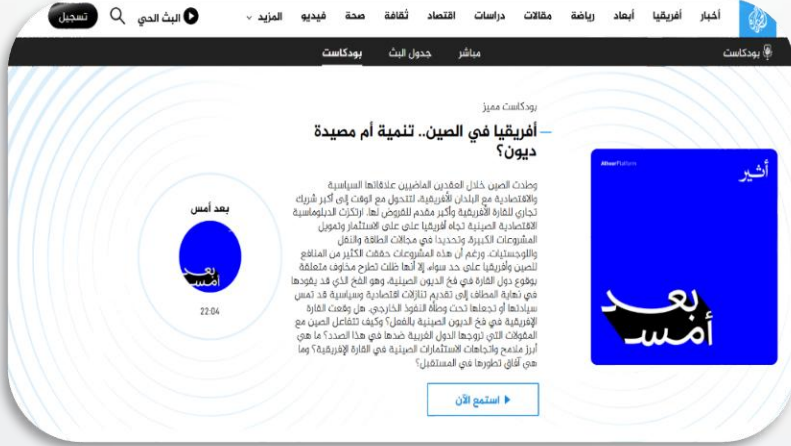
<https://asharq.com/>

خارطة طريق تحويل الأفكار الإبداعية

1. تبدأ عملية التحويل بمرحلة الإلهام وتوليد الأفكار، حيث يتم جمع وتوثيق جميع التصورات الأولية للمشروع الإعلامي، وتشجيع الفريق على التفكير الحر وغير المقيّد.

2. تليها مرحلة التقييم والتنقيح، حيث يتم غربلة الأفكار واختيار الأكثر جدوى وإبداعًا، وتحويلها إلى مفاهيم واضحة ومحددة المعالم قابلة للقياس والتحليل.

3. المرحلة الأخيرة هي التخطيط الاستراتيجي، والتي تتضمن وضع خطة عمل مفصلة تحدد الأهداف، الموارد، الجداول الزمنية، والمخاطر المحتملة، لضمان الانتقال السلس إلى مرحلة التنفيذ.



مشروع بودكاست الجزيرة

بدأ كفكرة داخل القناة، وتم تحويلها إلى خطة تنفيذية ثم منصة إنتاج متكاملة للبودكاست العربي.

<https://www.aljazeera.net/audio/podcasts/>

التفكير التصميمي كمنهجية لحل المشكلات الإبداعية

1. التفكير التصميمي هو منهجية تركز على الإنسان لحل المشكلات المعقدة، تبدأ بالتعاطف العميق مع الجمهور المستهدف لفهم احتياجاتهم وتحدياتهم في استهلاك المحتوى الإعلامي.

2. تساعد هذه المنهجية فرق الإبداع الإعلامي على توليد حلول مبتكرة من خلال مراحل التحديد، التفكير، النمذجة الأولية، والاختبار، مما يضمن أن المنتج النهائي يلبي توقعات المستخدمين.

3. تطبيق التفكير التصميمي يقلل من مخاطر الفشل في المشاريع الإعلامية، حيث يتم اختبار الأفكار مبكرًا وتلقي التغذية الراجعة، مما يوفر الوقت والجهد قبل الالتزام بالإنتاج الكامل.



حملة "عبد اللطيف جميل للإبداع الاجتماعي"

استخدمت التفكير التصميمي في سرد قصص واقعية تسلط الضوء على حلول الشباب لمشاكل المجتمع.

<https://alj.com/ar/perspective/community-jameel-helping-communities-transform/>

تحديد الجمهور المستهدف أساس نجاح أي مشروع إعلامي

1. تحديد الجمهور المستهدف بدقة هو الخطوة الأولى والأكثر أهمية في أي مشروع إعلامي، فبدون فهم واضح لمن نتحدث، ستفشل رسالتك في الوصول والتأثير المطلوب.

2. يشمل التحليل الديموغرافي (العمر، الموقع، التعليم) والنفسي (الاهتمامات، القيم، السلوكيات) للجمهور، مما يساعد في بناء شخصيات مستخدمين مفصلة.

3. هذا الفهم العميق للجمهور يمكن فريق الإبداع من تصميم محتوى إعلامي مخصص، واختيار القنوات المناسبة للتوزيع، وصياغة رسائل تتناسب مع احتياجاتهم وتطلعاتهم بشكل فعال.



بودكاست "كنبة السبت" من السعودية

يوجّه لجمهور نسائي عربي مهتم بالتنمية الذاتية، مما جعل صياغة الحلقات واللغة تتماشى مع هذا الجمهور بدقة.

الرؤية والرسالة (قلب المشروع الإعلامي)

1. الرؤية هي الصورة المستقبلية الطموحة للمشروع، وتحدد الأثر الذي يسعى لتحقيقه على المدى الطويل، مثل أن يصبح المصدر الأول للأخبار الموثوقة في منطقة معينة.

2. الرسالة هي التعبير الموجز عن سبب وجود المشروع والقيمة التي يقدمها للجمهور، ويجب أن تكون واضحة ومقنعة وتعكس جوهر الإبداع الإعلامي الذي يقدمه.

3. يجب أن تكون الرؤية والرسالة متسقتين مع بعضهما البعض ومع المحتوى الإعلامي المنتج، لضمان أن كل جزء من المشروع يعمل نحو تحقيق هدف واحد وموحد، مما يعزز العلامة التجارية.



صحيفة "المدين" اللبنانية

رؤيتها:

تقديم إعلام رقمي حر ومستقل.

رسالتها:

نقل الواقع العربي بنقدٍ بناء وتحليل متزن.

دراسة السوق الإعلامي لتحديد الميزة التنافسية

1. تحليل المنافسين هو عملية منهجية لتقييم نقاط القوة والضعف للمشاريع الإعلامية الأخرى في السوق، وتحديد الفجوات والفرص التي يمكن لمشروعك استغلالها بذكاء.

2. يشمل ذلك تحليل استراتيجيات المحتوى، قنوات التوزيع، نماذج الإيرادات، ومستويات التفاعل مع الجمهور لدى المنافسين الرئيسيين، لتعلم أفضل الممارسات وتجنب الأخطاء الشائعة.

3. القياس المعياري (Benchmarking) يساعد في تحديد الميزة التنافسية الفريدة لمشروعك الإعلامي، والتي قد تكون في جودة الإنتاج، أو التخصص في محتوى معين، أو طريقة التفاعل مع الجمهور.



منصة Mawdoo3.com الأردنية

حددت فجوة المحتوى العربي الموثوق، فبنت مشروعها على تقديم مقالات دقيقة و SEO قوي، فأصبحت من أكبر المواقع العربية.

تحليل SWOT للمشاريع الإعلامية الإبداعية



شركة الشرق للأخبار

درست نقاط قوتها (دعم مجموعة MBC)
وضعفها (حادثة التجربة)، وحددت فرصها
(سوق الأخبار الرقمية)، وتهديداتها
(المنافسة مع الجزيرة وسكاي نيوز).

<https://asharq.com/>

1. تحليل SWOT هو أداة استراتيجية لتقييم العوامل الداخلية (نقاط القوة والضعف) والخارجية (الفرص والتهديدات) التي تؤثر على المشروع الإعلامي بشكل مباشر أو غير مباشر.

2. نقاط القوة قد تكون فريقًا إبداعيًا موهوبًا أو تقنية إنتاج متقدمة، بينما نقاط الضعف قد تكون نقصًا في التمويل أو ضعفًا في استراتيجية التسويق الرقمي.

3. يساعد هذا التحليل في صياغة استراتيجيات تستغل نقاط القوة، تعالج نقاط الضعف، تستفيد من الفرص المتاحة في السوق، وتتجنب أو تخفف من التهديدات المحتملة، لضمان نجاح المشروع.

تحديد الأهداف الذكية (SMART Goals) للمحتوى الإعلامي



منصة أنغامي

هدف ذكي هو زيادة عدد المشتركين المدفوعين بنسبة 30% خلال سنة عبر محتوى عربي حصري.

<https://www.anghami.com/>

1. الأهداف الذكية هي أهداف محددة، قابلة للقياس، قابلة للتحقيق، ذات صلة، ومحددة بزمان، وهي ضرورية لنجاح أي مشروع.
2. في الإبداع الإعلامي، يجب أن تكون الأهداف الذكية مرتبطة بمقاييس الأداء الرئيسية، مثل زيادة عدد المشتركين بنسبة 20% خلال الربع الأول، أو تحقيق مليون مشاهدة لمحتوى معين.
3. تحديد الأهداف الذكية يضمن أن جميع أعضاء الفريق يعملون نحو نفس النتيجة المرجوة، ويوفر إطارًا واضحًا لتقييم التقدم وتحديد ما إذا كان المشروع يسير في الاتجاه الصحيح أم يحتاج إلى تعديل.

نموذج العمل التجاري للمنصات الإعلامية



منصة Shahid VIP

نموذج إيرادات يعتمد على الاشتراكات الشهرية والإعلانات، مع محتوى حصري عربي.

<https://shahid.mbc.net/>

1. نموذج العمل التجاري هو أداة بصرية لتوصيف، تصميم، واختراع، أو ابتكار نماذج الأعمال، وهو ضروري لتحديد كيفية خلق المشروع الإعلامي للقيمة وتقديمها والحصول عليها.

2. يشمل النموذج تسعة مكونات رئيسية، مثل شرائح العملاء، القيمة المقترحة (المحتوى الفريد)، القنوات، علاقات العملاء، مصادر الإيرادات، والأنشطة والموارد الرئيسية المطلوبة للإنتاج.

3. يساعد فريق الإبداع على فهم جميع جوانب المشروع بشكل متكامل، وتحديد مصادر الدخل المحتملة (إعلانات، اشتراكات، رعاية)، وضمان الاستدامة المالية للمنصة الإعلامية على المدى الطويل.

إدارة الموارد المالية للمحتوى الإبداعي



بودكاست "فنجان" من ثمانية السعودية

يستخدم تمويلًا من الإعلانات والرعايات،
ويعيد استثمار الأرباح في تطوير الجودة
والإنتاج.

<https://thmanyah.com/@fnjan>

1. التخطيط المالي الدقيق هو حجر الزاوية لضمان استمرارية المشروع الإعلامي، ويتضمن وضع ميزانية مفصلة تغطي جميع التكاليف المتوقعة من مرحلة الفكرة حتى النشر والترويج.

2. يجب تحديد مصادر التمويل المحتملة، سواء كانت ذاتية، أو من خلال مستثمرين، أو تمويل جماعي، أو منح، مع وضع خطة واضحة لاستخدام هذه الأموال بأقصى كفاءة ممكنة.

3. إدارة الميزانية تتطلب مراقبة مستمرة للمصروفات، وتوقع التكاليف غير المتوقعة، ووضع ميزانية طوارئ للتعامل مع أي تحديات مالية قد تطرأ أثناء عملية الإنتاج الإعلامي.

البنية التحتية التقنية للمشروع الإعلامي



صحيفة Independent عربية

تعتمد على نظام إدارة محتوى متطور،
وبنية سحابية تتيح سرعة نشر ومتابعة
الأداء.

<https://www.independentarabia.com/>

1. الجدوى الفنية تقيم قدرة المشروع على استخدام التكنولوجيا المتاحة لإنتاج المحتوى بالجودة المطلوبة، وتحديد ما إذا كانت المهارات والمعدات الحالية كافية لتحقيق الأهداف الفنية.
2. يجب اختيار التكنولوجيا المناسبة للإنتاج (برامج التحرير، الكاميرات، الميكروفونات) والنشر (نظام إدارة المحتوى، الخوادم السحابية)، مع الأخذ في الاعتبار قابلية التوسع والأمان.
3. الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة والموثوقة يضمن جودة المنتج النهائي، ويقلل من المشاكل التقنية أثناء التشغيل، مما يعزز من تجربة المستخدم ويحافظ على مصداقية المنصة الإعلامية.

الفريق الإبداعي (المهارات والأدوار الأساسية)

1. نجاح المشروع الإعلامي يعتمد بشكل كبير على كفاءة وتنوع الفريق، الذي يجب أن يضم مزيجًا من المهارات الإبداعية (كتابة المحتوى، التصميم) والتقنية (البرمجة، التحرير).
2. يجب تحديد الأدوار والمسؤوليات بوضوح لكل عضو في الفريق، لضمان عدم تداخل المهام وتجنب النزاعات، وتعزيز التعاون الفعال بين مختلف التخصصات.
3. القيادة الفعالة للفريق الإبداعي تتطلب تحفيز الأعضاء، وتوفير بيئة عمل تشجع على التجريب والابتكار، والاستثمار في التدريب المستمر لتطوير مهاراتهم لمواكبة التطورات التكنولوجية.

استراتيجيات التعامل مع المخاطر المحتملة



قناة العربية أثناء جائحة كورونا

وضعت خطة طوارئ لتأمين استمرارية البث عبر فرق عمل عن بُعد واستوديوهات احتياطية.

<https://www.alarabiya.net/coronavirus>

1. إدارة المخاطر هي عملية تحديد، تقييم، والتحكم في التهديدات المحتملة التي قد تؤثر سلبيًا على المشروع الإعلامي، مثل تأخيرات الإنتاج أو التحديات القانونية أو التغيرات في السوق.

2. يجب وضع خطة استباقية للتعامل مع كل خطر محتمل، تتضمن إجراءات وقائية لتقليل احتمالية حدوثه، وخطط طوارئ للتخفيف من آثاره في حال وقوعه.

3. في الإبداع الإعلامي، تشمل المخاطر المحتملة فقدان البيانات، انتهاك حقوق النشر، أو ردود الفعل السلبية من الجمهور، مما يتطلب يقظة مستمرة وتخطيطًا دقيقًا.

تصميم تجربة المستخدم UX للمنصات الإعلامية

1. تجربة المستخدم UX هي مجموع المشاعر والانطباعات التي تتكون لدى المستخدم أثناء تفاعله مع المنتج الإعلامي، وهي حاسمة لضمان ولاء الجمهور واستمرارية استهلاك المحتوى.

2. تصميم UX جيد يركز على سهولة الاستخدام، ووضوح التنقل، وسرعة تحميل المحتوى، مما يقلل من إحباط المستخدم ويزيد من احتمالية عودته إلى المنصة الإعلامية.

3. يجب إجراء اختبارات مستخدم مكثفة في مراحل مبكرة من التطوير، لجمع التغذية الراجعة وتحسين تصميم التجربة بناءً على سلوك المستخدمين الفعلي واحتياجاتهم المتغيرة.



تطبيق اقرأ لي

سهولة التصفح، تجربة استماع مريحة،
وتوصيات ذكية بناءً على تفضيلات المستخدم.

<https://www.iqraaly.com/home>

تصميم واجهة المستخدم UI وعناصر الجاذبية البصرية



موقع صحيفة البيان الإماراتية

تصميم متناسق مع الهوية المؤسسية والألوان، وسهولة في الوصول إلى الأقسام، مع استعراض منسق ومنظم لأبرز الموضوعات.

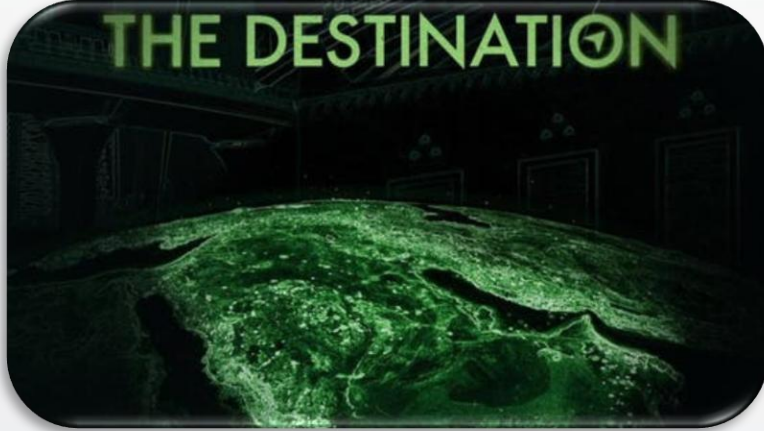
<https://www.albyan.ae/>

1. واجهة المستخدم UI هي المظهر البصري للمنصة الإعلامية، وتشمل الألوان، الخطوط، الأيقونات، والتخطيط العام، وهي تلعب دورًا كبيرًا في جذب الانتباه الأولي للمستخدم.

2. يجب أن يكون تصميم UI متسقًا مع هوية العلامة التجارية للمشروع الإعلامي، ويعكس الاحترافية والإبداع، مما يخلق انطباعًا إيجابيًا ودائمًا لدى الجمهور.

الجمع بين UI الجذاب و UX السلس من مطلوبات النجاح في البيئة الرقمية، حيث يتوقع المستخدمون واجهات جميلة وسهلة الاستخدام في نفس الوقت، مما يعزز من قيمة المحتوى المقدم.

تحويل المفهوم إلى محتوى إعلامي عالي الجودة



فيلم "الوجهة" يوثق رحلة السعودية نحو
رؤية 2030

يحمل قصص نجاح واقعية ويظهر تمكين
الكفاءات الوطنية.

<https://youtu.be/YpR9rIFXwZQ>

1. مرحلة الإنتاج هي المرحلة التي تتحول فيها الخطط إلى محتوى إعلامي ملموس، وتتطلب مهارات فنية عالية في التصوير، التسجيل الصوتي، والإضاءة، لضمان جودة المنتج النهائي.

2. المونتاج والتحرير هما قلب عملية الإنتاج، حيث يتم تجميع العناصر المختلفة (الصوت، الصورة، الرسومات) في قصة متماسكة ومؤثرة، مع استخدام تقنيات إبداعية لتعزيز الرسالة.

3. التصميم الجرافيكي والرسوم المتحركة Motion Graphics يضيفان قيمة بصرية كبيرة للمحتوى، ويساعدان في تبسيط المعلومات المعقدة وجعلها أكثر جاذبية للجمهور في البيئة الرقمية.

التكنولوجيا في خدمة الإبداع الإعلامي

عربية sky news

قناة سكاى نيوز عربية

تستخدم الذكاء الاصطناعي لتحليل الاتجاهات
ورصد الأخبار على السوشيال ميديا.

<https://youtu.be/mgFGFZjWoj4>

1. الاعتماد على أدوات الإنتاج الإعلامي الرقمي الحديثة ضروري لضمان جودة وكفاءة عملية الإنتاج، ومواكبة المعايير الصناعية.
2. بدأت أدوات الذكاء الاصطناعي تلعب دورًا متزايدًا في الإبداع الإعلامي، من خلال المساعدة في كتابة النصوص، توليد الصور، وتحليل البيانات، مما يسرع من عملية الإنتاج ويفتح آفاقًا جديدة للإبداع.
3. يجب على فرق الإبداع الإعلامي الاستثمار في تعلم هذه الأدوات والتقنيات الجديدة، واستخدامها بذكاء لتعزيز قدراتهم الإبداعية، بدلاً من الاعتماد عليها بشكل كامل في عملية الإنتاج.

معايير الجودة في المحتوى الإعلامي الرقمي

ثمانية

منصة ثمانية السعودية

تشتهر بجودة الصوت والصورة في
بودكاستاتها، واتباعها معايير تحريرية دقيقة.

<https://thmanyah.com/>

بطولات الكرة السعودية
مجانيًا على تطبيق ثمانية



1. جودة المحتوى الإعلامي لا تقتصر على الجانب الفني (دقة الصورة، وضوح الصوت)، بل تشمل أيضًا الجانب الإبداعي (أصالة الفكرة، قوة السرد، عمق الرسالة).

2. يجب وضع معايير واضحة للجودة الفنية والإبداعية، وإجراء مراجعات داخلية وخارجية للمحتوى قبل النشر، لضمان أنه يلبي توقعات الجمهور ويحافظ على سمعة العلامة التجارية.

3. الالتزام بأعلى معايير الجودة هو ما يميز المشروع الإعلامي الناجح عن المنافسين، ويضمن أن المحتوى يترك أثرًا إيجابيًا ودائمًا لدى الجمهور المستهدف، مما يعزز من ولاءهم.

استراتيجية التوزيع والوصول إلى الجمهور في كل مكان

1. اختيار المنصات الرقمية المناسبة لنشر المحتوى هو قرار استراتيجي يعتمد على طبيعة المحتوى والجمهور المستهدف، ويجب أن يكون جزءًا من خطة المشروع الإعلامي.

2. يجب فهم خوارزميات كل منصة (يوتيوب، تيك توك، إنستجرام، المواقع الإخبارية) وتكييف المحتوى ليناسب متطلباتها، لضمان أقصى قدر من الوصول والتفاعل مع الجمهور.

3. استراتيجية التوزيع الفعالة تتضمن النشر المتعدد القنوات Multi-channel Publishing، حيث يتم تكييف المحتوى ليناسب كل منصة، مما يزيد من انتشار الرسالة الإعلامية وتأثيرها.



عيشها هي إحدى مبادرات الهيئة العامة للترفيه، بالمملكة العربية السعودية، استخدمت استراتيجيات نشر متعددة عبر يوتيوب وسناب وتويتر لزيادة الوصول.

<https://www.enjoy.sa/ar/>

استراتيجيات الترويج والتسويق الرقمي للمحتوى

1. التسويق الرقمي هو عملية استخدام القنوات الرقمية (الإعلانات المدفوعة، تحسين محركات البحث SEO، التسويق عبر المؤثرين) لجذب الجمهور إلى المحتوى الإعلامي للمشروع.
2. يجب وضع خطة تسويق مفصلة تحدد الميزانية، القنوات، والرسائل الترويجية، مع التركيز على المحتوى الإبداعي الذي يميز المشروع عن المنافسين ويجذب انتباه الجمهور.
3. التحليل المستمر لأداء الحملات التسويقية يساعد في تحسين الاستراتيجيات وتوجيه الموارد نحو القنوات الأكثر فعالية، مما يزيد من العائد على الاستثمار التسويقي للمشروع الإعلامي.

التفاعل مع الجمهور وبناء مجتمع حول المشروع الإعلامي

1. التفاعل مع الجمهور هو عنصر حيوي لنجاح أي مشروع إعلامي رقمي، حيث يحول المشاهدين السلبيين إلى مشاركين نشطين وموالين للعلامة التجارية للمشروع.
2. يجب تشجيع التعليقات، الأسئلة، والمشاركات من الجمهور، والرد عليها بانتظام وبطريقة مهنية وإيجابية، مما يخلق شعورًا بالانتماء والمشاركة المجتمعية.
3. بناء مجتمع قوي حول المشروع الإعلامي يضمن استمرارية الدعم والولاء، ويوفر مصدرًا قيمًا للتغذية الراجعة والأفكار الجديدة للمحتوى المستقبلي، مما يعزز من استدامة المشروع.

الحفاظ على سمعة المشروع



قناة MBC أثناء جدل "العاصوف"

تعاملت بشفافية مع الانتقادات وأنتجت محتوى توضيحي لتعزيز الثقة، قناة MBC تعرضت لجدل كبير أثناء بث مسلسل "العاصوف" بسبب محتواه الذي اعتبره البعض جريئاً، خاصة في الأجزاء الأولى التي تناولت أحداثاً تاريخية واجتماعية حساسة في السعودية، ورغم المطالبات بإيقافه، استمرت القناة في بث المسلسل، مشيرةً إلى أن اختلاف وجهات النظر حول الأعمال الفنية أمر طبيعي.

<https://sabq.org/saudia/tzctqq>

1. الأزمات الإعلامية والتغذية الراجعة السلبية هي جزء لا مفر منه من العمل في المجال الإعلامي، وتتطلب خطة واضحة ومعدة مسبقاً للتعامل معها بفعالية ومهنية.

2. يجب الاستجابة بسرعة وشفافية لأي انتقادات أو أخطاء، والاعتراف بالخطأ عند الضرورة، وتقديم حلول واضحة ومقنعة لإعادة بناء الثقة مع الجمهور.

3. التعامل الإيجابي مع التغذية الراجعة السلبية وتحويلها إلى فرصة للتحسين، يظهر احترافية المشروع الإعلامي والتزامه بالجودة، مما يعزز من سمعته ومصداقيته على المدى الطويل.

فهم سلوك الجمهور وتأثير المحتوى

1. تحليل البيانات هو عملية جمع، تنظيف، وتحليل البيانات المتعلقة بتفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي، لاستخلاص رؤى عميقة حول سلوكهم وتفضيلاتهم.
2. يساعد هذا التحليل في فهم أي أنواع المحتوى تحقق أفضل أداء، ومتى يكون الجمهور أكثر تفاعلاً، وما هي القنوات التي تحقق أعلى معدلات وصول، مما يوجه عملية الإنتاج المستقبلي.
3. الاعتماد على البيانات في اتخاذ القرارات الإبداعية يضمن أن المحتوى المنتج ليس فقط مبتكراً، بل هو أيضاً فعال ومؤثر، ويلبي الاحتياجات الفعلية للجمهور المستهدف.

أدوات التحليل الرقمي



<https://developers.google.com/analytics>

المنصة التي يقصدها الملايين من مالكي المواقع الإلكترونية والتطبيقات الذين يسعون إلى الحصول على فهم أعمق لأداء مواقعهم الإلكترونية وتطبيقاتهم، وباستخدام "إحصاءات Google"، يمكنك تحسين استراتيجيتك الرقمية وتحسين حملاتك وتطوير حضورك على الإنترنت إلى آفاق جديدة.

1. تتوفر العديد من أدوات التحليل الرقمي التي تساعد في قياس أداء المشروع الإعلامي، مثل Google Analytics لتحليل حركة المرور على الموقع، وأدوات تحليل منصات التواصل الاجتماعي.
2. يجب إتقان استخدام هذه الأدوات وتفسير البيانات التي تقدمها، وتحويل الأرقام والإحصائيات إلى قصص ورؤى قابلة للتنفيذ، توجه عملية تحسين المحتوى واستراتيجيات التوزيع.
3. الاستثمار في أدوات تحليل متقدمة يوفر ميزة تنافسية، حيث يمكن للمشروع الإعلامي أن يتخذ قرارات سريعة ومستنيرة بناءً على بيانات دقيقة ولحظية حول أداء المحتوى.

مقاييس النجاح في الإبداع الإعلامي

1. مؤشرات الأداء الرئيسية هي المقاييس الكمية والنوعية التي تستخدم لتقييم مدى نجاح المشروع الإعلامي في تحقيق أهدافه المحددة مسبقًا، وتوجيه القرارات الاستراتيجية.
2. تشمل المؤشرات الأساسية في الإبداع الإعلامي معدل الوصول Reach، معدل التفاعل Engagement Rate، معدل التحويل Conversion Rate، والعائد على الاستثمار ROI، ومدة المشاهدة.
3. يجب مراجعة هذه المؤشرات بانتظام وتحليلها بعمق لتحديد نقاط القوة والضعف في المحتوى واستراتيجيات التوزيع، مما يضمن أن المشروع يسير على المسار الصحيح نحو تحقيق أهدافه.

العائد على الاستثمار في المشاريع الإعلامية

1. العائد على الاستثمار هو مقياس مالي يحدد مدى كفاءة الاستثمار في المشروع الإعلامي، ويقارن بين الأرباح المحققة والتكاليف الإجمالية للإنتاج والتسويق.
2. في المشاريع الإعلامية، لا يقتصر هذا العائد على العائد المالي المباشر، بل يشمل أيضًا العائد غير المالي، مثل زيادة الوعي بالعلامة التجارية، أو التأثير الاجتماعي، أو بناء قاعدة جماهيرية وفية.
3. حساب العائد على الاستثمار بدقة يساعد في تبرير الإنفاق على المحتوى الإبداعي، وتحديد أي الأنشطة تحقق أعلى قيمة، مما يوجه عملية تخصيص الموارد للمشاريع المستقبلية بشكل أكثر فعالية.

التحسين المستمر في الإبداع الإعلامي

1. التعلم والتكرار هو مبدأ أساسي في منهجيات أجايل، ويعني إجراء تحسينات صغيرة ومتكررة على المحتوى والمنتج بناءً على التغذية الراجعة ونتائج التحليل.
2. يجب أن يكون فريق الإبداع الإعلامي مستعدًا لتجربة أفكار جديدة، وقياس نتائجها، وتعديل الاستراتيجيات بسرعة، بدلاً من الالتزام بخطة واحدة جامدة لا تتغير.
3. هذه العملية المستمرة من التقييم والتحسين تضمن أن المشروع الإعلامي يظل مواكبًا لاهتمامات الجمهور المتغيرة، ويحافظ على جودة المحتوى وتأثيره على المدى الطويل.

الابتكار كضرورة للبقاء في الإعلام الرقمي



إعلان بيتزا

إعلان مطعم بيتزا بالذكاء الاصطناعي،
الإعلان مصنوع بتقنيات AI الحديثة التي
بتخلي كل حاجة تحسها واقعية وطبيعية!

https://youtu.be/Kq_DAgshslc

1. الابتكار المستمر هو مفتاح البقاء في سوق الإعلام الرقمي سريع التغير، ويتطلب من المشروع الإعلامي تخصيص موارد للبحث والتطوير وتجربة التقنيات الجديدة باستمرار.

2. يجب على الفريق الإبداعي أن يكون على دراية بأحدث التطورات التكنولوجية، مثل الذكاء الاصطناعي، الواقع الافتراضي، والبلوك تشين، وكيف يمكن استخدامها لإنتاج محتوى إعلامي مبتكر.

3. ثقافة الابتكار تشجع على المخاطرة المحسوبة والتفكير خارج الصندوق، وتجعل الفريق مستعدًا لتبني التغير، مما يضمن أن المشروع يظل في طليعة الإبداع الإعلامي.

المسؤولية الاجتماعية



حملة "خليك بالبيت"

محتوى إعلامي توعوي حقق تأثيراً مجتمعياً كبيراً، حين تسابق الفنانون العرب على نشر التوعية من فيروس كورونا الجديد وذلك من خلال عدد من الأغاني التي استحوذت على مرتادي مواقع التواصل الإلكتروني، وحازت على اهتمام كبير.

<https://www.alwatan.com.sa/article/1039984>

1. أخلاقيات الإبداع الإعلامي تتجاوز الالتزام بالقوانين لتشمل المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية تجاه الجمهور والمجتمع، وتجنب نشر المعلومات المضللة أو المحتوى الضار.

2. يجب على المشروع الإعلامي أن يتبنى مدونة سلوك أخلاقي واضحة توجه عملية إنتاج المحتوى، وتضمن أن الرسالة الإعلامية تخدم المصلحة العامة وتحترم التنوع الثقافي والاجتماعي.

3. الالتزام بالمعايير الأخلاقية يعزز من مصداقية المشروع الإعلامي وسمعته، ويساهم في بناء ثقة الجمهور، وهو أصل لا يقدر بثمن في البيئة الإعلامية الحالية.

حماية البيانات والخصوصية للمستخدمين



منصة مرن السعودية

توضح سياسات خصوصية شفافة
وتستخدم تشفيراً لحماية بيانات
المستخدمين.

<https://app.mrn.sa/>

1. حماية بيانات المستخدمين والخصوصية هي مسؤولية قانونية وأخلاقية على عاتق أي مشروع إعلامي رقمي يجمع معلومات عن جمهوره، مثل بيانات التسجيل أو سلوك التصفح.

2. يجب الالتزام بقوانين حماية البيانات وتطبيق إجراءات أمنية صارمة لحماية البيانات من الاختراق وسوء الاستخدام، وتوفير سياسات خصوصية واضحة وشفافة.

3. الشفافية في التعامل مع بيانات المستخدمين تبني الثقة والمصداقية، وتجعل الجمهور أكثر استعدادًا للتفاعل مع المنصة الإعلامية، مما يعزز من استدامة المشروع.

بناء الثقة مع الجمهور



موقع سبق

يُحافظ على دقة الأخبار المحلية وسرعة
النشر بمصداقية عالية.

<https://sabq.org/>

1. الشفافية والمصداقية هما الركيزتان الأساسيتان لبناء علاقة قوية ودائمة مع الجمهور، وهما ضروريان لنجاح أي مشروع إعلامي يسعى للتأثير والإقناع.

2. يجب أن يكون المحتوى الإعلامي دقيقًا وموثوقًا، وأن يتم الإفصاح عن أي تضارب في المصالح أو رعاية مدفوعة، لضمان أن الجمهور يتلقى معلومات غير متحيزة.

3. الالتزام بالمصداقية في جميع الأوقات، حتى في مواجهة الأخطاء، يعزز من سمعة المشروع الإعلامي ويجعله مصدرًا موثوقًا للمعلومات، مما يزيد من ولاء الجمهور.

التحديات القانونية في النشر عبر الحدود



منصة إرم نيوز

تعتمد على سياسات وقوانين لضمان الالتزام
بالقوانين عند نشر محتوى في دول مختلفة.

<https://www.aremnews.com/>

1. النشر عبر الحدود يواجه تحديات قانونية معقدة تتعلق باختلاف القوانين في الدول المختلفة، مثل قوانين التشهير، وحرية التعبير، وحقوق النشر الدولية.

2. يجب على المشروع الإعلامي أن يكون على دراية بهذه القوانين وأن يتخذ الإجراءات اللازمة لضمان الامتثال في جميع المناطق التي يصل إليها المحتوى، والاستعانة بمستشارين قانونيين متخصصين.

3. التعامل مع التحديات القانونية بذكاء يضمن حماية المشروع من الدعاوى القضائية المكلفة، ويسمح له بالوصول إلى جمهور عالمي دون قيود غير ضرورية.

ضمان استمرارية المشروع الإعلامي

1. الاستدامة المالية هي قدرة المشروع الإعلامي على توليد إيرادات كافية لتغطية تكاليفه التشغيلية وتحقيق نمو مستمر على المدى الطويل، وهي ضرورية لاستمرارية الإبداع.
2. تنويع مصادر الدخل (الإعلانات، الاشتراكات، الرعاية، بيع المنتجات) يقلل من الاعتماد على مصدر واحد، ويجعل المشروع أكثر مرونة في مواجهة التقلبات الاقتصادية.
3. يجب على الفريق الإبداعي أن يفكر في كيفية تحويل المحتوى الإبداعي إلى قيمة اقتصادية، وتطوير نماذج إيرادات مبتكرة تتناسب مع طبيعة المحتوى الرقمي.

استراتيجيات الوصول إلى أسواق جديدة

1. التوسع والنمو هما الهدف النهائي لأي مشروع إعلامي ناجح، ويتطلبان وضع استراتيجيات واضحة للوصول إلى أسواق جديدة وزيادة قاعدة الجمهور والمشاركين.
2. تشمل استراتيجيات النمو تطوير محتوى جديد يستهدف شرائح مختلفة من الجمهور، أو التوسع الجغرافي، أو إطلاق منتجات إعلامية جديدة (مثل البودكاست أو التطبيقات).
3. يجب أن يكون التوسع مدروسًا ومبنيًا على تحليل دقيق للسوق والجمهور، لضمان أن المشروع يستثمر موارده في الفرص التي تحقق أعلى عائد على الاستثمار.

تعزيز القوة والتأثير



تعاون Spotify × Rotana

صفقة أتاحت بث الأغاني العربية
عالمياً عبر المنصة.

<https://www.filfan.com/news/154730>

1. الشراكات الاستراتيجية مع مؤسسات إعلامية أخرى، أو شركات تكنولوجية، أو مؤثرين، يمكن أن تعزز من قوة المشروع الإعلامي وتأثيره، وتفتح أبوابًا جديدة للوصول إلى جمهور أوسع.

2. يجب اختيار الشركاء بعناية، والتأكد من أن قيمهم وأهدافهم تتوافق مع رؤية ورسالة المشروع، لضمان أن التعاون يحقق نتائج إيجابية ومتبادلة المنفعة.

3. التعاون في المجال الإعلامي يمكن أن يشمل الإنتاج المشترك للمحتوى، أو الترويج المتبادل، أو تبادل الخبرات والموارد، مما يزيد من كفاءة عملية الإنتاج والإبداع.

خطوات نحو النجاح المستدام

1. التخطيط الاستراتيجي: ابدأ دائمًا بتحليل دقيق للجمهور والسوق، ووضع أهداف ذكية، وتصميم نموذج عمل تجاري واضح يضمن الاستدامة المالية للمشروع.

2. التنفيذ المرن: استخدم منهجيات أجايل لإدارة عملية الإنتاج، واعتمد على التكنولوجيا الحديثة، وقم ببناء فريق متعدد التخصصات يشجع على التعاون والتجريب المستمر.

3. التقييم والأخلاق: قم بقياس الأداء بانتظام باستخدام KPIs، وحل البيانات لفهم سلوك الجمهور، والتزم بأعلى المعايير الأخلاقية والقانونية لضمان مصداقية المشروع وسمعته.

منصة الجزيرة نت

تحافظ على جودة محتواها وتطور أدواتها التقنية لتبقى رائدة رغم المنافسة.



منصة ثمانية السعودية

تطبق خطط واضحة، تخطيط استراتيجي، إنتاج مرن عبر فرق متعددة التخصصات، ومراجعة مستمرة للأداء بناءً على بيانات الاستماع.



تحويل الأفكار إلى أثر دائم

1. الإبداع الإعلامي هو الجسر الذي يربط بين الأفكار المبتكرة والتأثير الحقيقي على الجمهور والمجتمع، ويتطلب توازنًا دقيقًا بين الرؤية الفنية والتطبيق العملي المنظم.
2. نجاح المشروع الإعلامي لا يقاس فقط بالأرباح، بل أيضًا بالقدرة على إحداث تغيير إيجابي، وتقديم محتوى ذي قيمة، وبناء علاقة ثقة ومصداقية مع الجمهور.
3. استمر في التعلم، كن مرنا في مواجهة التحديات، ولا تتوقف عن الابتكار والتجريب في أشكال المحتوى الإعلامي، فهذا هو مفتاح النجاح المستدام في عالم الإعلام الرقمي المتغير.



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

1. تناولنا الخطوات العملية التي تمكّن المبدع من نقل الفكرة من مرحلة الإلهام إلى مشروع إعلامي مؤثر، وذلك بتوضيح أهمية التخطيط الواضح وتحديد الأهداف والرؤية والرسالة لضمان أن تكون الفكرة منسجمة مع احتياجات الجمهور والسوق، كما تطرقنا إلى منهجية التفكير التصميمي بوصفها وسيلة لفهم الجمهور المستهدف، وتحليل احتياجاته وسلوكه، مما يساعد على تطوير محتوى إعلامي مبتكر يلبي التوقعات.

2. تحدثنا كذلك عن أهمية تحليل المنافسين وتحديد الميزة التنافسية وبناء نموذج عمل متكامل يشمل الجوانب الإبداعية والمالية والتقنية لضمان نجاح المشروع واستدامته، وأوضحنا دور التكنولوجيا الحديثة والذكاء الاصطناعي في دعم عمليات الإنتاج الإعلامي وتحسين جودته، مع ضرورة الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية في صناعة المحتوى، وأهمية قياس الأداء، والتطوير المستمر للمشروعات الإعلامية، باعتبار أن الإبداع الحقيقي يتحقق عندما يتحول إلى أثر ملموس ومستدام في المجتمع.



التحديات والفرص في الإبداع الإعلامي

ستتناول الواقع الحديث لصناعة الإعلام في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، وتركز المحاضرة على أبرز التحديات التي تواجه المبدعين، مثل تشبع المحتوى والمنافسة الحادة وسرعة تغير المنصات، كما تستعرض الفرص الجديدة التي توفرها التقنيات الحديثة، وتهدف إلى إبراز كيف يمكن تحويل هذه التحديات إلى فرص للنمو والابتكار وبناء محتوى إعلامي أكثر تأثيرًا واستدامة.

المحاضرة
التاسعة



شكراً لدفء وكرم