



مركز الدراسات الإعلامية والاتصالية وتحليل الد
CENTRE DE RECHERCHES EN COMMUNICATIONS
History of Media and Communication Studies

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
republique algérienne démocratique populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم

Université Abdelhamid Ibn Badis - Mostaganem

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

faculté de sciences humaines et sociales



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badi
MOSTAGANEM

شعبة علوم الإعلام والاتصال

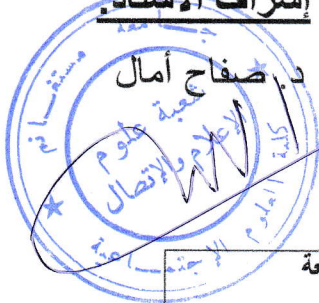
قسم الإعلام

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في تخصص سمعي بصري تحت عنوان:

صناعة المحتوى الإعلامي

إشراف الأستاذ:

د. صفاح أمال



من إعداد الطلبة:

- عدة لقمان
- بن دعماش هشام

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة
أمرواني محمد	مشرفا ومقررا	عبد الحميد ابن باديس
أصفاح أمل فاطمة الزهراء	مناقشا	عبد الحميد ابن باديس
أرقاد حليلة	رئيسا	عبد الحميد ابن باديس

السنة الجامعية: 2020-2021



الشكر والتقدير



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"لا يزال المرء عالما ما طلب العلم، فإذا ظن أنه قد علم فقد جهل"

أولا وقبل كل شيء نحمد الله الكريم العزيز الحميد على منه وكرمه
وتوفيقه لإتمام هذا العمل وإنجازه على هذا الوجه ، فله كل الفضل
والشكر على ذلك.

ثم نتوجه بالشكر الجزيل إلى أستاذتنا الذي تفضلوا بالإشراف على
تخرجنا لهذه السنة الأستاذ: الدكتور محمد مرواني والأستاذة الدكتورة
صفاح آمال اللذان لم يبخلا علينا لا بوقتتهما ولا بأفكارهما ولا بتوجيهاتهما
السديدة لإثراء هذه الدراسة.

والشكر والتقدير لرئيس القسم علوم الإعلام والاتصال جامعة مستغانم
البروفيسور العربي بوعمامة، وإلى كل العاملين بقسم علوم الإعلام
والإتصال ، وكل الشكر إلى أستاذتنا الكرام الذين أشرفوا على تدريسنا
لهذه السنة.

وإلى كل من ساهم بعيدا أو قريبا في إنجاز هذا العمل



مقدمة

الحياة الانسانية طرأ عليها عدة تغييرات و تطورات عبر ممر العصور نتيجة تعدد الاجيال التي من شأنها انشأت تنوع ثقافي و خاصة النمط المعيشي .

جميع المجالات عرفت التجديد و التحديث مقارنة بالمرحل السابقة بفضل التواصل الذي من خلاله تأتي عملية تبادل الأفكار و المعرفة ليأسس لنا في هذا العصر "المعلوماتية" التي تمثل اهمية بالغة في حياة المجتمعات التي تركز على التجهيزات الإلكترونية و المادية الحواسيب -شبكات الاتصال ...

ساهم دور المعلوماتية في تغيير مكونات البنى الاقتصادية للبلدان فظهر ما يسمى بإقتصاد المعلومة ,كما ساهمت المعلوماتية في تغيير و توسيع انماط العلاقات بين الشعوب .

بناء على هذا المنطلق الاعلام احد، المجالات التي إستثمرت في ما يسمى بالمعلوماتية,لم يعد يقتصر دوره على الاداعات و التلفزيون بل واكب التكنولوجيا و اصبح متوفر عبر التطبيقات و البرامج ثبت عبر شتى التقنيات المتطورة و عبر جميع المنصات .

ما ساهم في ظهور مصطلح صناعة المحتوى الذي من خلاله سيصبح الفرد و المؤسسا و جميع الفاعلين في المجتمع بمقدورهم طرح افكارهم و نشر ابحاثهم و وضع لمستهم الخاصة التي من شأنها خلق التفاعل و هذا الامر لا يتطلب امكانيات مكلفة مثل السابقة بل يعتمد على توفر التقنية و شبكة الانترنت .

صناعة المحتوى الاعلامي تمكن اي صانع من امتلاك مقومات التميز و الاستقلالية في مجتمع المعلومات العالمي.

الفضاء متاح و التقنية حاضرة ما تبقى سوى وضع اللمسة الخاصة التي تصنع الفارق و تحقق الطفرة نتيجة الابتكار و البحث للحصول على مكانة في المجتمع المعلوماتي و هو ما ينتج روح التنافس الذي يخدم البحث العلمي.

ابجديات صناعة المحتوى عديدة كما به مبادئ تحفظها.

في هذا البحث سنصول و نجول حول هذا المفهوم الذي به خطوات و كيفية صناعة المحتوى الذي له صلة بمتطلبات الجمهور و الاختيار الصحيح للمنصة قصد جلب اكبر عدد من المتابعين.

الخطة

مقدمة

الشكر والتقدير

فكرة الموضوع

أسباب إختيار الموضوع

أهداف الموضوع

المبحث الأول : مفهوم صناعة المحتوى الإعلامي

■ المطلب الاول : مفهوم صناعة المحتوى

■ المطلب الثاني: تعريف المحتوى

- عناصر المحتوى

- بنية صناعة المحتوى

المبحث الثاني : مراحل إعداد (حصة خذ راحتك)

المطلب الأول :مرحلة ما قبل التصوير

(التحضير،السينوبسيس،البطاقة الفنية)

المطلب الثاني:مرحلة التصوير

(المعاينة ، الأدوات، التصوير)

المطلب الثالث:مرحلة ما بعد التصوير

(المشاهدة، التركيب ، المزج،شارة بداية والنهاية)

التقطيع الفني

قائمة المصادر والمراجع

1- فكرة الموضوع:

تدور فكرة الموضوع حول صناعة المحتوى الإعلامي وترتكز على ثلاث مفردات وهي: التشكيل وتحويل والإيجاد وهو لب الرسالة والمرتكز الأساسي للعملية الإعلامية .

2- أسباب اختيار الموضوع

الأسباب الموضوعية:

- ادمان الشباب على استعمال احدث التقنيات و إقتناءها دون مراعات اسعارها و حجم الاستثمار الجيد فيها
- مكانة صناعة المحتوى الاعلامي و اكتسابها للحجم الرهيب من المتابعة الثقة المفرطة في السوشيل ميديا اكثر من وسائل الاعلام.

الأسباب الذاتية:

- خوض تجربة اعلامية جديدة
- اختبار امكانياتنا في التقديم و التمثيل.
- الاستثمار في التقنية و عدم انتظار فرصة العمل بل نحن من نصنع الفرصة

المبحث الأول : مفهوم صناعة المحتوى الإعلامي

■ المطلب الاول : مفهوم صناعة المحتوى

■ المطلب الثاني: تعريف المحتوى

- عناصر المحتوى

- بنية صناعة المحتوى ومكوناته.

- المادة الخام

- وحدات الإنتاج

- أدوات الإنتاج

مفهوم صناعة المحتوى : Content Information

إن التعريف المختصر لصناعة المحتوى ينحصر في أنها : "صناعة تتم عن طريق مؤسسات في القطاعين العام والخاص تقوم بإنتاج مخرجات الملكية الفكرية من المحتوى المعلوماتي عن طريق الكتاب ، المحررين ... الخ ، وهؤلاء يبيعون عملهم للناشرين والموزعين وشركات الإنتاج التي تأخذ الملكية الفكرية الخام وتجهزها بطرق مختلفة ثم توزعها وتبيعها لمستهلكي المعلومات . كما يوجد جزء من المحتوى المعلوماتي المنتج ليس له علاقة بالإبداع وإنما يهتم بجمع المعلومات مثل القائمين على جمع الأعمال المرجعية وقواعد البيانات والسلاسل الإحصائية " . كما تم تعريفها من منظور التعليم والتعلم - وفقاً لتقرير اليونسكو - بأنها وسيلة تحقيق الغايات الأربع للتربية في عصر المعلومات : تعلم لتعرف ، تعلم لتعمل ، تعلم لتكون ، تعلم لتشارك الآخرين .(وقد ربط د. نبيل علي في كتابه الفجوة الرقمية مفهوم صناعة المحتوى بمكونين أساسيين هما : ناتج صناعة المحتوى ، أدوات تطوير المحتوى وتأمينه وتوزيعه . إن مفهوم صناعة المحتوى الذي نقصده هنا يرتبط بالتعريفين أعلاه ووفقاً للمحددات الأساسية التالية - : أنه تجري فيها عمليات معالجة واستخدام أدوات تقنية متعددة لتحويل مدخلاته (التي تم إنتاجها سلفاً) قصة فيلم ، ، المحتوى ورقي لبرنامج إعلامي أو تلفزيوني ... الخ وتستخدم فيها أدوات ووسائل تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات ، أو تقنيات إنتاج الوسائط الإعلامية والفنية أو غيرها من وسائل إنتاج وعرض هذا المحتوى ، وبالتالي لا يدخل في هذا المفهوم المحتوى الفردي أو الإنساني الذي تم إنتاجه بوسائل تقليدية ويخزن إما ورقياً بصورة تقليدية أو في الذاكرة الإنسانية¹ .

¹ لبيب شائف محمد، ورقة مقدمة إلى منتدى تقنية المعلومات والاتصالات الخامس المرفق لمعرض JITCOM2006، صناعة المحتوى، ص 5

أنها تتم بطريقة اقتصادية لها تكلفة وقيمة ، وإن كان هدفها النهائي ليس الربح .
فهناك فرق بين أسطورة من أساطير الشعوب يتم تداولها عبر الحكايات وفي كتب التراث ، وبين قصة أسطورية تم تحويلها إلى فلم أو لعبة فيديو رقمية ، فالأول يدخل تحت مفهوم إنتاج المحتوى ، أما الثاني فيدخل تحت مفهوم صناعة المحتوى - . أن يتم فيها إخراج سلعة جديدة تختلف في بعض أو كل خصائصها عن مدخلاتها (الخام - . (يتم إنتاجها من قبل مؤسسة متخصصة أو أفراد مختصون يعنون بفرع من فروع صناعة المحتوى يمكن الاعتماد على جودتها ولا تحتوي على محتوى مضلل . وبناءً على هذه المحددات يمكن معرفة مفهوم صناعة المحتوى بأنها عملية معالجة وتحويل لمخرجات الإنتاج الفكري تقوم بها شركات صناعة المحتوى المختلفة . ويرى معد هذه الورقة أن مفهوم صناعة المحتوى يتجه ليستقر نحو كل ما يتعلق بالمحتوى الذي تم معالجته أو عرضه والتعامل معه بصورة رقمية أو عبر وسائط رقمية وتكنولوجية حديثة . وبغرض اقتصادي أو تعليمي أو توعوي بحث وما عدا ذلك فهو سيدخل في إطار مفهوم أشمل هو إنتاج المحتوى لأن مفهوم الصناعة أكثر تخصصية ويبنى على نموذج اقتصادي يقوم على دوافع خلق العرض والطلب لمنتجات هذه الصناعة¹².

¹ لبيب شانف محمد، ورقة مقدمة إلى منتدى تقنية المعلومات والاتصالات، صناعة المحتوى، ص 5

. ولكي نتعرف على مفهوم صناعة المحتوى بدقة أكثر ، ونزيل التداخل الذي قد يحصل بين مفهوم إنتاج المحتوى وصناعة المحتوى يجب معرفة مفهوم المحتوى ذاته والعناصر التي يشملها مفهوم المحتوى وذلك على النحو التالي:

تعريف المحتوى :

يقصد بالمحتوى كل ما يتعلق بالإنتاج الفكري الإنساني من المعلومات والأفكار والخبرات التي تخزن في مختلف الوسائط العقل البشري ، والوسائط الرقمية والورقية والإعلامية والتطبيقات البرمجية وقواعد البيانات ، كما يشمل المحتوى كل ما يخزن في مختلف الوسائط الورقية والإلكترونية والإعلامية محتوى الوسائط المتعددة والبرمجيات الإنتاجية ، ألعاب فيديو وغيرها من الإنتاج الإبداعي للفكر الإنساني بما في ذلك المواد الخام المعلوماتية والإحصاءات . وبالتالي فالمحتوى بصورة عامة خام ومنتج عبارة عن نتاج لصناعة النشر والإنتاج الإعلامي والفني والتطبيقات البرمجية بالإضافة إلى نتاج ثقافة الشعوب وتراثها المدون أو المخزن في ذاكرتها الإنسانية الممكن الوصول إليه (إن تقديم برنامج تلفزيوني أو فلم توثيقي لعادات شعب ما في مناسبة معينة هو استخدام لمحتوى تراثي متاح يمكن التعامل معه فالإذن بالتصوير لهذه الفعاليات مثلما الإذن بتصفح محتوى موقع إلكتروني مثلاً، وإن اختلفت مستوى الإتاحة في كل منهما)¹ .

¹ صناعة المحتوى رؤية عربية ، نبيل حجازي . ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الصناعيين التاسع مسقط - سلطنة عُمان سبتمبر 2003. ص25

ووفقاً لما تضمنته أدبيات قمة المعلومات فالمحتوى اليوم هو عنصر أساسي في ما يعرف باقتصاديات المعرفة كما أنه أحد مقومات مجتمع المعلومات . وهو يتضمن العناصر التالية:

عناصر المحتوى :

وهو يتضمن جزئين متداخلين من حيث التفاصيل والمكونات منفصلين من حيث موقعهما من صناعة المحتوى وهما كما يل

المحتوى الخام (موارد المحتوى) : وهو يتضمن كل العناصر التي تمثل مورد خام يمكن أن تدخل في صناعة المحتوى ويتضمن العناصر التالية:

- المحتوى المنشور في الكتب والوثائق ومستودعات البيانات الورقية والإلكترونية وبنوك الصور ، الخرائط والرسوم والمخططات والأدلة العلمية المختلفة الحكومي والخاص
- محتوى الوسائط الإعلامية التي تخزن مواد صوتية وفيلمية وغيرها.
- تراث الشعوب ومخزونها الثقافي : كما يمكن أن يضم مكونات المحتوى تراث وثقافة الشعوب التي تخزنها في ذاكرة أفرادها ويجري تناقلها عبر لغاتها وطقوسها وعاداتها وهي محتوى ضخم يجري التنافس على الإفادة منه وإدخاله ضمن مفهوم صناعة المحتوى¹.

¹ لبيب شانف محمد ، نفس المرجع السابق، ص 6.

المحتوى المنتج :

وهو يشمل كل مخرجات صناعة المحتوى ويتضمن العناصر التالية:

النشر الورقي : (صحف مجلات نشرات ،وثائق تراث ، وثائق أنشطة ووثائق حكومية ، قواميس ، موسوعات ... الخ)

النشر الإلكتروني: (وسائط متعددة ، بنوك الصور ، قواعد بيانات ، مواقع انترنت ، موسوعات إلكترونية)

الإنتاج الإعلامي والفني : (برامج إعلامية ، مواد الإنتاج التلفزيوني ، أفلام ، نتاج الفن التشكيلي)

النشر العلمي والتكنولوجي : (دوريات علمية ، كتالوجات ، براءات اختراع ، أدلة التشغيل والصيانة ، تصاميم)

بنية صناعة المحتوى ومكوناتها.

إن أي صناعة لا بد لها من مكونات وعناصر تعكس في مجملها بنية وهيكل هذه الصناعة ، وصناعة المحتوى بهذا المفهوم لها مكوناتها وعناصر التي تشكل في مجملها بنية موحدة لها خصائصها المنفردة وهذه البنية تتحدد وفقاً للمكونات التالية:

موارد المحتوى (المادة الخام)

يمكن أن نعرف المواد الخام في صناعة المحتوى بأنها كل ما قدمه ويقدمه العقل البشري من أفكار ومعلومات ومخرجات إنتاجه الفكري الفردي أو الاجتماعي ، ونتاج المعرفة التي حصلها من حوله ، وبالتالي فإن المادة الخام لصناعة المحتوى هي المحتوى ذاته بمكوناته المختلفة قبل إجراء عمليات الإنتاج والمعالجة له ،

وبالتالي فإن مخرجات صناعة المحتوى ذاتها هي مواد خام ١١ لصناعة المحتوى ، أي أن إعادة استخدام المحتوى المتاح ومعالجته بآليات جديدة وإتاحته بصورة مختلفة تقدم مخرجاً لصناعة المحتوى يمكن أن يستخدم كمادة خام في عملية إنتاجية جديدة وهكذا. فالمادة الخام في صناعة المحتوى إذاً هي عناصر المحتوى الذي استخدم كمدخلات في عملية الإنتاج سواء كان هذا المحتوى خام أنتج لأول مرة أو أنه محتوى تم إنتاجه وعرضه مرات متعددة وبصور مختلفة.

وحدات الإنتاج

وحدات الإنتاج يقصد بها الإطار المؤسسي والتنظيمي الذي يتولى شراء الإنتاج الفكري وإعادة معالجته وتسويقه ، وبالتالي فهي تهتم بتنظيم وتنفيذ عملية التحويل الصناعي أي العملية الإنتاجية مثل الموزعين والناشرين والشركات التي تقوم بعملية الإنتاج . ووحدة الإنتاج في صناعة المحتوى تأخذ نفس أبعاد وحدة الإنتاج في أي صناعة أخرى فقد تكون وحدة كبيرة وتدخل تحت مفهوم الصناعات الكبيرة أو وحدة متوسطة أو وحدة صغيرة ، وأحياناً أفراد ولكن يعملون في إطار اقتصادي ووفق أسس تنظيمية متعارف عليها . فهناك العديد من الأفراد الذين يقومون بتصميم برامج تطبيقية وبناء قواعد بيانات ، وغيرها من أنشطة صناعة المحتوى وقد يتولى بعضهم تسويقها أيضاً بنفسه أو عبر موقع خاص به على الأنترنت وبالتالي فهو يقوم بمختلف مهام العمل للعملية الصناعية وبصورة منفردة معتمداً على التكنولوجيا المتاحة له صناعة وتسويقاً¹.

¹.. تنمية صناعة المحتوى العربية" عرض تقديمي ، د نبيل علي ، جامعة الدول العربية ، جمهورية مصر العربية وزارة اتصال،ص45

أدوات وأساليب الإنتاج (وسائل المعالجة وعرض المخرجات) :

وهي تشمل عمليات معالجة المحتوى : الرقمنة والتحويل والإضافة وتطوير البرمجيات ، كما تشمل التجهيزات التقنية لعملية الإنتاج مثل أجهزة الحواسيب البرمجيات وشبكات المعلومات ، وأجهزة ووسائط الإنتاج والنشر الإعلامي ، وتتنوع الأساليب المستخدمة في صناعة المحتوى وفقاً لنوع المحتوى وطبيعة المنتج والمستهدف وخبرة اليد العاملة المنتجة وقدراتها الإبداعية ، فهناك أساليب حاسوبية وبرمجية فقط وهناك أساليب تستخدم الوسائط الرقمية الإعلامية فيديو وكاميرات وأجهزة المنتج وتجري المعالجة بوسائل متعددة مثل برامج المعالجة الحاسوبية للصور والملتيميديا وغيرها . كما يتم وفقها تحديد طريقة عرض وتسويق مخرجات صناعة المحتوى مثل : الأقراص الممغنطة و DVD وغيرها من وسائط التخزين والعرض الرقمية أو عبر مواقع الإنترنت أو أفلام فيديو أو عبر أجهزة التلفزيون والهوائيات الفضائية والوسائل الإعلامية المختلفة الخ . وهكذا فإن التزاوج الذي جرى ويجري بين الحاسوب والاتصالات والتقنيات الإعلامية بالإضافة إلى حرية الإبداع في معالجة وعرض وتسويق المنتج التي أفرزت تكامل وتنوع في أساليب صناعة المحتوى وأشكال ووسائط مخرجاتها فتحت آفاقاً واسعة لتطور صناعة المحتوى وأساليب إنتاجها وعرضها حتى أن البعض لديه أساليب وطرق إبداعية في صناعة المحتوى لا تتاح لغيره على الرغم أنه تتوفر له نفس الإمكانيات المتاحة لمنافسه وبالتالي فقد دخل عنصر الإبداع والابتكار كعنصر أساسي ضمن مكونات صناعة المحتوى¹.

¹ د.نبيل علي، صناعة المحتوى، نفس المرجع السابق، ص 36.

المبحث الثاني : مراحل إعداد (حصة خذ راحتك)

المطلب الأول :مرحلة ما قبل التصوير

(التحضير،السينوبسيس،البطاقة الفنية)

المطلب الثاني:مرحلة التصوير

(المعاينة ، الأدوات، التصوير)

المطلب الثالث:مرحلة ما بعد التصوير

(المشاهدة، التركيب ، المزج،شارة بداية ونهاية)

المطلب الأول :مرحلة ما قبل التصوير

مرحلة التحضير:

بمثابة الحجر الأساسي و منطلق بداية العمل , الذي تبني عليه بقيه العناصر المتمثلة في:(التقديم، التصوير،الديكور،المونتاج الاخراج)كما ان هذه العناصر تحول ما كتب على الورق الى واقع مرئي.

بحيث قمنا بالتدقيق الجيد في ما يخص فيديوهات لعديد صانعي المحتوى بالإضافة مشاهدتنا مقاطع لاساتذة ودكاتره عبر اليوتيوب إذ استعنا ببعض المراجع التي تخص موضوعنا الذي يتمحور حول صناعة المحتوى الاعلامي.

السينوبسيس:

لب الرسالة المقصود طرحه في موضوعنا هو كيفية صناعة محتوى اعلامي .
تطرقنا من خلال حصتنا الى التعريف بالمضمون كمقدمة ثم انتقلنا الى المشهد التمثيلي لكي ندعم ما جننا به ,قصد وضع المتلقي في الصورة و قبلها مررنا بفصل تحت عنوان الحصة "خد راحتك".
وبعدها أشرنا لعدة نقاط و استنتاجات التي من شأنها ان نفصل في ما نحن بصدد القائه .

تعريف الحصة (خذ راحتك):

هي حصة تفاعلية بدرجة أولى لتبادل الآراء وطرح القضايا الإجتماعية، وشعار الحصة: خذ راحتك أثناء التعليق، الملاحظة والإستفسارات والتساؤلات و حتى الإنتقادات.

سيناريو العمل: في البداية قسمنا العمل إلى ثلاث مشاهد:

المشهد الأول : مقدمة الموضوع (شرح مبسط لصناعة المحتوى الإعلامي مع طرح تساؤلات كتمهيد للمشهد الثاني)

المشهد الثاني: هو مشهد تمثيلي الذي من خلاله نجيب عن الأسئلة التي طرحناها في مقدمة الحصة ، مستوحى من خيال وطبقناه في شكل تمثيل ثنائي يحكي واقع شباب الذي يفكر في اقتحام عالم سوشل ميديا.

- لقمان : والله الا بلاصة ما شاء الله جينا ليها هشام
- هشام: أو مستغانم زينة شا راك حاسب
- هشام : لقمان بلاصة شابة او مراكش مستغلها واش بيك راني شايفك مشغول غي معا تيليفون هو لي راه دايلك عقلك .
- لقمان : آآآآ واش راه دير هشام راك تشوف الواحد راه قريب يرفد ديبلوم او خدمة راها قليلة راك تشوف.
- هشام : راك لاهي غي مع تيليفون ولا نقولك هذا هو الحل
- لقمان : ههه زاعق بي هشام
- هشام: والله صح فكر بصناعة المحتوى راه عندك الأساس أنه درسنا الإعلام وعند تمر بعض خطوات او تختار المنصة لي تجيب بيها حجم كبير من المتابعة وتحتاج شوي امكانيات باه تقدر تبدى العمل تاعك،

- لقمان: (شار د في خيال كصانع محتوى)

- هشام: إيبببببب هوو

- لقمان: يا الله نتكلو على الله.

المشهد الثالث: وهو مشهد مكمل للمشهد سابق بحيث أشرنا إلى جانب التقني ودوره بارز عند انطلاقة ثم أشرنا إلى استغلال جيد لمنصات تواصل اجتماعي اليوتوب كمثال يليها أهم خطوات صناعة محتوى المتمثلة في: (الإستمرارية، الإنتقاء الجيد للجمهور، تجنب التكرار، المسة الخاصة....).

وأشرنا إلى أهم الأهداف أثناء العمل الإبتكار والتحديث في المحتوى وغعداد الجيد الذي من خلاله نضع حيز الزماني والمكاني وخاتمة للعمل تتمثل في القاء التحية. المعاينة: في هذه المرحلة قمنا بتحديد أماكن التصوير وبحثنا أيضا عن الهدوء لضمان عملية تسجيل الصوت .

بداية قمنا بتجهيز أستوديو بغرفة المنزل بما في ذلك إضاءة من أجل حصول على جودة صورة ووضع كروما حتى يتسنى لنا تطبيق أفكارنا فيما يخص عملية مونتاج. وجميع ادوات اللازمة من أجل قيام بعملية التصوير بقينا دائما في منزل فيما إختارنا غرفة أخرى وجهزنا ديكور مكتب يعلوه مجموعة الكتب وحاسوب قصد تمثيل مشهد تخيلي.

ثم انتقلنا إلى حديقة متواجدة بحي زغلول مستغانم وتم معاينة الأماكن بغية التصوير حسب السيناريو المكتوب.

التصوير

مرحلة التصوير التي تلي التحضير للموضوع وغختيار أماكن التصوير وكان ذلك يوم 2021/06/05 على الساعة 10.00 صباحي فيما يخص تصوير في أستوديو

المنزل وبعد الانتهاء من التصوير من فترة صباحية لنعود في فترة المسائية في الحديقة للقيام بعملية تصوير الحوار بين شخصيات المشهد.

البطاقة الفنية:

الحصة : خذ راحتك

الموضوع: صناعة المحتوى الإعلامي

التقنية المستعملة: حصة مسجلة

نوع الحصة: حصة إجتماعية

المدة : خمس دقائق وأربعة ثواني

الإعداد: بن دعماش هشام، عدة لقمان

التقديم: بن دعماش هشام

التمثيل: عدة لقمان ، بن دعماش هشام

إشراف الأستاذ: د.محمد مرواني

أماكن التصوير: أستوديو ، غرفة المنزل، الحديقة (المتواجدة بحي زغلول مستغانم)

أداة التصوير: آيفون 11 برو

الكتابة الإلكترونية: عدة لقمان ، بن دعماش هشام

الجمهور المستهدف : فئة الشباب والطلبة الجامعيين

تاريخ إنجاز: 2021/06/ 05.

مرحلة ما بعد التصوير :

المشاهدة:

عد الانتهاء الكلي من عملية التصوير تأتي عملية المشاهدة بعد جمعنا للمادة الخام محتوى اللقطات, و انتقاء احسنها التي تثري الموضوع.

شاهدنا المادة لعدة مرات حتى يتسنى لنا اخذ ما نحتاجه اضافة الى ترتيب اللقطات حسب ما يخدم تسلسل الموضوع . وفق سيناريو لتسهيل عملية التحكم في الاطار الزماني للحصة .

التركيب:

المونتاج هو العملية الفنية لتركيب اللقطات و ترتيبها³

فالتركيب عملية تقنية يقوم بها المركب المتمثل في شخصنا و هي تعني تجميع اللقطات و ربطها بإستبعاد اللقطات الغير صالحة من حيث المضمون و النوعية.

و هذا ما يدل على ان هذه المرحلة هي جد هامة اذ عليها يتوقف الفشل او نجاح المنتج السمعي بصري .فالنسبة لنا قسمنا العمل الى شطرين.

الاول تحسين جودة الصوت بواسطة برنامج اودا سيتي.(audacity)

الثاني . برنامج التركيب الذي اعتمدنا عليه هو ادوب بريمر برو 2021 . الذي يعمل كبرى المؤسسات الانتاج الاعلامية و السينمائية .

³ سعيد محمد السيد، غنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، عالم الكتب ، القاهرة، الطبعة الاولى 1988 ص 195.

و برنامج الافتراض الذي قمنا من خلاله بصناعة الانتروهاات الخاصة بمقدمة الحصة و الخاتمة و ايضا ايقونات مواقع التواصل الاجتماعي .
و هذا ما استغرق حوالي اربعة ايام و كان ذلك يوم 11 جوان 2021.

المزج:

المزج هو عملية فنية تعني مزج الصوت و الصورة بشكل متناسق و كامل.⁴
وتتم هذه العملية بعد تركيبنا للمشاهد (مشهد تمثيلي ،تخيلي وقمنا بدمج صوت مشهد الاول مع لقطات المشهد الثاني وأدرجنا أيضا المؤثرات الصوتية التي تخص إنتر و البداية) لوجو القناة ويليه عرض صور شخصيات الحصة و فاصل بين المقدمة و المشهد التمثيلي الذي يرمز إلى عنوان الحصة ودمجها صوت و قمنا بصناعة جينيريك ختامي على شكل إيقونات مواقع تواصل الاجتماعي مع لوجو القناة و عنوان موضوع الحصة.)

⁴ محمد عزت ، قاموس المصطلحات الإعلامية دار الشروق جدة 1984،ص 217

شارة البداية

- أنترو القناة HB
- إنترو عرض صور شخصيات الحصة
- عنوان الحصة (خذ راحتك)
- موضوع الحصة (صناعة المحتوى الإعلامي)

شارة النهاية

- أنترو ايقونات سوشل ميديا
- لوجو القناة
- موضوع الحصة
- الموسيقى (الجينيريك)

خاتمة

من خلال حصة خذ راحتك وتطرقنا لموضوع صناعة المحتوى الاعلامي حاولنا قدر المستطاع بذل مجهود في تنوير الرأي العام واكتشفنا حجم المتابعة الرهيب والمذهل نتيجته قراءتنا لعهه تعاليق تخص الناشطين في مواقع التواصل الاجتماعي لانها تعطيهم فرصة للرد و المشاركة والنقد وهذا ما يغيب عن وسائل الاعلام.

وايضا اعتماد عده وسائل اعلاميه على مصادر من هذه المواقع اضافة الى متابعه الحياة الشخصية لصناع المحتوى وبروزهم على مستوى التلفزيون وحضورهم في عده افلام ومسلسلات والاستثمار في شهرتهم.

كما ان صانع المحتوى بمقدوره ان يصبح شخصية دعائية اشهاريه وهذا مكسب مادي جد مهم ,اكتشفنا ايضا من خلال تحضير هذا العمل ان تقديم المحتوى يجعل منك باحثا وشاهدا وايضا مؤثرا العمل الميداني يتطلب التركيز والجاهزية النفسيه والصبر.

خلاصة العمل عالجنا موضوعنا باسلوب صانع محتوى اي ما تحصلنا عليه في ما يخص بحثنا في هذا الموضوع عن كيفية واهداف صناعه المحتوى هو فعلا ما طبقناه في عملنا نعم بقوالب فنية اعلامية نتكلم عن النمط لكن بفكر وتقنيات وجوده صانعي محتوى.

الملاحق

التقطيع الفني:

المشاهد	شريط اللقطات					شريط الصوت
	نوع القطة	محتوى اللقطة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	المدة	
01	نوع القطة	محتوى اللقطة	حركة الكاميرا	زاوية التصوير	المدة	موسيقى العرض الخفيف
	/	/	/	/	17 ثانية	
02	لقطة مقربة (أمامية)	مقدمة الموضوع	ثابتة	عادية	1دو4ث	/
03	فاصل	عنوان الحصة	/	/	4 ث	موسيقى أنترو
04	عامة	مشهد تمثيلي + مشهد تخيلي	بعيدة وقريبة	عادية علوي زوم علوي	1د 38 ث	/
05	عادية	خاتمة الموضوع انتقادات	ثابتة	علوية جانبية	1د 7ث	/
06		إيقونات سوشل ميديا			14 ث	صوت أنترو

قائمة المصادر والمراجع.

- لبيب شائف محمد، ورقة مقدمة إلى منتدى تقنية المعلومات والاتصالات الخامس المرفق لمعرض JITCOM2006، صناعة المحتوى.
- صناعة المحتوى رؤية عربية ، نبيل حجازي . ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الصناعيين التاسع مسقط – سلطنة عُمان سبتمبر 2003
- تنمية صناعة المحتوى العربية" عرض تقديمي ، د نبيل علي ، جامعة الدول العربية ، جمهورية مصر العربية وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات