



جلسة التدريب الرقمي

سرد القصص الرقمي Digital Storytelling

منظمة إشراقات للتنمية

التعارف ➤



من انتِ

اين تعملين

هدفك

➤ أهداف الجلسة التدريبية

- ❖ التعرف على القصص الرقمية.
- ❖ استخدام الهواتف الذكية كأدوات إنتاج إعلامي.
- ❖ كيفية بناء القصة الرقمية.
- ❖ عرض ومشاركة القصص الرقمية .
- ❖ اهم التحديات والتجارب حول التمكين الرقمي .

سرد القصص الرقمي

هي طريقة بسيطة ومبتكرة يتعلم من خلالها الأفراد ذوو
الخبرة المحدودة أو المبدئية في صناعة الأفلام بالآلة
الافتراضية كيفية عرض قصة شخصية في شكل أفلام
متعددة.



سرد القصص الرقمي

تشمل الموارد المستخدمة للتعبير عن القصة ونقل الرسالة:

الأفلام والتصوير الفوتوغرافي

والرسوم المتحركة والموسيقى.

قد يتم نشر هذه القصص على نطاق أوسع وبسرعة أكبر من أي وقت مضى من خلال منصات الإنترنت مثل صفحات الويب والمجلات ومواقع التواصل الاجتماعي.

سرد القصص الرقمي

رواية القصة الرقمية ليس مفهوم جديد بينما تم تطوير السرد القصصي القديم باستخدام التكنولوجيا ، وما زال استخدامه داخل مجال التعليم محدود وخاصة في الدول العربية ففي بريطانيا يقدم لطلاب الماجستير جميع المحتوى العلمي على هيئة رواية قصص رقمية.

الفرق بين القصة الرقمية وسرد القصة الرقمية

وجه المقارنة	القصة الرقمية Digital Story	سرد القصة الرقمية Digital Storytelling
المفهوم	هي حوار بين مجموعة من الشخصيات وكل شخص يقوم بدوره.	وهنا الشخصيات تؤدي دورها العملي ولكن هناك راوي يقدم ويربط بين الأحداث ويؤكد على المفاهيم التي يريد توصيلها.
الخصائص	- تستلزم جهد ووقت في الإنتاج. - قائمه على الحوار بين الشخصيات. - تزداد قيمتها مع تعليم اللغات. - تزداد قيمتها عند تقديمها على هيئة نصوص مكتوبة.	- يتفاعل المتلقي وكأنه مشارك في الأحداث. - أثرها أكثر بقاء لدى المتلقي . - سهلة وسريعة في الإنتاج. - تبادل سريع للخبرات بين المتعلمين.

قوة رواية القصص الرقمية مقارنة برواية القصص التقليدية

بالمقارنة مع رواية القصص التقليدية، تعتبر رواية القصص الرقمية أكثر تكاملاً بكثير وتتضمن عوامل غير لغوية تؤدي إلى ظهور روايات جديدة. الصور والمؤثرات البصرية والموسيقى التصويرية ليست مجرد إضافات للقصة؛ فهي مكونات حاسمة وغير قابلة للفصل. ونتيجة لذلك، فإن رواية القصص الرقمية تتطلب التنوع، والتحفيز متعدد الحواس، ومجموعة متنوعة من القنوات الإعلامية.

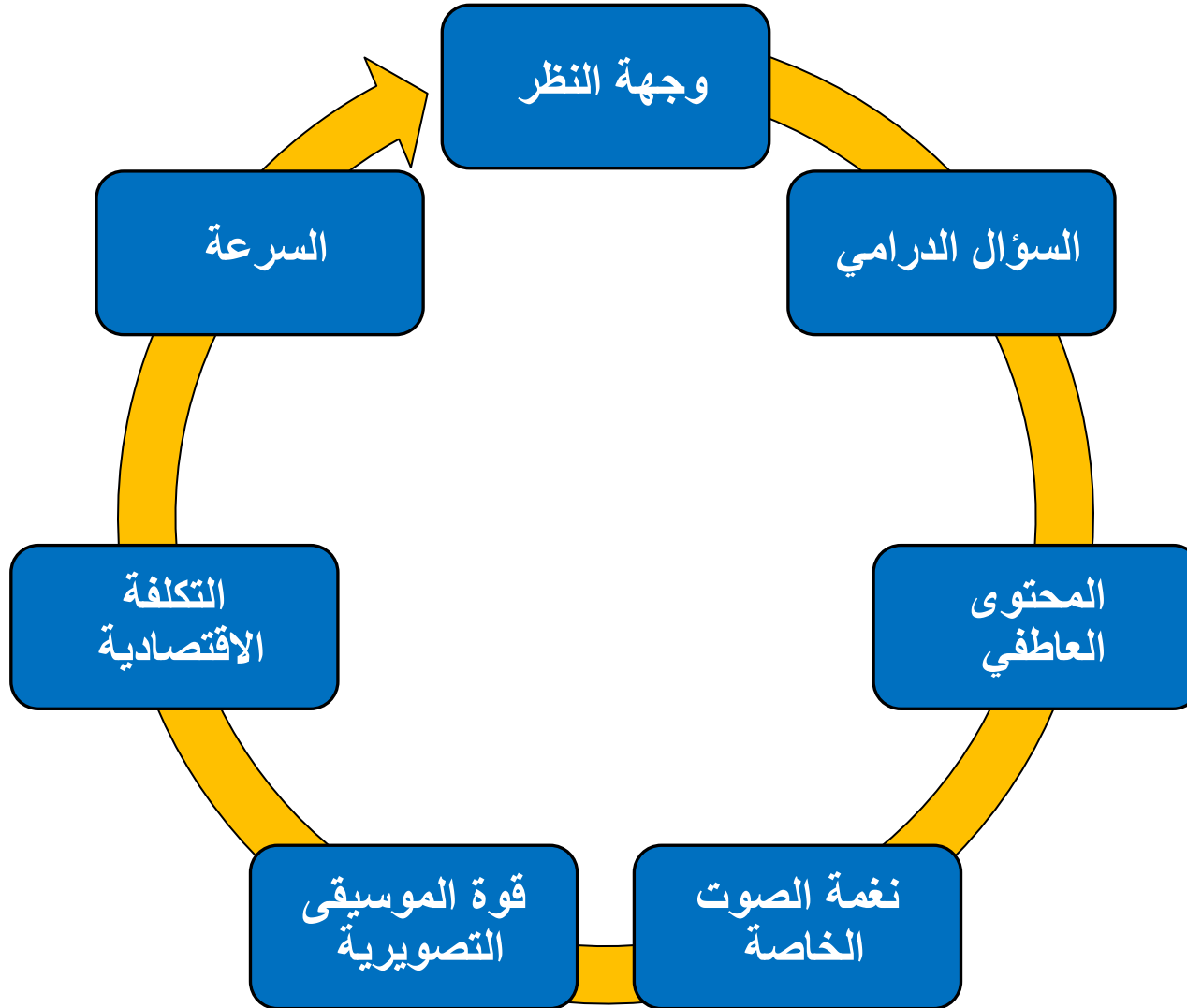
استخدام الهواتف الذكية كأدوات إنتاج إعلامي

يعتبر الهاتف أو الموبايل من أكثر الوسائل الإلكترونية تأثيرًا بالإعلام الحالي، وذلك استنادًا إلى معايير كثيرة، وبما أن هذا الجهاز الذكي طبع مكانته الخاصة في عالم السوشل ميديا، بتنا نسمع بـ"القصص الرقمية" كزاوية إعلامية مستقلة بحد ذاتها. وانطلاقًا من ذلك لا بدّ من الغوص في كيفية إنتاج الفيديو بواسطة الهاتف، الأمر الذي يعدّ ثورة تكنولوجية تستحق الإضاءة عليها والسعي لتطويرها .

أنماط رواية القصة الرقمية



مكونات القصص الرقمية



وجهة النظر

لابد وأن تحمل سرد القصص وجهات نظر مختلفة ، ولا تقدم بطريقة مجردة مثل سرد الوقائع ، كما لابد من مراعاة وجهات نظر الجمهور بحيث لا يحدث صدام في وجهات النظر وخاصة في القصص التاريخية أو القيم الحياتية فلا بد أن يكون العرض يلئم الواقع المعاصر.



السؤال الدرامي

يتم طرح سؤال يُثير اهتمام الجمهور في بداية الرواية ويتم الاحتفاظ
باهتمام الجمهور طوال عرض الرواية إلى أن يتم الإجابة عن
السؤال في نهاية الرواية.

المحتوى العاطفي

توافر محتوى عاطفي لرواية القصة الرقمية يساعد على زيادة
مساحة الاهتمام لدى الجمهور ، فمن خلال التأثيرات والموسيقى
ونبرة الصوت للراوي يمكن الاحتفاظ باهتمام الجمهور طوال فترة
العرض.

نغمة الصوت الخاصة



الصوت في رواية القصص الرقمية يمثل "صوت الراوي" والذي يقوم برواية القصة ، ويمثل العصب الرئيس للرواية ، ويراعى أن الصوت هنا ليس مجرد قراءة تعليق على القصة ولكنه المحرك الأساسي لها لذلك لابد من الاختيار الجيد للصوت حتى يكون مؤثرًا بشكل إيجابي على الجمهور ، وعادة يتم تسجيل الصوت أكثر من مرة ثم يتم الاستقرار على أفضل المحاولات.

قوة الموسيقى التصويرية



الموسيقى عنصرًا هامًا في سرد القصة الرقمية ، فهي تعبير صادق عن المشاعر المراد طرحها في الرواية ويمكن لها نقل الجمهور من حالة إلى حالة أخرى تمامًا ، أو على الأقل يمكن لها التمهيد لذلك ، والموسيقى التصويرية يمكن لها إضافة حالة من الترقب للجمهور تساهم في جذب الإنتباه ولكن يراعى هنا الحذر الشديد في إستخدام وتوظيف الموسيقى التصويرية حتى لا تأتي بنتائج سلبية.

التكلفة الإقتصادية

الإقتصاد بشكل عام من أكبر المشكلات التي تواجه إنتاج رواية القصة الرقمية ، حيث يسعى مصممي رواية القصة إلى استخدام أكبر كم ممكن من الوسائط (الصور ، الفيديو ،) في حين أنه يمكن إنتاج القصة ذاتها مع عدد محدود من الوسائط ، بل والاعتماد فقط على النص المكتوب في بعض الحالات .

السرعة

لابد من وجود وتيرة واضحة في عرض رواية القصة الرقمية ، حيث تعمل هذه الوتيرة على إنتقال الجمهور من حالة وجدانية إلى أخرى والتعديل في الوتيرة يمكن إيجادها من خلال سرعة سرد الأحداث ، إيقاع الموسيقى ، معدل سرعة صوت الراوي ، الفترة الزمنية لعرض الصور ولكن يراعى أن يكون هناك إتساق بين كل هذه العناصر فلا بد من الحرص في (تسريع ، تقليل ، تشغيل ، إيقاف) عرض عناصر القصة الرقمية.

مراحل إنتاج القصة الرقمية

• المرحلة الأولى : كتابة نص القصة

• المرحلة الثانية : إعداد السيناريو

• المرحلة الثالثة : إعداد السيناريو المصور

• المرحلة الرابعة : الحصول على المصادر

• المرحلة الخامسة : الإنتاج

• المرحلة السادسة : التشارك

مراحل إنتاج القصة الرقمية

• المرحلة الأولى : كتابة نص



في هذه الخطوة يتم تحديد
الفكرة الرئيسية للقصة ،
ويُسمح لكاتب القصة إعادة
كتابتها أكثر من مرة حتى
يصل إلى الصيغة النهائية.

مراحل إنتاج القصة الرقمية

• المرحلة الثانية : إعداد السيناريو

السيناريو يساهم في تحديد الشكل الأساسي لرواية القصة ، وعناصر الوسائط المتعددة التي سوف تستخدم في عرضها ، سعيًا لتصبح أكثر إثارة للجمهور.



مراحل إنتاج القصة الرقمية

• المرحلة الثالثة : إعداد السيناريو المصور



في هذه الخطوة يتم تحديد النص والوسائط المتعددة المراد استخدامها في أماكن محددة بالقصة وبتفاصيل دقيقة تساهم في تسهيل تنفيذ الخطوة التالية.

مراحل إنتاج القصة الرقمية

• المرحلة الرابعة : الحصول على المصادر

هنا يتم الحصول على الوسائط المتعددة المطلوبة لإنتاج رواية القصة ، سواء من خلال الإنترنت أو من خلال الكمبيوتر الشخصي ، أو من خلال أجهزة مساعدة كالماسح الضوئي ، كاميرا تصوير رقمية وغيرهما.



مراحل إنتاج القصة الرقمية

• المرحلة الخامسة : الإنتاج

في هذه الخطوة يتم إنتاج رواية القصة الرقمية وذلك باستخدام البرامج المناسبة إما من خلال Desktop أو Mobile App مثل برنامج Moviemaker ، Photo story وغيرهما من البرامج.



مراحل إنتاج القصة الرقمية

• المرحلة السادسة : التشارك

يتم التشارك لرواية القصة
الرقمية من خلال إتاحتها
للجمهور على شبكة
الإنترنت أو على شبكة
داخلية Intranet داخل
مؤسسة ما ، أو على
اسطوانات مدمجة CD.



نموذج مقترح لصياغة سيناريو القصة الرقمية

المشهد	المحتوى النصي	الصورة	الصوت	الزمن	الحركة
الافتتاحية	عنوان القصة مؤلف القصة الجهة	خلفية مكتوب عليها عنوان ومؤلف القصة وشعار الجهة	خلفية بمؤثرات صوتية	٢٠ ث	من شعار الجهة مرورًا على محتويات الصورة.

خطوات تصميم وتطوير القصص الرقمية

١. تأكد أنّ إعدادات الكاميرا ملائمة لإضاءة الغرفة، قبل البدء بالتصوير، لكي لا يكون الفيديو الملتقط داكناً.

٢. الهواتف الذكية الحديثة مزودة بكاميرات عالية الدقة، توفر صورة ذات جودة Full HD، الخيار الأفضل لشاشة التلفزيون، لكن سيكون حجم الفيديو كبيراً وسيصعب إرساله وتحميله، لذا قد يفضل الاكتفاء بجودة ٧٢٠ p أحياناً.

خطوات تصميم وتطوير القصص الرقمية

٣. احرص على أن ترفع الهاتف، ليكون على نفس طول الشخص، ليستطيع النظر مباشرة إلى العدسة، وحاول أن تكون عيناه ضمن ثلثي الشاشة.

٤. لزيادة جودة الصوت، استخدم الميكروفون الموجود بسماعات الأذن الخاصة بالهاتف، أو ميكروفون منفصل وشبكته بالهاتف. هناك بعض الميكروفونات اللاسلكية التي يمكن أن تصلها بالهاتف عن طريق «بلوتوث». في حال كان هنالك ضجيج أو ريح «عند التصوير في الخارج».

خطوات تصميم وتطوير القصص الرقمية

٥. من الإضافات الأخرى للهاتف لتحسين جودة التصوير، عدسات إضافية، ومثبت للهاتف Tripod أو Gimbal Stabiliser لكي يعفك من مهمة حمل الهاتف خلال التصوير.

٦. تطبيقات تساند في مرحلة التصوير؛ Filmic Pro، Cinema FV5. Open Camera، Mavis، ProShot

خطوات تصميم وتطوير القصص الرقمية

٧. بعد الانتهاء من التصوير، بالإمكان نقل المقاطع على Flash disk خاص بالهاتف الذكي، ومن ثمّ تُنقل إلى الكمبيوتر، لتبدأ مرحلة المونتاج. لكن تطبيقات الهواتف الذكية أثبتت مؤخراً جدارتها في هذا العالم، وأصبح بالإمكان المونتاج مباشرة على الهاتف.

٨. تطبيقات للمونتاج على الهاتف؛ iMovie، Luma، Fusion، Power Director، Kinemaster، VLOGIT، Adobe Premier Rush، INSHOT، CUTE CUT



VN Mod APK Video Editor Download

يعد من أشهر تطبيقات المونتاج بالهاتف المحمول
ويستطيع المبتدئون والمحترفون اللجوء له لسهولة
واحترافيته، وقدرته على تحرير ومونتاج الفيديوهات
بطريقة مرنة واستخدام الملصقات التفاعلية.



CapCut - Video Editor – Application

ثاني التطبيقات التي يمكن أن تساعدك على إنتاج فيديوهات احترافية، مع تقديم باقة مميزة من القوالب الجاهزة للتعديل.



InShot - Video Editor & Maker

يستطيع تحرير الفيديوهاٲ والصور باحترافية، ويوفر الأدوات المساعدة وتحديدًا في مجال المؤثرات والانتقالات بين المشاهد، مما يجعل عملية صناعة الفيديو أكثر متعة.



VivaCut professional video editing

يشتهر بسهولة وبساطة استخدامه في تعديل الفيديوهات،
مع إمكانية دمج المقاطع، والتحكم في حركتها وأحجامها،
ومؤخرًا جرى التحديث عليه بإضافة تقنيات الذكاء
الاصطناعي.



KineMaster Mobile Video Editing

يتميز بتحديثاته الدورية على صعيد الأدوات أو الفلاتر المساعدة، وتتوفر فيه ميزة تسجيل الفيديو بشكل مباشر وإجراء التعديلات وتطبيق التأثيرات المطلوبة عليه فوراً، بدون الحاجة إلى الانتظار حتى يتم تسجيل الفيديو بالكامل ثم استيراده من المعرض إلى التطبيق للبدء في التحرير.



وضع الفكرة

١

قبل البدء في إنشاء الفيديو الإعلاني، يجب تحديد أهداف وموضوع الإعلان والجمهور المستهدف والرسالة المراد نقلها، بجانب المدة الزمنية المتوقعة، مما يساعد في اتخاذ القرارات الصحيحة بشأن المحتوى والمونتاج لاحقاً.



من المهم إعداد خطة عمل وكتابة نص قصير يرتب المشاهد والمقابلات المطلوبة في الفيديو الإعلاني، مما يساهم في توفير الوقت والجهد، قبل الانتقال إلى موقع التصوير.



التجهيز والاستعداد

٣

من حيث اختيار الموقع المناسب لتصوير الفيديو والتأكد من توفر الإضاءة والمساحة اللازمة لالتقاط المشاهد الاحترافية، مع ضرورة فحص المعدات قبل التصوير مثل الميكروفون وحامل الهاتف (ترايبود) والإضاءة المساعدة إن لزم الأمر.

صناعة المحتوى الرقمي



التصوير

٤

قبل تشغيل كاميرا الهاتف المحمول قم بترتيب الديكور والعناصر اللازمة في المشهد بشكل جذاب، ومن ثم تبدأ مرحلة تصوير المشاهد واللقطات وفقاً للسيناريو المحدد مسبقاً.

صناعة المحتوى الرقمي



إضافة المؤثرات

٥

يستلزم الفيديو الإعلان رفع معدلات الجذب والتأثير وفق مبدأ "أقوى رسالة بأقصر مدة"، الأمر يتطلب تسجيل صوت مباشر أو دمج تأثيرات بصرية وتحسينات صوتية ومقاطع موسيقية تتناسب مع المضمون قبل البدء بالتحريير النهائي ولكن بانضباط وبدون إفراط.



تتلخص هذه المرحلة بفترة المشاهد وتقسيمها وفق المضمون أو فكرة التصوير وحذف غير الصالح منها، قبل البدء في المونتاج النهائي على الخط الزمني، مع إضافة الترجمة والشروحات الداخلية وعلامات التصنيف (الهاشتاج) إن كانت مطلوبة.



تعتبر هذه المرحلة العصب الأساس في نجاح الفيديو
الإعلاني من عدمه، إذ من الأهمية معرفة أوقات الذروة
واختيار التوقيت الأمثل للنشر وفق موضوع الفيديو،
وكذلك المنصة والشكل المناسب.

أساسيات التصوير بالموبايل



أولاً: كاميرا لا تقل جودتها عن 12 ميجا بكسل:
كلّما زادت جودة عدستك، زاد ربحك البصري.

ثانياً: خاصية تصوير 30 لقطة في الثانية :
وهو ما يعرف بالـ frame rate

ثالثاً: فكر في جودة الهاتف أثناء التصوير الليلي:
ما زالت هذه واحدة من أوجه قصور الجهاز.

رابعاً: الثبات: stabilizer
خاصية غاية في الأهمية عند تصوير لقطات متحركة

عندما تحمل هاتفك للتصوير، فكر فيما يلي



إبقاء أصابعك بعيدة عن العدسة



تحقيق أكبر قدر ممكن من الثبات



تجنب صد مدخلات الصوت بيدك

أساسيات قبل الحديث أمام الكاميرا

معرفة الجمهور

شرائحه العمرية

اهتماماته

هل هناك صفة عامة تجمعهم ؟



تحديد الهدف

ما هي الغاية من حديثك ؟

كيف سيؤثر على المشاهد ؟

ما الانطباع الذي سيتركه ؟



MOJO



أساسيات قبل الحديث أمام الكاميرا

معرفة الجمهور

شرائحه العمرية

اهتماماته

هل هناك صفة عامة تجمعهم ؟



تحديد الهدف

ما هي الغاية من حديثك ؟

كيف سيؤثر على المشاهد ؟

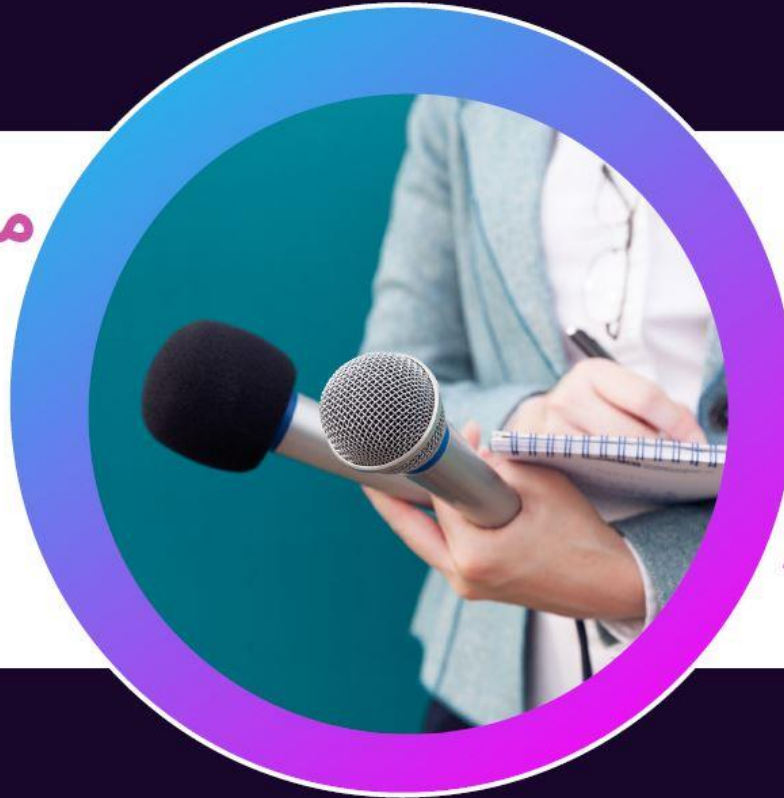
ما الانطباع الذي سيتركه ؟

أساسيات قبل الحديث أمام الكاميرا

معرفة بيئة الحديث

فهم الموضوع بشكل أعمق

ثقة أكبر في شرح الفكرة



التحضير الجيد

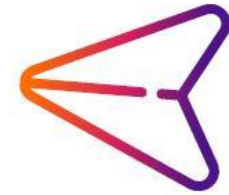
ابحث عن الأرقام والحقائق

تعرف على تجارب الآخرين

فكر في أمثلة وقصص وشواهد



الشريحة العظمى
من متصفحي الانترنت
يفضلون مشاهدة المحتوى
بنسبة تصل لأربعة أضعاف
اهتمامهم بقراءته
أو أقل من ذلك عن سماعه



أهم مميزات المحتوى المرئي



ارتفاع نسبة التفاعلية

زيادة فترة ثبات المحتوى
في أذهان المشاهدين

السرعة في تلقي
المعلومة

تنوع الحواس المتلقية

موثوقية أكثر وأكبر
من خلال وضع الدلائل

الخطوات اللازمة لإعداد قصة بواسطة الهاتف المحمول

التخطيط

زاوية القصة

مصادر محتملة

الأشخاص الذين ستجري مقابلات معهم

لقطات محتملة / أفكار للنص



المحتوى الرقمي

شيء يتم التعريف عنه من خلال مجموعة
من الوسائط والأساليب المعبرة

الكلام الكتابة الصور الفيديو المالتيميديا

وتقديمه للجمهور من خلال الإنترنت
لتلبية ما يرغبون بالحصول
عليه لتحقيق أهدافهم



أشكال المحتوى الرقمي



المحتوي المرئي

01

الوسائط الرقمية المدمجة بالصوت والصورة مثل :

الفيديوهات الحية- الجرافيك- الصور - الأنفوجرافيك - العروض الرقمية

المحتوي التفاعلي

02

القصص الرقمية - مشاركات تويتر وانستغرام وسناب شات

البث المباشر - الدورات والمؤتمرات عبر الإنترنت

المحتوي الصوتي

03

البودكاست - التسجيلات والمساحات الصوتية علي الإنترنت

المحتوي النصي

04

الأخبار - التغريدات - الهاشتاج - التقارير - البيانات - النشرات

الكتب الالكترونية

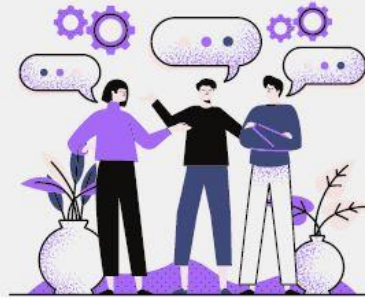


كيف نصنع محتوى جذاب ؟



نصائح كتابة أفضل سيناريو للفيديو

عند كتابة السيناريو لا تبخل على نفسك باستشارة أصدقائك، استشارة المصممين واستشارة مسجلي الأصوات حتى تحصل على نص يمكنك من بناء فيديو ذو انتشار فيروسي.



إجعله مختصراً بقدر الإمكان

يعتمد طول السيناريو على جمهورك في الأساس و الغرض من إنتاج الفيديو، ولكن تشير الأرقام إلى أن أفضل مدة للفيديو هي ما بين ٦٠ إلى ٩٠ ثانية، لذلك من المهم أن تعتمد فقط على ما هو مهم لإيصاله إلى جمهورك و ليس إيصال كل شيء.

ضع رسالتك في أول ٣٠ ث

اختصار الرسالة في جملة أو عبارة ووضعها في مقدمة الفيديو هو ما يحفز جمهورك على متابعة الفيديو بالكامل والقيام بتحقيق الدعوة التي طلبتها منهم سواء زيارة الموقع أو الشراء، وهذا ما يجب الاهتمام به في أي سيناريو.

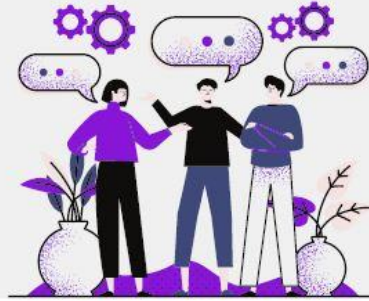
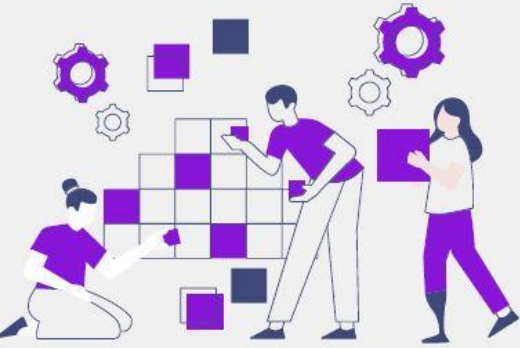
تحدث مباشرةً إلى جمهورك

أسهل طريقة للحصول على إنتباه العملاء هو مخاطبتهم مباشرة فهي توضح فعلياً تلك الأشياء التي يهتمون بها بشكل أعمق من مخاطبة الجميع بشكل جماعي، لذلك ركز على ما يحتاج جمهورك معرفته وليس على ما يعرفونه مسبقاً، لأن تركيزك على احتياجاتهم سيبني لك جسور الثقة

أخبرهم قصتك

الحقائق و الإحصائيات و التعاريف جيدة في الفصول الدراسية لكن يجب أن تضيف إليها قصة ، لأن القصة أقوى في إيصال رسالتك إلى جمهورك، فاستخدام القصص في الفيديوهات يجعلها أكثر مشاهدة حتى من غير المهتمين بالموضوع أو العلامة التجارية.

نصائح كتابة أفضل سيناريو للفيديو 2



استخدم الفكاهة أو المتعة في السرد بحكمة

دائماً ما تدعم المتعة أو الفكاهة تلك القصة لجعلها أكثر انتشاراً، لذلك يجب أن تتناسب مع القصة حتى لا تشتت المتلقي، أحياناً يمكنك أن تجعل السيناريو ممتعاً ولكن في مرات أخرى عندما لا تستطيع ذلك يمكنك تعويضها بالرسومات الفكاهية.

وتيرة النص

يجب أن تتأكد من أن النص لا يزيد عن ١٢٠ إلى ١٥٠ كلمة للدقيقة، لأنه يجب أن نضع في الاعتبار أنه في أثناء تسجيل هذا النص فأنت بحاجة إلى التنفس و هذا ما يسمح للمشاهد بالإستيعاب.

ركز على نقاط قوتك

يجب ان تركز عند صناعة محتوى الفيديو على نقاط قوتك والعوامل والأدوات التي تمتلكها وتتميز بها

محتوى متناسب مع المنصات المختلفة

يجب مراعاة ان يكون محتواك يتناسب مع المنصات التي سوف يتم نشر المحتوى عليها

مهارات صناعة المحتوى الرقمي

لا تزال فرص التحسين متاحة أمام صناعة المدفوعات عبر الهاتف المحمول



مهارات التحرير



الكتابة اللغوية - صياغة الأخبار - الكتابة للإنترنت - تحرير الفيديو - تحرير البيانات

المعرفة الرقمية



محركات البحث SEO - التحليل - النشر وتوزيع المحتوى - السمات الرقمية

المهارات التقنية



أنظمة إدارة المحتوى - أدوات جدولة المحتوى التطبيقات التقنية - برامج OFFICE - EXCELL

التصميم



الإنفوجرافيك - الرسوم البيانية - تصميم المدونات والمواقع والتطبيقات - الصور - الألوان



Thank You

