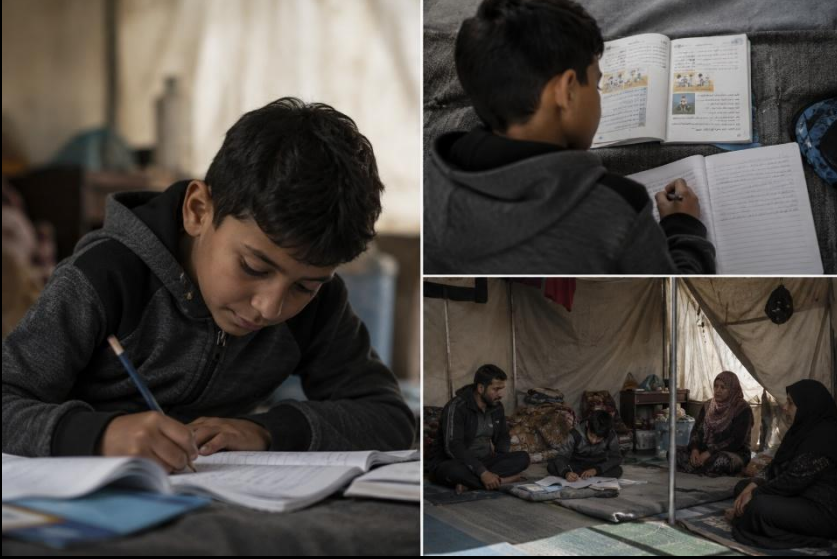


إن اختيار اللقطة أو زاوية الكاميرا لا يعتمد على الجانب الجمالي فقط، بل على نوع القصة التي ترويها. فالأسلوب البصري في قصة إنسانية يختلف عن الأسلوب المستخدم في تقرير سياسي أو اقتصادي أو أمني.

في العمل التلفزيوني والوثائقي لا تقتصر وظيفة الإضاءة على جعل الصورة مرئية، بل هي أداة سردية تساعد المشاهد على فهم الحالة النفسية للشخصيات وطبيعة الحدث وأهميته. ويمكن أن يؤدي المشهد نفسه معاني مختلفة تماماً بمجرد تغيير خصائص الضوء.



أولاً: القصة الإنسانية (Human Interest Story)

مثال:

قصة تلفزيونية feature story عن طفل فقد منزله بسبب الحرب في غزة وهو يحاول مواصلة تعليمه في خيمة يعيش فيها مع عائلته.

الهدف السردى من القصة : خلق التعاطف وربط المشاهد بالشخصية.

ما هي اللقطات المناسبة للقصة والتي تخدم الهدف السردى للقصة الإنسانية.



1. اللقطة القريبة والقريبة جداً (Close-Up)

- تركز على تعابير الوجه.
- تنقل المشاعر والحزن والأمل.
- تستخدم أثناء المقابلة.

مثال:

يكن استخدام لقطة قريبة جداً لعيني الطفل أثناء حديثه عن منزله المدمر.



2. اللقطة المتوسطة (Medium Shot)

- تظهر الشخصية وجزءاً من بيئتها.
- تساعد على فهم الظروف المحيطة.
- ملاحظة مهمة



مثال:

الطفل يجلس داخل الخيمة ويكتب واجباته المدرسية.

3. لقطة فوق الكتف (Over the Shoulder)

- تجعل المشاهد يعيش التجربة.
- تزيد الإحساس بالمشاركة.

مثال:

الكاميرا خلف الطفل وهو يقرأ كتابه.

ما هي زوايا الكاميرا المقترحة في مثل هذه الحالة؟

مستوى العين (Eye Level) هي الزاوية الأكثر استخداماً لأنها :

- تجعل المشاهد يشعر بالمساواة مع الشخصية .

زاوية منخفضة قليلاً وتستخدم :

- عندما تريد إظهار صمود الشخصية وقوتها رغم المعاناة.



ما هي حركة الكاميرا الممكن استخدامها؟ (ليس بالضرورة أن يكون هناك حركة دائماً)

Dolly In بطيئة وهي الاقتراب التدريجي من الشخصية أثناء لحظة مؤثرة.

Tracking حركة تتبعية خلال متابعة الطفل أثناء ذهابه إلى المدرسة.

أخطاء شائعة:

لا تستخدم عدسات واسعة جداً بالقرب من الوجه.

لا تستخدم حركات كاميرا سريعة أو استعراضية.

لا تستخدم زوايا مبالغ فيها تشتت الانتباه عن القصة.

ثانياً: تقرير عن حدث سياسي **current affairs**

مثال:



تقرير عن مفاوضات سياسية بين طرفين متنازعين.

الهدف السردى: نقل المعلومات والسياق والحدث بدقة وحياد.

ما هي اللقطات المناسبة :



1. اللقطة العامة الواسعة (Wide Shot)

توضح مكان الحدث.

تظهر حجم المشاركين أو الحضور .

مثال: صورة لقاعة المفاوضات كاملة.



2 . اللقطة المتوسطة Medium shot

أثناء تصريحات المسؤولين للصحفيين. 🇸🇦



3 . اللقطات (الدخيلة) التفصيلية (Cutaways)

المصافحة. 🇸🇦

توقيع الاتفاق. 🇸🇦

ردود أفعال الحضور أو الصحفيين. 🇸🇦

زوايا الكاميرا



زاوية مستوى العين (Eye Level)

هي الزاوية المفضلة في التغطية الصحفية لأنها تحافظ على الحياد الصحفي.

تعد زاوية مستوى العين (Eye Level) من أكثر زوايا التصوير

استخداماً في العمل الصحفي والتلفزيوني، حيث توضع الكاميرا على ارتفاع يساوي تقريباً مستوى

عين المصور. وتتميز هذه الزاوية بأنها تنقل الحدث أو الشخصية بطريقة موضوعية ومتوازنة و تقدم المشاهد كما يراه الإنسان في حياته اليومية ، مما يجعلها طبيعية ومريحة للمشاهد.

كيف تحافظ على الحياد الصحفي بالصورة ؟

في التغطيات الإخبارية والمؤتمرات الصحفية والمقابلات السياسية، يعد الحياد أحد أهم المبادئ المهنية. لذلك تستخدم زاوية مستوى العين لأنها تحافظ على الحيادية ، لذا يفضل الابتعاد عن الزايات الأخرى التي قد تعطي انطباعاتاً مختلفاً ، سواء بالتعالي أو الضعف .

مثال تطبيقي:

عند تصوير سياسي يتحدث في مؤتمر صحفي أو يتحدث رسمي يجيب عن أسئلة الصحفيين، فإن استخدام زاوية مستوى العين مع لقطة متوسطة (Medium Shot) يسمح بإظهار تعابير الوجه وحركات اليدين مع الحفاظ على صورة متوازنة ومحيدة للشخصية، وهو ما يجعلها الزاوية الأكثر شيوعاً في نشرات الأخبار والمؤتمرات الصحفية والبرامج الحوارية.



زاوية مرتفعة قليلا High Angle

🇸🇦 لإظهار قاعة المؤتمر بالكامل.

في هذه الزاوية توضع الكاميرا أعلى من مستوى عين الشخص أو الحدث بقليل، وتتنظر إلى الأسفل بزاوية بسيطة. وعند استخدامها بشكل معتدل في التغطيات الإخبارية والمؤتمرات الصحفية فإن هدفها لا يكون إظهار الضعف، بل توسيع مجال الرؤية وإظهار المكان بشكل أوضح .

الاستخدام في المؤتمرات الصحفية:

- 🇸🇦 لإظهار قاعة المؤتمر بالكامل .
- 🇸🇦 لإبراز عدد الصحفيين والحضور .
- 🇸🇦 لإظهار توزيع المشاركين والمنصة والمتحدثين داخل المكان .
- 🇸🇦 لتقديم لقطة تأسيسية (Establishing Shot) قبل الانتقال إلى اللقطات المتوسطة والقريبة .



التأثير السردى:

- 🇸🇦 تمنح المشاهد فهماً سريعاً لمكان الحدث وحجمه .
- 🇸🇦 تبرز أهمية المؤتمر من خلال إظهار حجم الحضور الإعلامي .تساعد على وضع الشخصيات داخل سياقها المكاني .تحافظ على الطابع الإخباري والموضوعي عندما تكون الزاوية مرتفعة بشكل خفيف فقط



مثال عملي:

في مؤتمر صحفي لرئيس دولة أو وزير خارجية،
يمكن استخدام زاوية مرتفعة خفيفة من شرفة القاعة
أو منصة الكاميرات لإظهار:

- المنصة الرئيسية .
- صفوف الصحفيين .
- الكاميرات التلفزيونية .
- الشاشات والأعلام .
- التفاعل العام داخل القاعة.

حركة الكاميرا في تغطية الأحداث السياسية

حركة البان البطيئة (Slow Pan)

تعد حركة البان (Pan) من أكثر حركات الكاميرا استخداماً في التغطيات الإخبارية والسياسية، حيث تدور الكاميرا أفقياً من اليمين إلى اليسار أو العكس من موقع ثابت دون تحريك الحامل أو الكاميرا من مكانها. عندما تنفذ الحركة ببطء وثبات، فإنها تمنح المشاهد فرصة لاستكشاف المكان وفهم تفاصيله دون تشتيت أو إرباك .

استخدام حركة البان Pan في المؤتمرات والفعاليات السياسية

استعراض الوفود المشاركة

- الانتقال تدريجياً بين أعضاء الوفد الرسمي.
- إظهار الشخصيات الرئيسية والثانوية داخل الاجتماع.
- توضيح العلاقة بين المشاركين وترتيب جلوسهم.

التأثير السردى

- يمنح المشاهد إحساساً بالمكان وحجم المكان والتنظيم قبل الدخول في تفاصيل الحدث.
- يوضح حجم الحضور ووسائل الإعلام المشاركين وأهمية المناسبة .
- يساعد على بناء السياق البصري للمشهد.
- إبراز الأعلام والشعارات والمنصة الرئيسية وينقل شعوراً بال الرسمية والتنظيم .
- يوفر لقطة انتقالية سلسلة بين المشاهد المختلفة خلال عملية المونتاج Cut Away



مثال عملي :

في افتتاح مؤتمر دولي، يمكن البدء بلقطة واسعة للقاعة ثم تنفيذ حركة بان Pan بطيئة من أحد جانبي القاعة إلى الجانب الآخر، مروراً بالوفود المشاركة والأعلام والمنصة الرئيسية، قبل الانتقال إلى اللقطات المتوسطة والقريبة للمتحدثين.

نصائح مهنية

- استخدم سرعة حركة ثابتة ومنتظمة.
- تجنب التوقيفات المفاجئة أثناء الحركة.
- ابدأ الحركة وانهاها بثانيتين أو ثلاث ثوانٍ من الثبات.
- استخدم تزايبود ذات رأس حامل احترافي (Fluid Head) للحصول على حركة سلسلة وناعمة.
- كلما كان الحدث أكثر رسمية، كانت الحركة أبطأ وأكثر هدوءاً.

التأثير البصري الأساسي:

تعريف المشاهد بالمكان والمشاركين وإبراز حجم الحدث بطريقة هادئة وموضوعية.

حركة zoom محدود

يستخدم الزوم بشكل محدود في التغطيات الإخبارية لأن الإفراط فيه قد يعطي المشهد طابعاً درامياً أو يشتت المشاهد عن المعلومة الأساسية. لذلك يلجأ إليه فقط عندما تكون هناك حاجة واضحة لتقريب تفصيل مهم لا يمكن الوصول إليه بحركة كاميرا أو تغيير موقع التصوير.

الاستخدام في المؤتمرات والفعاليات السياسية

يستخدم الزوم في المؤتمرات والفعاليات السياسية لتقريب المتحدث أو تفصيل مهم داخل المشهد من دون تغيير مكان الكاميرا، مثل وجه المسؤول أو وثيقة أو شعار أو رد فعل محدد.

التأثير السردى

يساعد الزوم على توجيه انتباه المشاهد إلى نقطة مهمة داخل الحدث، لكنه يجب أن يبقى محدوداً حتى لا يفقد التقرير حياده أو يتحول إلى أسلوب بصري مبالغ فيه.

مثال عملي

أثناء مؤتمر صحفي، يمكن البدء بلقطة متوسطة أو واسعة (بناء على نوع المكان) للمتحدث ثم تنفيذ زوم بطيء وخفيف لتقريب الوجه عند لحظة إعلان مهمة أو عند عرض وثيقة على المنصة.

نصائح مهنية

- استخدم الزوم فقط عندما تكون هناك حاجة حقيقية لتقريب معلومة أو تفصيل مهم.
- تنفذ الحركة ببطء شديد لتبقى سلسلة وغير لافتة بشكل مبالغ.
- تجنب تكرار الزوم داخل التقرير الواحد حتى لا يبدو الأسلوب استعراضياً.
- إذا أمكن، وخلال المونتاج يفضل تغيير حجم اللقطة بالقص أو بالانتقال بين لقطين على الإفراط في الزوم المباشر الطويل والممل.

من الأخطاء الشائعة في تصوير الفعاليات السياسية:

- استخدام زوايا درامية توجي بالتحيز.
- الاعتماد المفرط على اللقطات القريبة للمسؤولين .
- حركات كاميرا سينمائية قد تضعف الطابع الإخباري .

ثالثاً: التقرير الاقتصادي

مثال:

ارتفاع أسعار المواد الغذائية في بلد ما .

الهدف السردى:



شرح ظاهرة معقدة بطريقة بصرية واضحة بحيث أن التقرير لا يكتفي بعرض المعلومة، بل يحاول تبسيط موضوع قد يكون صعباً أو مجرداً وجعله مفهوماً بسرعة من خلال الصورة.

ماذا يعني ذلك عملياً؟

بعض الموضوعات خاصة في التقارير الاقتصادية أو الخدمية أو العلمية تكون معقدة بطبيعتها، مثل ارتفاع الأسعار والتضخم أو نقص السلع. هذه الموضوعات قد تكون صعبة إذا شرحت بالكلام فقط، لأن المشاهد قد يسمع أرقاماً أو مصطلحات من دون أن يربطها بواقعه اليومي. هنا يأتي الدور السردى للصورة بتحويل الفكرة المجردة إلى مشاهد ملموسة يفهمها المشاهد فوراً.



كيف تشرح الصورة الظاهرة المعقدة؟

الصورة هنا لا تستخدم للزينة، بل لتأدية وظيفة تفسيرية، مثل:

- 🚩 إظهار السعر على الرف
- 🚩 مقارنة فاتورتين
- 🚩 تصوير منتج أو سلعة أقل في الكمية أو أعلى في السعر
- 🚩 متابعة المتسوق أثناء اختياره
- 🚩 إظهار الرفوف أو السوق أو الطوابير

بهذه الطريقة لا يسمع المشاهد فقط أن الأسعار ارتفعت، بل يرى هذا الارتفاع بعينه.

لماذا يسمى هذا هدفاً سردياً؟

لأن السرد في التقرير لا يقوم فقط على النص أو التعليق الصوتي، بل على بناء معنى متدرج بالصورة وهذا يعني:

1. لقطة عامة تعطي السياق
2. لقطة متوسطة تظهر الناس داخل الظاهرة
3. لقطة تفصيلية تشرح جوهر المشكلة
4. تتابع بصري يجعل الفكرة أسهل من الشرح النظري

أي أن القصة هنا لا تسأل: كيف أجعل المشاهد يتأثر بل كيف أجعل المشاهد يفهم؟

مثال مبسط

إذا كان التقرير عن ارتفاع أسعار المواد الغذائية، فبدلاً من الاكتفاء بقول أن الأسواق تشهد ارتفاعاً في الأسعار، يمكن شرح الظاهرة بصرياً عبر:

- 🚩 لقطة للسوق
- 🚩 لقطة لمتسوق ينظر للأسعار بدهشة
- 🚩 لقطة قريبة لسعر الأرز أو الزيت
- 🚩 لقطة للفاتورة
- 🚩 لقطة ليد تعيد منتجاً إلى الرف بسبب السعر

هنا تصبح الظاهرة الاقتصادية واضحة بصرياً، لا مجرد معلومة نظرية.



الخلاصة

الصورة يجب أن تساعد المشاهد على فهم الفكرة المعقدة بسرعة وببساطة، وأن تحول المعلومة المجردة إلى مشهد محسوس وواضح.



اللقطات المناسبة في التقارير الاقتصادية

لقطة عامة

السوق أو المركز التجاري.



لقطة متوسطة

المتسوقون أثناء الشراء.



لقطة تفصيلية

- 🇸🇦 السعر على الرف.
- 🇸🇦 فاتورة الشراء.
- 🇸🇦 يد متسوق تضع المنتجات في السلة.

زوايا الكاميرا في التقرير الاقتصادي :

Eye Level في معظم الوقت مع تجنب الزوايا الدرامية التي تعطي معنى مختلف وتخرج التقرير عن حياديته.

النصيحة الأساسية

في التقارير الاقتصادية: الأرقام هي البطل الحقيقي للقصة، والصورة يجب أن تشرح الرقم.

رابعاً: تقارير الحروب أو النزاع مسلح

مثال: تغطية اشتباكات أو عمليات عسكرية.

الهدف السردى: إيصال الشعور بالمكان والخطر دون المبالغة. والمقصود هو أن يشعر المشاهد بأنه داخل المكان ويدرك خطورة الموقف، لكن من دون أن تتحول التغطية إلى تهويل بصري أو مبالغة درامية.

شرح المعنى

في التقارير الأمنية أو تغطية النزاعات، المطلوب ليس فقط أن يرى المشاهد الحدث، بل أن:



- 🚩 يفهم طبيعة المكان :هل هو شارع، منطقة مدمرة، نقطة اشتباك، موقع عسكري؟
- 🚩 يشعر بواقعية الخطر :من خلال الحركة، الأصوات، آثار الدمار، أو توتر البيئة.
- 🚩 يبقى واثقاً بمهنية التغطية :أي أن الصورة تنقل الواقع كما هو، دون تضخيم أو مبالغة.

لماذا يقال دون المبالغة؟

لأن هذا النوع من التقارير حساس جداً. فإذا استخدمت زوايا مبالغاً فيها أو حركة كاميرا فوضوية أو لقطات قريبة صادمة بشكل مفرط، فقد يتحول التقرير من نقل الواقع إلى إثارة انفعالية زائدة. لأن الهدف الصحفي هنا هو: إيصال الإحساس بالخطر بصدق، لا تضخيمه بصرياً.

كيف يتحقق هذا الهدف بصرياً ؟

عادة من خلال :

- 🚩 لقطة عامة توضح الوضع الميداني
- 🚩 لقطة متوسطة للأشخاص أو الحركة
- 🚩 لقطة قريبة عند إبراز الأثر الإنساني أو التفصيل المهم
- 🚩 زوايا محايدة غالباً على مستوى العين
- 🚩 إضاءة طبيعية تعزز الواقعية
- 🚩 حركة كاميرا محدودة ومدروسة إذا لزم الأمر



مثال مبسط

إذا كان التقرير عن اشتباكات في حي سكني،
فالهدف ليس أن تخيف المشاهد، بل أن تجعله:

- 🇸🇦 يرى الشارع وآثار الدمار
- 🇸🇦 يفهم أن المكان غير آمن
- 🇸🇦 يشعر بجدية الموقف
- 🇸🇦 من دون استخدام أسلوب بصري يوحي
بفيلم أكشن أو تهويل مقصود

خلاصة :

نقل واقعية المكان وخطورة الحدث بصدق وهدوء مهني، بحيث يشعر المشاهد بالتوتر الطبيعي للمشاهد من دون تضخيم أو استعراض.

اللقطات المناسبة في تقارير مناطق الصراع



اللقطة العامة لفهم الوضع الميداني سواء أثر النزاع على المباني او البشر .

اللقطة المتوسطة للجنود أو المدنيين .

اللقطة القريبة عند إبراز الأثر الإنساني وخاصة على وجوه ضحايا النزاع.

اللقطات وزوايا الكاميرا المفضلة في التقرير الميداني في حالة الحرب

اللقطة العامة

لفهم الوضع الميداني وإظهار أثر النزاع على المكان، سواء على المباني أو على الناس.

اللقطة المتوسطة

لتصوير الجنود أو المدنيين داخل الحدث مع جزء من البيئة المحيطة بهم.

اللقطة القريبة

عند إبراز الأثر الإنساني، خاصة على وجوه ضحايا النزاع وتعابيرهم.

زوايا الكاميرا Eye Level

تستخدم للحفاظ على الحياد ونقل المشهد بطريقة متوازنة وموضوعية.

Hand Held

تستخدم لنقل الإحساس بوجود المراسل في الميدان وإعطاء المشاهد طابعاً واقعياً مباشراً.

تحذير

في الصحافة الإخبارية: لا تستخدم الزوايا المنخفضة أو المرتفعة بشكل متكرر لأنها قد تعطي انطباعات غير مقصودة عن القوة أو الضعف.

قاعدة أساسية للمراسلين والمصورين

اسأل نفسك قبل اختيار أي لقطة: ما الذي أريد أن يشعر به المشاهد؟

- 🚩 إذا أردته أن يتعاطف استخدم اللقطات القريبة والمتوسطة.
- 🚩 إذا أردته أن يفهم المكان والسياق استخدم اللقطات العامة.
- 🚩 إذا أردته أن يشعر بالمشاركة استخدم لقطات فوق الكتف والتتبع.
- 🚩 إذا أردته أن يثق بالمعلومة استخدم زوايا محايدة على مستوى العين.
- 🚩 إذا أردته أن يفهم التفاصيل استخدم اللقطات التفصيلية (Insert Shots).

"لهذا السبب نرى أن التقرير الإنساني يعتمد على الوجوه والمشاعر، بينما يعتمد التقرير السياسي على المكان والسياق، ويعتمد التقرير الاقتصادي على التفاصيل والأرقام، ويعتمد التقرير الأمني على الإحساس بالميدان والواقع."

استخدام الإضاءة كأداة سرد

أولاً: القصة الإنسانية

مثال: أم تكافح لإعالة أطفالها بعد فقدان زوجها

الهدف السردى من القصة هو: خلق التعاطف والقرب العاطفى من الشخصية.

نوع الإضاءة المناسب: الضوء الناعم (Soft Light) لأنه يعطي شعوراً بالراحة بسبب:

- ظلاله خفيفة .
- انتقال تدريجي بين الضوء والظل .
- مظهر طبيعي ومريح .

أما التأثير السردى الذى يتركه هذا النوع من الإضاءة فهو :

- يجعل الشخصية أكثر إنسانية وقرباً .
- يعزز الإحساس بالدفء والتعاطف .
- يقلل القسوة البصرية .

اتجاه الضوء: ضوء جانبي ناعم (Soft Side Light)

- يضيف عمقاً للوجه .
- يحافظ على الإحساس الواقعي .

ضوء دافئ (Warm Light):

- يوحي بالأمل والحميمية .
- يناسب القصص الإنسانية والعائلية .

مثال عملي يمكن تطبيقه بسهولة

مقابلة مع الأم داخل منزلها قرب نافذة. يدخل ضوء الشمس المنتشر عبر ستارة بيضاء ناعمة، فتبدو ملامح الوجه الطبيعية وحميمة.

ثانياً: تقرير سياسي

مثال: تقرير عن مفاوضات سياسية أو مؤتمر دولي

الهدف السردى : إيصال المعلومات بموضوعية ومصداقية.

نوع الإضاءة المناسب: **إضاءة متوازنة (Balanced Lighting)**

خصائصها:

- توزيع متساو للضوء .
- تقليل الظلال الحادة .
- ألوان طبيعية .

التأثير السردى

تعزيز الحياد- تزيد الثقة بالمحتوى- لا تفرض إحساساً عاطفياً على المشاهد .

ما يجب تجنبه: الضوء الدرامى القاسى- التباين المرتفع جداً- الألوان المبالغ بها.



ثالثاً: تقرير اقتصادى

مثال: تقرير عن ارتفاع الأسعار

الهدف السردى : شرح الظاهرة بوضوح.

نوع الإضاءة : ضوء ساطع ومتوازن

🚩 يكشف التفاصيل .

🚩 يجعل الأسعار والمنتجات واضحة .

التأثير السردى

🚩 الوضوح أهم من الدراما .

🚩 يسمح للمشاهد بقراءة التفاصيل بسرعة .

مثال : لقطات للأسعار على الأرفف داخل متجر بإضاءة متجانسة.



رابعاً: تقرير منطقة حرب أو نزاع مسلح

الهدف السردى : نقل إحساس الخطر وواقعية الميدان من دون مبالغة.

🚩 نوع الإضاءة : الضوء الطبيعي المتاح (Available Light)

🚩 الشمس .

🚩 أضواء الشوارع .

🚩 نيران أو أضواء المركبات .

التأثير السردى

🚩 يمنح المشهد مصداقية .

🚩 يشعر المشاهد أنه حاضراً في المكان .



الضوء القاسى (Hard Light)

عندما يكون موجوداً طبيعياً:

🚩 يبرز التوتر .

🚩 يكشف التفاصيل الخشنة للمكان .



مثال على الضوء القاسي:

مراسل يقف وسط أنقاض في ضوء الشمس المباشر، فتظهر الظلال الحادة وآثار الدمار بوضوح.

خامساً: قصة حقيقية أو استقصائية

مثال :كشف شبكة فساد مالي

الهدف السردى : إثارة الفضول والشعور بالغموض.



نوع الإضاءة : **Low Key Lighting** ضوء رئيسي منخفض

🚩 مناطق ظل واسعة .

🚩 تباين مرتفع .

التأثير السردى :

🚩 الغموض .



🚦 التوتر .
🚦 الإحساس بوجود أسرار أو معلومات مخفية .

اتجاه الضوء : ضوء جانبي قوي

- يكشف نصف الوجه ويترك النصف الآخر في الظل .
- يعزز الطابع الاستقصائي والغموض .



سادساً: قصة نجاح أو أمل

مثال : رائد أعمال أو رائدة أعمال أسست مشروعاً ناجحاً
بعد سنوات من الفشل

الهدف السردى : إلهام المشاهد وإعطاءه الأمل في
المستقبل وربما تحفيزه على العمل.



نوع الإضاءة: ضوء ساطع High Key Lighting

🚦 صورة مشرقة .
🚦 ظلال قليلة .

الضوء الدافئ

🚦 ألوان ذهبية .
🚦 شمس الغروب أو الشروق .

التأثير السردى : التفاؤل والنجاح والطاقة الإيجابية .

العلاقة بين خصائص الضوء والسرد

الاستخدام السردى	خاصية الضوء
التعاطف، الرومانسية، القصص الإنسانية	الضوء الناعم (Soft Light)
التوتر، الصراع، الخطر	الضوء القاسى (Hard Light)
الأمل، الألفة، الذكريات	الضوء الدافئ (Warm Light)
العزلة، التكنولوجيا، الحزن	الضوء البارد (Cool Light)
الغموض، التحقيق، الخوف	Low Key
التفاؤل، النجاح، الوضوح	High Key
العمق النفسى والصراع الداخلى	الضوء الجانبي (Side Light)
العظمة، العزلة، الرمزية	الإضاءة الخلفية (Back Light)
الواقعية والمصدقية	الإضاءة الطبيعية (Available Light)
الهدوء والإنسانية	الإضاءة المنتشرة (Diffused Light)

القاعدة الذهبية في السرد باستخدام الضوء وخصائصه :

- 🌈 في القصة الإنسانية اسأل: كيف أجعل المشاهد يشعر؟
- 🌈 في التقرير الإخباري اسأل: كيف أجعل المشاهد يفهم ويثق؟
- 🌈 في التحقيق اسأل: كيف أجعل المشاهد يكتشف؟

ومن هنا تبدأ قرارات الإضاءة السردية الحقيقية.

مراحل الإنتاج والتصوير في العصر الرقمي

أحدث التحول الرقمي ثورة كبيرة في صناعة المحتوى التلفزيوني والوثائقي. فبعد أن كانت عملية الإنتاج تعتمد على أسطرة التصوير والمونتاج الخطي والإجراءات المعقدة لنقل المواد، أصبحت اليوم تعتمد على أنظمة رقمية متكاملة تسمح بالتخطيط والتصوير وإدارة المحتوى وتحريره ونشره بسرعة وكفاءة غير مسبوقة. ورغم التطور الهائل في الكاميرات والبرمجيات والذكاء الاصطناعي، فإن نجاح أي مشروع بصري ما يزال يعتمد على التخطيط الجيد والتنفيذ المنظم. فالكاميرا المتطورة لا تعوض غياب الفكرة، كما أن المعدات الحديثة لا تعوض ضعف الإعداد.

ولهذا السبب تمر معظم المشاريع الإعلامية الناجحة بعدة مراحل مترابطة تبدأ قبل تشغيل الكاميرا بوقت طويل (مرحلة ما قبل الإنتاج) وتنتهي بعد نشر المحتوى وأرشفته.

دورة العمل الرقمية الحديثة

الفكرة ← التخطيط ← الإعداد ← التصوير ← إدارة الملفات ← المونتاج ← المراجعة ← النشر ← الأرشفة

المرحلة الأولى: تطوير الفكرة (Concept Development)

في هذه المرحلة يتم تحديد:

- ما هي القصة؟
- لماذا تستحق أن تروى؟
- من الجمهور المستهدف؟
- ما الرسالة الرئيسية؟
- ما الشكل البصري المتوقع؟

نصائح عملية

- اكتب الفكرة في جملة واحدة.
- حدد الشخصية الرئيسية أو محور القصة.
- حدد العنصر البصري الأقوى في القصة.
- اسأل نفسك: "لماذا سيهتم المشاهد بهذه القصة؟"

المرحلة الثانية: البحث والتحضير (Research)

كل دقيقة تقضيها في البحث قد توفر ساعات من التصوير غير الضروري، وتشمل هذه المرحلة:

- جمع المعلومات
- مقابلة المصادر

- دراسة الموقع
- مراجعة الوثائق
- بناء الخط السردي

نصائح عملية

- لا تعتمد على مصدر واحد.
- ابحث عن المشاهد البصرية المحتملة قبل يوم التصوير.
- جهز قائمة أسئلة المقابلات مسبقاً.

المرحلة الثالثة: التخطيط البصري (Visual Planning)

في العصر الرقمي يمكن التخطيط للمشاهد قبل الوصول إلى الموقع وهذا يشمل :

- Storyboard قصة مصورة (مخطط المشاهد)
- Shot List قائمة اللقطات
- Floor Plan مخطط الموقع
- Visual References المراجع البصرية

يعد التخطيط البصري أحد أهم مراحل ما قبل الإنتاج في العصر الرقمي. فقبل الوصول إلى موقع التصوير وتشغيل الكاميرا، يمكن لفريق الإنتاج أن يتخيل المشاهد ويصممها ويختبرها بصرياً. ويساعد ذلك على توفير الوقت والجهد أثناء التصوير، وتقليل الأخطاء، وضمان أن جميع أفراد الفريق يفهمون الشكل النهائي المطلوب للمادة المصورة.

يعتمد التخطيط البصري على مجموعة من الأدوات التي تساعد المخرج والمصور والمنتج على تحويل الفكرة المكتوبة إلى صورة متخيلة قبل تنفيذها فعلياً، ومن أهم هذه الأدوات: مخطط المشاهد (Storyboard)، وقائمة اللقطات (Shot List)، ومخطط الموقع (Floor Plan)، والمراجع البصرية (Visual References).

أولاً: مخطط المشاهد (Storyboard)

ما هو الـ Storyboard ؟

هو سلسلة من الرسومات أو الصور التي تمثل المشاهد الرئيسية في القصة بالترتيب المتوقع ظهورها على الشاشة. ويعمل كنسخة مصورة للسيناريو تساعد فريق العمل على تصور شكل الفيلم أو التقرير قبل التصوير.

لا يشترط أن تكون الرسومات احترافية؛ فحتى الرسومات البسيطة يمكن أن تؤدي الغرض إذا كانت توضح الفكرة وزاوية التصوير وحركة الكاميرا.

ماذا يتضمن؟

- حجم اللقطة (عامة، متوسطة، قريبة).
- زاوية الكاميرا.
- حركة الكاميرا.
- حركة الأشخاص داخل الكادر.
- الملاحظات تحريرية أو الفنية.

مثال : تقرير عن صياد بحر:

الكادر	الوصف
1	لقطة عامة للقارب عند شروق الشمس
2	لقطة متوسطة للصياد وهو يحضر الشباك
3	لقطة قريبة لليدين أثناء عقد الحبال
4	لقطة واسعة للقارب في عرض البحر
5	لقطة قريبة لوجه الصياد أثناء الحديث

فوائد الـ Storyboard

- يساعد المخرج على تصور الفيلم قبل تصويره.
- يوضح للمصور نوع اللقطات المطلوبة.

🎨 يقلل الوقت الضائع أثناء التصوير.
🎨 يساعد على اكتشاف المشكلات البصرية مبكراً.

ثانياً: قائمة اللقطات (Shot List)

ما هي قائمة اللقطات؟

هي قائمة تفصيلية بجميع اللقطات المطلوبة للتقرير أو الفيلم، يتم إعدادها قبل التصوير لضمان عدم نسيان أي مشهد أو زاوية مهمة. على عكس ال-Storyboard الذي يعتمد على الرسومات، تعتمد قائمة اللقطات على الوصف النصي المنظم.

نموذج لقائمة لقطات - تقرير عن طالب يدرس داخل مخيم للنازحين:

رقم	الوصف	نوع اللقطة
1	المخيم بالكامل	Wide Shot
2	الطالب داخل الخيمة	Medium Shot
3	وجه الطالب أثناء الدراسة	Close-Up
4	القلم والدفتري	Detail Shot
5	الطالب يسير إلى المدرسة	Tracking Shot

فوائد قائمة اللقطات

- 🎨 ضمان التغطية الكاملة للقصة.
- 🎨 تسهيل العمل بين المخرج والمصور.
- 🎨 تسريع التصوير.
- 🎨 تسهيل المونتاج لاحقاً.

نصيحة مهنية:

صور دائماً أكثر مما هو موجود في قائمة اللقطات، لأن أفضل اللقطات أحياناً تكون غير مخطط لها مسبقاً.

ثالثاً: مخطط الموقع (Floor Plan)

ما هو الـ Floor Plan ؟

هو رسم تخطيطي يوضح موقع التصوير من الأعلى (Top View) ، ويبين أماكن الأشخاص والكاميرات والإضاءة والعناصر المهمة داخل المشهد. يشبه خريطة صغيرة للموقع تساعد الفريق على فهم توزيع العناصر قبل التصوير.

ماذا يتضمن؟

- 📏 موقع الكاميرا.
- 📏 اتجاه التصوير.
- 📏 أماكن الشخصيات.
- 📏 أماكن الإضاءة.
- 📏 المداخل والمخارج.
- 📏 مسار حركة الكاميرا.

مثال : عند إجراء مقابلة تلفزيونية داخل مكتب من المفيد إعداد توزيع الكاميرات والضيوف مسبقاً.

- 📏 الكاميرا الرئيسية أمام الضيف.
- 📏 كاميرا ثانية بزاوية جانبية.
- 📏 ضوء رئيسي على الجانب الأيسر.
- 📏 ضوء خلفي خلف الضيف Back Light.
- 📏 خلفية المكتب خلف الشخصية Background light .

فوائد الـ Floor Plan

- 📏 تنظيم موقع التصوير.
- 📏 منع تعارض المعدات داخل المكان.
- 📏 تسهيل حركة الفريق.
- 📏 تحسين تصميم الإضاءة.

متى يصبح ضرورياً ؟

- المقابلات متعددة الكاميرات.
- البرامج الحوارية.
- إعادة تمثيل الأحداث.
- المشاهد الدرامية المعقدة.

رابعاً: المراجع البصرية (Visual References)

ما هي المراجع البصرية؟ هي صور أو لقطات أو أفلام أو أعمال سابقة تستخدم كنموذج بصري يساعد فريق العمل على توحيد رؤيته للشكل النهائي للمشروع. تستخدم هذه المراجع لتوضيح:

- أسلوب التصوير.
- الإضاءة.
- الألوان.
- نوع العدسات.
- حركة الكاميرا.
- التكوين البصري.

أمثلة على أشكال مختلفة من الإنتاج:

في القصة الإنسانية قد تختار مراجع بصرية تعتمد على:

- الضوء الطبيعي.
- اللقطات القريبة.
- الألوان الدافئة.
- الكاميرا المحمولة.

أما في الفيلم استقصائي فقد تختار مراجع تعتمد على:

- إضاءة منخفضة. (Low Key)
- تباين مرتفع.
- ظلال قوية.
- ألوان باردة.

وفي التقرير سياسي قد تعتمد على:

- تكوينات رسمية.
- إضاءة متوازنة.
- زوايا محايدة.

فوائد المراجع البصرية

- توحيد فهم الفريق للشكل المطلوب.
- تسهيل التواصل بين المخرج والمصور.
- توفير الوقت أثناء اتخاذ القرارات الفنية.
- بناء هوية بصرية واضحة للمشروع.

العلاقة بين أدوات التخطيط البصري

تعمل هذه الأدوات معاً ضمن منظومة واحدة ، وفي كل واحدة منها يجب الإجابة على سؤال:

Storyboard كيف سيبدو المشهد؟

Shot List ما اللقطات التي يجب تصويرها؟

Floor Plan أين ستوضع الكاميرات والإضاءة؟

Visual References ما الأسلوب البصري الذي نسعى للوصول إليه؟

وعندما تستخدم هذه الأدوات مجتمعة، يصبح التصوير أكثر تنظيماً واحترافية، وتتحول الأفكار المجردة إلى خطة بصرية واضحة يمكن تنفيذها بكفاءة في موقع التصوير.

استخدام اللقطات والزوايا والضياء في تغطية التقارير لوسائل التواصل الاجتماعي



لقطة واسعة

تُظهر المكان والسياق المحيط بالقطعة.
مثالية لتوضيح الحجم والمساحة العامة.



لقطة متوسطة

تُظهر الشخص في بيئته أو داخل سياق.
مناسبة للسرد اليومي وبناء ارتباط جيد مع المشاهد.



لقطة قريبة

تُبرز المشاعر والتفاصيل أو الملامح المهمة.
تخلق إحساساً قوياً بالتواصل والاهتمام.



زاوية مستوى العين

تُظهر المشهد بطريقة طبيعية وقريبة من الواقع.
تخلق إحساساً بالمساواة والقرب من المشاهد.



زاوية منخفضة

تُجعل الشخص يبدو أقوى وأكبر وأكثر تأثيراً أو بطولياً.
تُظهر المشهد من الأسفل إلى الأعلى.



زاوية مرتفعة

تُجعل الشخص يبدو أصغر أو أكثر ضعفاً.
وتُظهر النمط العام من الأعلى.



إضاءة طبيعية

ناعمة وحقيقية.
تمنح إحساساً دافئاً وطبيعياً.
مثالية للمحتوى الإنساني والقصص الواقعية.



إضاءة منخفضة

تُخلق أجواء درامية وغامضة.
رائعة لسرد القصص العاطفية والمهمة بالتشويق.



إضاءة خلفية

تضيف دراما وعمقاً للصورة.
تساعد في إبراز الظلال وتكوين إطلالات قوية.

تختلف التغطية المصممة لوسائل التواصل الاجتماعي عن التغطية التلفزيونية التقليدية في عدة جوانب. فالمحتوى الرقمي يجب أن يجذب الانتباه خلال الثواني الأولى، وأن يكون واضحاً وسريعاً ومؤثراً حتى عند مشاهدته على شاشة هاتف صغيرة. لذلك لا يكفي اختيار لقطة جميلة، بل يجب اختيار لقطة تؤدي وظيفة مباشرة: جذب الانتباه، توضيح الفكرة، أو نقل الإحساس بسرعة. كما أن الزوايا والإضاءة في هذا النوع من المحتوى يجب أن تخدم الوضوح والسرعة وقابلية المشاركة، لا مجرد القيمة الجمالية.

مبادئ عامة قبل اختيار اللقطة

- 👉 ابدأ بلقطة قوية بصرياً في أول ثانيتين، لأن قرار المشاهدة أو التمرير يحدث بسرعة.
- 👉 اجعل العنصر الأساسي قريباً وواضحاً، لأن شاشة الهاتف لا تتحمل التفاصيل الصغيرة المعقدة.
- 👉 استخدم لقطات قصيرة ومتنوعة للحفاظ على الإيقاع.
- 👉 اعتمد على الزوايا التي تعطي إحساساً مباشراً بالوجود، لا الزوايا البعيدة الباردة إلا عند الحاجة للسياق.
- 👉 اختر إضاءة تجعل الموضوع واضحاً فوراً، لأن الجمهور في المنصات الرقمية لا يمنح وقتاً طويلاً لفهم الصورة.

أولاً: التقرير الإنساني القصير

في التقارير الإنسانية على وسائل التواصل الاجتماعي يكون الهدف الأساسي هو خلق ارتباط سريع بين المشاهد والشخصية. لذلك تعد اللقطة القريبة من أهم اللقطات، لأنها تنقل تعبيرات الوجه فوراً وتختصر كثيراً من الشرح. كما تفيد اللقطة المتوسطة في إظهار الشخصية داخل بيئتها، مثل أم داخل منزلها أو طالب في خيمة أو عامل في مكان عمله. أما اللقطات التفصيلية، مثل اليدين أو الأشياء الشخصية أو آثار المكان، فهي تساعد على بناء الإحساس الإنساني بسرعة ومن دون حوار طويل.

أفضل زاوية في هذا النوع غالباً هي مستوى العين، لأنها تجعل المشاهد يشعر بالقرب والمساواة مع الشخصية. ويمكن استخدام زاوية منخفضة قليلاً عندما يكون الهدف إظهار الصمود أو الكرامة. أما الإضاءة فالأفضل أن تكون ناعمة وطبيعية أو قريبة من الطبيعي، لأن الضوء القاسي قد يشتمل الإحساس الإنساني أو يجعل المشهد يبدو مفتعلاً. وفي محتوى الهاتف تحديداً، يساعد الضوء الجانبي الناعم أو ضوء النافذة على إبراز ملامح الوجه من دون مبالغة.

ثانياً: التقرير الإخباري السريع أو السياسي

في المحتوى الإخباري القصير يجب أن تكون الصورة واضحة ومحيدة وسريعة الفهم. اللقطة العامة هنا مهمة في البداية لتوضيح مكان الحدث: مؤتمر، مظاهرة، اجتماع، أو موقع رسمي. بعد ذلك تأتي اللقطة المتوسطة أثناء تصريح المتحدث أو المسؤول، ثم اللقطات التفصيلية مثل الأوراق، الشاشات، المصافحة، أو ردود الفعل. هذا التسلسل يساعد على تقديم المعلومة بسرعة وبناء سياق بصري مختصر يناسب المنصات الرقمية.

الزاوية الأنسب هنا هي مستوى العين، لأنها تحافظ على الحياد ولا تخلق انطباعات غير مقصودة. ويمكن استخدام زاوية مرتفعة قليلاً عند الحاجة إلى شرح المكان أو إظهار حجم الحضور. أما الإضاءة، فمن الأفضل أن تكون متوازنة وواضحة من دون طابع درامي، لأن المنصة الاجتماعية تحتاج إلى صورة مباشرة وسهلة القراءة. وكلما زادت المبالغة في الظلال أو الألوان، ضعفت الثقة بالمحتوى الإخباري.

ثالثاً: التقرير الاقتصادي أو الخدمي

هذا النوع من التقارير يحتاج إلى صورة تشرح المعلومة فوراً. لذلك تُستخدم اللقطات العامة لإظهار السوق أو المكان، واللقطات المتوسطة لإظهار الناس وهم يتعاملون مع الظاهرة، واللقطات التفصيلية لإبراز العنصر الأهم مثل الأسعار، الفواتير، الأجهزة، أو المنتجات. في وسائل التواصل الاجتماعي تكون اللقطة التفصيلية شديدة الأهمية، لأنها تساعد على اختصار الرسالة في ثانية أو ثانيتين، وهو ما يناسب طبيعة المشاهدة السريعة.

الزوايا المحايدة هي الأفضل، لأن الهدف ليس خلق دراما بل شرح معلومة. ويمكن استخدام زاوية علوية خفيفة عند تصوير طاولات أو منتجات أو مستندات لإعطاء وضوح أكبر. أما الإضاءة فيجب أن تكون ساطعة ومتجانسة، لأن أي ظل قوي قد يخفي التفاصيل المهمة أو يجعل قراءة الأسعار أو النصوص صعبة على الهاتف.

رابعاً: التقرير الميداني في مناطق النزاع

في المحتوى الميداني المخصص لوسائل التواصل الاجتماعي يكون الهدف هو نقل الإحساس بالمكان بسرعة ومنح المشاهد شعوراً بأنه داخل الحدث. لهذا تفيد اللقطة العامة في البداية لفهم المشهد، ثم تأتي اللقطة المتوسطة لتوضيح الأشخاص أو الحركة، ثم اللقطة القريبة عند الحاجة إلى إبراز الأثر الإنساني أو المعلومة المهمة. كما أن الحركة اليدوية البسيطة قد تكون فعالة هنا لأنها تنقل الإحساس المباشر بالميدان، لكن يجب ألا تتحول إلى اهتزاز مشننت يفقد المشاهد تركيزه.

يفضل استخدام مستوى العين للحفاظ على الإحساس الواقعي، مع الحذر من الزوايا المبالغ فيها التي قد توهي بانحياز أو تهويل. أما الإضاءة فغالباً ما تكون طبيعية ومتاحة، وهذا أمر مناسب للمحتوى الميداني لأنه يعزز الصدق والمباشرة. وإذا كان الضوء قاسياً بطبيعته، فيمكن استثماره لإبراز خشونة المكان، لكن من دون دفع الصورة إلى مبالغة درامية تجعلها أقرب إلى مشهد سينمائي منها إلى تقرير واقعي.

خامساً: قصة النجاح أو المحتوى الملهم

في هذا النوع من المحتوى يكون الهدف هو رفع الطاقة الإيجابية وإبراز التحول أو الإنجاز. لذلك تُستخدم اللقطات المتوسطة والقريبة لإبراز الشخصية، مع لقطات تفصيلية تظهر العمل أو النتيجة أو العلامات البصرية للنجاح. ويمكن أيضاً استخدام لقطات حركة قصيرة أثناء العمل أو التفاعل أو الإنجاز، لأن الحركة تعطي المحتوى حيوية تناسب المنصات الاجتماعية.

يمكن استخدام زاوية منخفضة قليلاً لإبراز الثقة والإنجاز، لكن من دون مبالغة. أما الإضاءة فالأفضل أن تكون مشرقة ودافئة، لأن الضوء العالي والظلال القليلة يمنحان إحساساً بالتفاؤل والانفتاح. وفي الفيديوهات

القصيرة على المنصات الاجتماعية يكون هذا النوع من الإضاءة فعالاً جداً لأنه يجعل الصورة جذابة ومريحة وسهلة الاستهلاك.

خلاصة عملية للمصور وصانع المحتوى

عند التصوير لوسائل التواصل الاجتماعي، اسأل نفسك دائماً: ما اللقطة التي ستجعل المشاهد يتوقف؟ وما الزاوية التي ستجعل الفكرة مفهومة بسرعة؟ وما الإضاءة التي ستجعل الصورة واضحة ومؤثرة على شاشة صغيرة؟ إذا كان الهدف تعاطفاً فاقترب من الوجه. وإذا كان الهدف شرحاً فاقترب من التفاصيل. وإذا كان الهدف إقناعاً فاختر زاوية محايدة وإضاءة واضحة. أما إذا كان الهدف إلهاماً فاختر صورة مشرقة وحركة حيوية. بهذه الطريقة تتحول اللقطات والزوايا والإضاءة من عناصر تقنية إلى أدوات سردية فعالة تناسب سرعة وتأثير المنصات الرقمية.

أمثلة خاصة بتصوير الريلز والستوري والفيديو العمودي

عند التصوير لمنصات مثل الريلز والستوري والفيديو العمودي، لا يكفي فقط تحويل الكاميرا إلى الوضع الرأسي، بل يجب إعادة التفكير في بناء الكادر نفسه. فالشاشة العمودية تفضل الوجوه، التفاصيل، والحركة القريبة، بينما تقل فيها فاعلية اللقطات الأفقية الواسعة إلا إذا أُعيد تنظيم العناصر داخل الإطار. ولهذا يجب أن تكون اللقطة الأولى سريعة وجذابة، وأن تُبنى بقية اللقطات على الإيقاع المختصر والوضوح البصري.

أولاً: مثال لتصوير الريلز

إذا كنت تصوّر ريلز عن صاحب مشروع صغير، فابدأ بلقطة قريبة جداً لليدين أثناء العمل أو للمنتج النهائي، لأن هذه اللقطة توقف التمرير بسرعة. بعد ذلك انتقل إلى لقطة متوسطة للشخصية وهي تعمل، ثم لقطة قريبة للوجه أثناء الحديث أو التفاعل، ثم لقطة حركة قصيرة أثناء الإنجاز أو التسليم. في هذا النوع من الفيديوهات، يفضل أن تكون اللقطات قصيرة جداً، من ثمانية إلى ثلاث ثوانٍ تقريباً، وأن يتغير الكادر باستمرار للحفاظ على الإيقاع.

أفضل الزوايا في الريلز هي الزوايا القريبة والمباشرة، مع إمكانية استخدام زاوية منخفضة قليلاً لإبراز المنتج أو الشخصية بطريقة أقوى. أما الإضاءة، فيفضل أن تكون مشرقة وواضحة، لأن الريلز يعتمد على الجاذبية الفورية. وإذا كان التصوير داخل مكان مغلق، فإن الضوء الأمامي الناعم أو ضوء النافذة يكون مناسباً جداً لأنه يمنح الوجه والمنتج حضوراً نظيفاً وواضحاً داخل الكادر العمودي.

ثانياً: مثال لتصوير الستوري

الستوري يختلف عن الريلز في أنه أكثر مباشرة وعفوية، وغالباً ما يمنح المشاهد إحساساً بأنه يرافق المصور أو الشخصية لحظة بلحظة. فإذا كنت تغطي حدثاً ميدانياً أو نشاطاً سريعاً، يمكنك البدء بلقطة أمامية قصيرة تشرح المكان، ثم الانتقال إلى لقطة متوسطة لما يحدث، ثم لقطة تفصيلية سريعة تبرز العنصر الأهم، مثل بطاقة تعريف، شاشة، منتج، أو تعبير وجه. في الستوري لا يحتاج المشاهد إلى بناء سردي طويل، بل إلى وضوح وسرعة وشعور بالمباشرة.

الزوايا الأنسب هنا هي مستوى العين أو الزاوية الذاتية المباشرة عندما تكون الشخصية تتحدث إلى الكاميرا. ويمكن استخدام حركة بسيطة باليد لتأكيد الإحساس الحي، لكن من دون اهتزاز مزعج. أما الإضاءة، فمن الأفضل أن تكون طبيعية بقدر الإمكان، لأن الستوري يعتمد كثيراً على الصدق والعفوية. وإذا كان الوجه مظلماً، فيكفي غالباً تغيير اتجاه الوقوف نحو الضوء بدلاً من تعقيد الإعدادات.

ثالثاً: مثال للفيديو العمودي التفسيري

إذا كنت تصوّر فيديو عمودياً يشرح معلومة اقتصادية أو خدمية، مثل ارتفاع الأسعار أو طريقة استخدام خدمة معينة، فمن الأفضل أن تبدأ بلقطة تفصيلية واضحة جداً للعنصر الأساسي: سعر، شاشة، جهاز، أو مستند. بعد ذلك أضف لقطة متوسطة لشخص يشرح أو يتفاعل مع العنصر، ثم لقطة علوية خفيفة إذا احتجت إلى ترتيب بصري أو قراءة أفضل للتفاصيل. في هذا النوع من الفيديوهات، يكون الهدف أن يرى المشاهد المعلومة بوضوح قبل أن يسمع شرحها.

الزاوية المحايدة أو العلوية الخفيفة هي الأكثر فاعلية هنا، لأنها تساعد على ترتيب العناصر داخل الشاشة العمودية وتجعل القراءة أسهل. أما الإضاءة، فيجب أن تكون متجانسة وخالية من الظلال القوية، لأن الفيديو العمودي التفسيري يعتمد على وضوح التفاصيل أكثر من اعتماده على الجو الدرامي. وكلما كانت التفاصيل مقروءة بسرعة، زادت فاعلية الفيديو على الهاتف.

نصائح عملية خاصة بالفيديو العمودي

- اجعل العنصر الأساسي في منتصف الكادر أو قريباً من الثلث العلوي حتى يبقى واضحاً مع عناصر الواجهة في المنصة.
- تجنب ازدحام الخلفية، لأن الكادر العمودي يركز النظر بسرعة على المركز.
- استخدم اللقطات القريبة والمتوسطة أكثر من اللقطات الواسعة.
- انتبه للمساحة فوق الرأس وتحت اليدين حتى لا يبدو الكادر ضيقاً أو مقطوعاً.
- اختبر اللقطة كما ستظهر على الهاتف، لا كما تبدو فقط على شاشة الكاميرا.

نماذج Shot List قصيرة للريلز والستوري والفيديو العمودي

تساعد النماذج القصيرة التالية على تنظيم التصوير بسرعة قبل النزول إلى الميدان أو أثناء إعداد محتوى سريع للمنصات الاجتماعية. ويمكن تعديلها بحسب نوع الموضوع، لكنها تمنح المصور أو صانع المحتوى بنية واضحة للبداية، والانتقال، والخاتمة البصرية.

نموذج Shot List للريلز

رقم	الوصف	نوع اللقطة	المدة التقريبية
1	تفصيل جذاب يوقف التمرير، مثل اليدين أثناء العمل أو المنتج النهائي	لقطة قريبة جداً	ثانية 1-2
2	الشخصية أثناء العمل أو الحركة داخل المكان	لقطة متوسطة	ثانية 2
3	الوجه أو رد الفعل أو لحظة التعبير	لقطة قريبة	ثانية 1-2
4	أداة، منتج، شاشة، أو عنصر بصري يشرح الفكرة	لقطة تفصيلية	ثانية 1
5	النتيجة النهائية أو الحركة الأخيرة أو نظرة مباشرة للكاميرا	لقطة ختامية	ثانية 2

نموذج Shot List للمستوري

رقم	الوصف	نوع اللقطة	المدة التقريبية
1	تقديم سريع للمكان أو الحدث بصوت الشخصية أو المصور	لقطة أمامية مباشرة	ثوانٍ 2-3
2	ما يحدث في المكان أو النشاط الأساسي	لقطة متوسطة	ثانية 2
3	عنصر مهم مثل بطاقة، شاشة، منتج، أو تعبير وجه	لقطة تفصيلية	ثانية 1-2
4	حديث مباشر إلى الكاميرا أو تعليق سريع	لقطة ذاتية selfie أو تفاعلية	ثوانٍ 2-3
5	خاتمة بصرية سريعة أو انتقال إلى ستوري لاحق	لقطة ختامية	ثانية 1-2

نموذج Shot List للفيديو العمودي التفسيري

رقم	الوصف	نوع اللقطة	المدة التقريبية
1	العنصر الأساسي الذي يشرح الفكرة: سعر، جهاز، شاشة، أو مستند	لقطة تفصيلية واضحة	ثانية 2
2	شخص يشرح أو يستخدم العنصر أمام الكاميرا	لقطة متوسطة	ثوانٍ 3

3	ترتيب بصري للتفاصيل أو عرض العناصر من أعلى	لقطة علوية خفيفة	ثانية 2
4	إبراز تفصيل إضافي يدعم الفكرة أو يوضح جزءاً مهماً	لقطة قريبة	ثانية 1-2
5	خلاصة بصرية أو عودة إلى العنصر الأساسي بعد الشرح	لقطة ختامية	ثانية 2

جدول عملي مختصر

الهدف	الإضاءة الأنسب	الزاوية المفضلة	اللقطه الأولى	نوع الفيديو
جذب الانتباه	مشرقة وواضحة	قريبة أو منخفضة قليلاً	لقطة قريبة جداً جذابة	ريلز
نقل الإحساس	طبيعية وعفوية	مستوى العين	لقطة أمامية مباشرة	ستوري
شرح الفكرة بسرعة ووضوح	متجانسة وخالية من الظلال القوية	محايدة أو علوية خفيفة	لقطة تفصيلية واضحة	فيديو عمودي تفسيري

مخطط اللقطات (Shot List)

مثال لقصة إنسانية:

رقم	الغرض	اللقطه
1	تقديم البيئة	لقطة عامة للمنزل
2	التعريف بالشخصية	لقطة متوسطة للشخصية
3	إظهار المشاعر	لقطة قريبة للوجه
4	إضافة تفاصيل بصرية	لقطة تفصيلية لليدين
5	بناء التسلسل	لقطة تتبع أثناء الحركة

نصائح

- صور اللقطة العامة أولاً.
- احصل على لقطات بديلة (B-Roll).
- صور أكثر مما تعتقد أنك تحتاج.

المرحلة الرابعة: التخطيط التقني

قبل التصوير يجب الإجابة عن الأسئلة التالية:

الكاميرا

- الدقة المطلوبة ؟ مثلا 1080 X 1920 4K
- معدل الإطارات ؟ 25fps
- صيغة التسجيل ؟ Log – raw- 10-bit

الصوت : أجب على الأسئلة التالية

- ما نوع الميكروفون؟ Boom – hand held – mic
- ما هو عدد المسارات؟ 2 tracks مثلا
- كم عدد النسخ الاحتياطي المطلوبة؟ تسجيل على الكاميرا وجهاز تسجيل خارجي

الإضاءة :

- هل ستستخدم إضاءة طبيعية أم صناعية؟ استخدام ضوء الشمس أو الإضاءة الطبيعية في المكان أو استخدام اضاءة تليفزيونية
- هل تحتاج مولدات كهرباء في الموقع ؟
- هل توجد قيود في الموقع قد تعيق عملية التصوير ؟

المرحلة الخامسة: زيارة الموقع (Location Scout)

يجب زيارة الموقع مسبقاً إن أمكن وأثناء الزيارة عليك بالمهام التالية:

- دراسة الضوء الطبيعي.
- فحص الضوضاء.
- تحديد مواقع المقابلات.
- تحديد مصادر الكهرباء.

نصائح

- 📱 التقط صوراً للموقع بهاتفك.
- 📱 سجل فيديو قصيراً للموقع.
- 📱 تحقق من اتجاه الشمس .

المرحلة السادسة: التصوير

هنا تبدأ مرحلة جمع المادة الخام.

قاعدة التغطية البصرية

كل حدث يحتاج عادة إلى:

- 📱 لقطة عامة
- 📱 لقطة متوسطة
- 📱 لقطة قريبة
- 📱 لقطة تفصيلية

قاعدة ال 5 لقطات

عند تصوير أي نشاط ، حاول الحصول على لقطات متنوعة :

1. لقطة واسعة
2. لقطة متوسطة
3. لقطة قريبة
4. لقطة تفصيلية
5. لقطة إبداعية إضافية

هذه القاعدة توفر مادة كافية للمونتاج.

المرحلة السابعة: إدارة الملفات الرقمية

من أكثر مراحل الإنتاج أهمية في العصر الرقمي.

بعد التصوير مباشرة:

1. نسخ البطاقة الأولى.
2. إنشاء نسخة احتياطية.
3. التحقق من الملفات.
4. تنظيم المجلدات (الفولدرز)

نموذج تنظيم الملفات

يتم تنظيم ملفات المشروع حسب نوع المادة حسب ما هو موضح هنا:

Project Name	إسم المشروع
1. Footage	
2. Audio	
3. Graphics	
4. Files Project	
5. Exports	
6. Archive	

القاعدة الذهبية

3 نسخ من المادة ، نسختان على هارد ديسك ونسخة خارجية أو سحابية

المرحلة الثامنة: المونتاج

تبدأ عملية بناء القصة الحقيقية وتشمل:

1. تنظيم المادة
2. اختيار اللقطات
3. بناء التسلسل
4. تصميم الصوت
5. تصحيح الألوان

نصائح

- 🎨 لا تبدأ المونتاج قبل مشاهدة كل المادة.
- 🎨 ضع أفضل المشاهد في البداية.
- 🎨 لا تجعل الجمال البصري يطفئ على القصة.

المرحلة التاسعة: المراجعة وضبط الجودة

يجب مراجعة كل المواد والبيانات والحقوق والتأكد جودتها وصلاحياتها:

- الصوره
- الصوت
- الأسماء
- الترجمة
- الخرائط
- البيانات والإحصائيات
- الحقوق الفكرية

المرحلة العاشرة: النشر والأرشفة

في العصر الرقمي لا ينتهي العمل بعد البث. يجب القيام بالمهام التالية لكي يعد المشروع مغلقاً:

- أرشفة المواد الخام.
- حفظ المشروع النهائي.
- حفظ النصوص والوثائق.
- حفظ بيانات الحقوق.

خلاصة

التصوير الناجح لا يبدأ عند الضغط على زر التسجيل، بل يبدأ منذ لحظة التفكير في القصة. وكلما كان التخطيط أكثر دقة وتنظيماً، زادت جودة المادة المصورة وسهولة المونتاج وارتفعت فرص إنتاج قصة مؤثرة ومهنية. وفي العصر الرقمي أصبحت إدارة البيانات والملفات لا تقل أهمية عن مهارات التصوير والإضاءة نفسها، لأن أفضل اللقطات في العالم لا قيمة لها إذا فقدت أو أسيء تنظيمها.

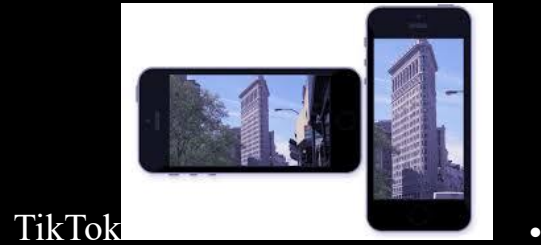
كيفية تصوير فيديو احترافي لمنصات التواصل الاجتماعي

الدليل التقني الكامل

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي مثل Instagram و TikTok و YouTube Shorts و Facebook Reels تعتمد بشكل أساسي على نسبة أبعاد الفيديو Aspect Ratio العمودي والقصير، لذلك تختلف متطلبات التصوير لها عن التلفزيون أو السينما التقليدية. فيما يلي أهم المواصفات التقنية والإرشادات العملية.

أولاً: اختيار أبعاد الفيديو (Aspect Ratio)

1. الفيديو العمودي (الأكثر شيوعاً) 9:16 وهذا يصلح للاستخدام في:



Instagram Reels

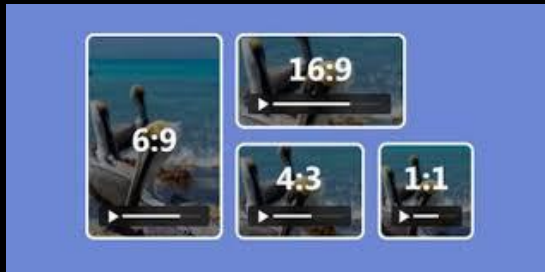
YouTube Shorts

Snapchat

الدقة الموصى بها:

• 1080 × 1920 بكسل (Full HD) أو المعروف بـ 2K

طبعاً يفضل تصوير الفيديو عمودياً منذ البداية بدلاً من قصه لاحقاً لأن القص قد يفقد الصورة بعض محتوياتها.



2. الفيديو المربع وهو المعروف بقياس 1:1

• بعض منشورات Facebook - Instagram Feed

الدقة:

• 1080 × 1080 أو المعروف بـ 2K – full HD



3. الفيديو الأفقي 16:9 وهو قياس الفيديو التقليدي الآن ويستخدم في التلفزيون إضافة إلى :

- YouTube التقليدي
- Facebook Video
- LinkedIn

الدقة Resolution :

1920 × 1080 أو المعروف بـ 2K full HD

ثانياً: إعدادات الكاميرا

قبل بدء عملية التصوير عليك أن تحدد المنصة التي ستبث عليها المادة المصورة ، لأن هذا سيحدد إعدادات الكاميرا . هذه الإعدادات تتعلق ب:

الدقة Resolution

يفضل التصوير بمواصفات:

Full HD 1080×1920 أو 3840×2160 K

يفضل تصوير 4 K حتى لو كان النشر النهائي 2K Full HD لأن ذلك يمنح:

- صورة أكثر حدة ونقاء يمكن تكبيرها بدون خسران
- إمكانية القص وإعادة التأطير
- مرونة في المونتاج

معدل الإطارات (الكوادر) **Frame Rate** وهذه تحدد كيف ستتم مشاهدة الفيديو بطرق مختلفة وله علاقة بأنظمة البث في مناطق مختلفة من العالم أو النشر بطريقة الفيلم السينمائي:

24fps

- مظهر سينمائي
- قصص إنسانية
- مقابلات

25fps شائع في الدول التي تعمل بنظام PAL ومنها الدول العربية

30fps الأكثر استخداماً لمنصات التواصل وهو النظام المستخدم للبث التلفزيوني في أمريكا واليابان

50fps أو 60 fps ويستخدم في الفيديوهات السريعة لأن كثرة عدد الإطارات يعطي الصورة استقراراً أكثر عند الحركة. ويستخدم أيضاً في تصوير الأحداث الرياضية وسباق السيارات وغيرها الحركة السريعة وإمكانية التصوير البطيء Slow Motion .

ثالثاً: إعدادات الغالق Shutter Speed

يلعب الغالق Shutter دوراً هاماً في التصوير وخاصة في تصوير المواضيع المتحركة. لذا فإن الإعداد الصحيح سيؤدي إلى نتائج مرضية.

القاعدة:

سرعة الغالق = ضعف معدل الإطارات

Frame Rate	Shutter Speed
25fps	1/50
30fps	1/60
50fps	1/100
60fps	1/120

هذه القاعدة تمنح حركة طبيعية ومريحة للمشاهد.

رابعاً: العدسات المناسبة

1. العدسة الواسعة 24mm – 35mm Wide

مناسبة لـ:

- اللقطات التأسيسية - التقارير الميدانية - إظهار البيئة المحيطة

2. العدسة القياسية 35mm – 50mm

مناسبة لـ:

- التقديم أمام الكاميرا
- المقابلات القصيرة
- محتوى السوشيال ميديا اليومي

3. العدسة المقربة 85mm – 135mm وهي مناسبة لتصوير:

- المقابلات الاحترافية
- عزل الخلفية
- المحتوى الإنساني

خامساً: أنواع اللقطات الأساسية

1. اللقطة الواسعة Wide Shot وتستخدم في بداية الفيديو لإظهار المكان مثل :

- شارع
- سوق
- مطعم
- موقع حدث

2. اللقطة المتوسطة Medium Shot الأكثر استخداماً في السوشيال ميديا.

تظهر الشخص من الخصر أو الصدر للأعلى وهي مثالية:

- للمقابلات
- للتقديم
- للشرح

3. اللقطة القريبة Close-Up وهي تركز على:

- الوجه
- اليدين
- المنتج
- التفاصيل المهمة

وهي من أهم اللقطات لزيادة التفاعل على الهاتف.

سادساً: زوايا الكاميرا

زاوية مستوى العين Eye Level وهي الزاوية الأكثر استخداماً لأنها تعطي إحساساً:

- بالمصادقية
- بالحيادية
- بالقرب من المشاهد

الزاوية المنخفضة Low Angle وتستخدم لإضفاء القوة لأنها تجعل الشخصية:

- أقوى
- أكثر تأثيراً
- أكثر حضوراً

الزاوية المرتفعة High Angle على عكس الزاوية المنخفضة في تعطي إحساساً:

- بالضعف
- بالهشاشة
- بإظهار المشهد العام

سابعاً: الإضاءة

الإضاءة الطبيعية وتعتبر أفضل خيار لمنصات التواصل لكن يفضل :

- التصوير قرب النوافذ
- التصوير أثناء غروب الشمس والمعروفة بالساعة الذهبية Golden Hour

الضوء الناعم Soft Light

مناسب لـ:

- المقابلات
- القصص الإنسانية
- المحتوى التعليمي

الضوء الخلفي Back Light وهو يضيف:

- عمقاً
- فصلاً بين الشخص والخلفية

قاعدة الأثلث (Rule of Thirds)



قسّم الإطار إلى أجزاء
متساوية بخطين أفقيين
وخطين عموديين.
ضع العناصر المهمة على
خطوط الأثلث أو عند نقاط
التقاطع للحصول على
تكوين متوازن وجذاب.

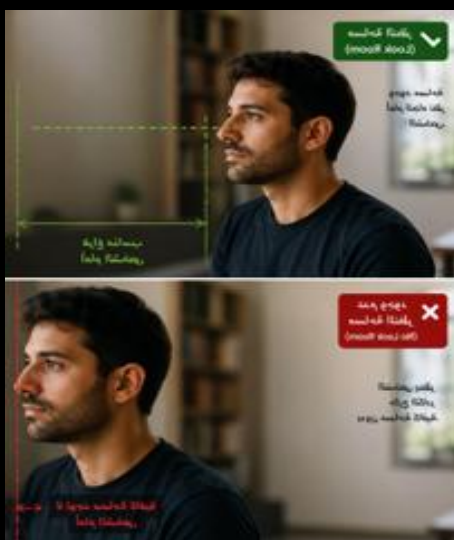
مثال توضيحي



● نقاط التقاطع
— خطوط الأثلث

ثامناً: التكوين البصري

قاعدة الأثلث Rule of Thirds وهذا يعني بأن تضع
الشخص على أحد خطوط الأثلث بدلاً من المنتصف
دائماً.



مساحة النظر Look Room or Nose Room وهو أن تترك
فراغاً أمام اتجاه نظر الشخص.



مساحة فوق الرأس Head Room وهو يعني تجنب:

✂ قطع الرأس

✂ وجود فراغ كبير فوق الرأس

تاسعاً: حركة الكاميرا

الحركة اليدوية Handheld وهي مناسبة:

✂ للأخبار

✂ للتقارير السريعة

✂ للأحداث المباشرة

لكن يجب أن تكون مستقرة بدون اهتزازات مزعجة.

الجيمبال Gimbal واستخدامه يعتبر مثالي لـ:

✂ المشي

✂ الجولات

✂ التقارير الميدانية

الحركة البطيئة Slow Motion ويتم تصويره ب 50fps أو 60fps اي عدد مرتفع من الإطارات أو الكوادر وتستخدم في:

اللقطات الجمالية 🇸🇦

المشاهد الإنسانية 🇸🇦

إبراز التفاصيل 🇸🇦

عاشراً: الصوت

الصوت أهم من الصورة في كثير من الأحيان.

استخدم الميكروفون المناسب للمكان المناسب لكي تحصل على نتيجة مرضية.

1. ميكروفون Lavalier Microphone وهو عبارة عن ميكروفون لاقط صغير

مفيد جدا في الحركة ولإجراء للمقابلات والتقديم.

2. Shotgun Microphone وهو ميكروفون اتجاهي، وهذا يعني أنه يلقي الأصوات الجانبية للحد

من التشويش. ويستخدم كثيرا للتقارير الميدانية.

ملاحظة : طبعاً هناك الكثير من الميكروفونات بمواصفات واستخدامات مختلفة يمكنك البحث عنها إن شعرت أنك بحاجة لمزيد من المعرفة.

مستويات الصوت

يفضل أن تكون الذروة: 12 dB- إلى -6dB لتجنب التشويه.

الحادي عشر: مواصفات التصدير النهائية Video Export

Reels / TikTok / Shorts

Resolution: 1080 × 1920 🇸🇦

Aspect Ratio: 9:16 🇸🇦

Codec: H.264 🇸🇦

Container: MP4 🇸🇦

Frame Rate: 25 أو fps30 🇸🇦

Bitrate: 10–20 Mbps 🇸🇦

ملاحظة : يجب معرفة أنه كلما زادت دقة الفيديو وجودته زاد حجمه وأصبحت عملية المونتاج والتحميل والتنزيل أكثر صعوبة.

نصائح احترافية خاصة بالمشاهدة على الهاتف

- استخدم لقطات قريبة أكثر من المعتاد. لأن اللقطات البعيدة تجعل من الصعب رؤية الأشياء بوضوح وذلك لصغر الوسط (الهاتف).
- اجعل النصوص كبيرة وواضحة.
- ضع العنصر الرئيسي في وسط الشاشة.
- ابدأ الفيديو بلقطة قوية خلال أول 3 ثوان.
- استخدم الإضاءة الطبيعية قدر الإمكان.
- لا تطل مدة اللقطات، يفضل تغيير الكادر كل 3–5 ثوان.

في موقع التصوير صور لقطات متنوعة لأنها ستكون مفيدة لاحقاً:

واسعة wide 🇸🇦

متوسطة Medium 🇸🇦

قريبة وقريبة جداً close up and Extreme close up 🇸🇦

تفاصيل inserts 🇸🇦

تنوع اللقطات يعطي المونتاج حيوية وسرعة مناسبة لمشاهدي منصات التواصل الاجتماعي.