



صانع المحتوى بين الفن والتحرير  
أ.م. د. أقبال كاظم عيسى المؤمن  
كلية أصول الدين الجامعة - قسم الاعلام

### المستخلص

صناع المحتوى: هم جزء لا يتجزأ من منتجي الأفكار، والصياغات الأدبية، والفنية، والإعلامية الحية، ويحتلون موقعا متقدما في حركة المجتمعات البشري الفكرية، في كافة حقول المعرفة. فعصر التقنيات الإلكترونية المتطورة أضاف لنا أنماطا جديدة في التفكير، وأساليب العرض المتطورة، في تمثيل الواقع و التعبير عنه بطرق فنية و أدبية و إعلامية معتمدة على التقنيات الرقمية الذكية و لصناعة المحتوى قوة مؤثرة في حياة الشعوب لذا نحن ملزمين (كإعلاميين ) ان نستوعب هذه التطورات لنقدم كل ما من شأنه ان يرتقي بالمجتمعات ويسهل المفاهيم الحياتية بطرق مبتكرة، فالإعلام الإلكتروني اصبح اليوم بمتناول الجميع بالإضافة إلى صناعة فنونه و قدرتها على التأثير ، لذا على الإعلاميين بمختلف وظائفهم و مهامهم ادراك هذه الحقيقية و بالخصوص صانعي المحتوى الرقمي (الإعلامي الإلكتروني). فصانع المحتوى الإعلامي و الفني و الثقافي هو ذلك الشخص الذي يمتلك القدرة و المهارة على شد المتلقي و اغلب المتابعين مهما كانت ثقافتهم او مستواهم العلمي و الفني، وله القدرة على إن يبقينهم متابعين له بالصيغ الإلكترونية الحديثة، وناشرين لمحتواه بين جمهورهم الخاص و العام بالإضافة إلى شعورهم الأكيد بأهمية ما ينشر من مواد ثقافية أو فنية، لذا على صناعي المحتوى أن يجدوا أساليب و مناهج وتطبيقات و برامج إلكترونية حديثة و لغة أدبية و علمية بصيغ فنية عالية ليستطيعوا بها ألقاع متابعيهم. صناع المحتوى اليوم هم العنصر الرئيس لصناعة الإعلام الإلكتروني بمختلف تطبيقاته المتعددة كاليوتيوب والفيسبوك وتويتر والتكتك والمواقع الإلكترونية المختلفة الأخرى ومن هنا جاءت أهمية الدراسة في فهم دور صانع المحتوى وهل يحتاج إلى عناصر فنية وأساليب متقنة وعلوم متخصصة مثل فن التحرير والإخراج وكتابة السيناريو أو السكر بيت والمونتاج؟ وهل من الضروري أن يدخل عالم الفن والموسيقى والتصميم وغيرها من الفنون المرافقة لكل منتج فكري إلكتروني؟ وهل تأثرت كل هذه الفنون بالتطورات الإلكترونية الحديثة بحيث أصبحت سهلة الفهم والتطبيق؟ وهل بالإمكان أن يصبح أي شخص له اهتمامات بما ذكرناه من علوم تطبيقية او فنية أن يصبح صانع محتوى إلكتروني؟ وكيف؟

ومن هنا تكمن مشكلة البحث وتساؤلاته في الوقوف عند أهمية صانع المحتوى بالإعلام الإلكتروني. وهل بالإمكان إن يحل صانع المحتوى محل المحرر والمخرج والمونتير في الإعلام وبمختلف وسائله؟ هل فعلا لصانع المحتوى تأثير على المتلقي؟ ولماذا؟

هل يمكن لصناع المحتوى الاستغناء عن الدراسة الأكاديمية؟ وماهي البدائل لذلك؟ ما هي التكنولوجيا التي يفضلها صناع المحتوى ولا سيما في مجال الصحافة الإلكترونية؟ هل نعتبر صانع المحتوى بديل لكثير من المصطلحات والمفاهيم الإعلامية كالمحرر والمونتير والمخرج وغيرها من المفاهيم المرافقة لفن التحرير. لماذا يؤثر صانع المحتوى في الإعلام الإلكتروني في قطاع واسع من الجماهير ولا سيما الشباب. لماذا صانع المحتوى كمفهوم أصبح متداول أكثر من بقية المفاهيم الإعلامية؟ وما علاقته بالبرامج المرافقة للتقنيات الإلكترونية والاتصالية الحديثة؟

ماهي العلاقة بين الفنون الصحفية والفنية وصناع المحتوى؟ هل أتقان البرمجيات الحديثة وتطبيقات الأجهزة الذكية تغنيانا عن الدراسة الأكاديمية للإعلام؟ هل التطبيقات والخدمات والبرامج التي وفرتها ثورة تكنولوجيا المعلومات وحرية النشر في الصحافة الإلكترونية جعلت العمل في الإعلام أكثر مرونة ووضوح وسهولة للكثير ولا سيما صناع المحتوى؟ وهل بالإمكان اعتبار هذا المصطلح آلا وهو صانع المحتوى من مفاهيم اللغة الإعلامية الجديدة؟ سنحيب عن كل هذه التساؤلات في متن البحث وضمن الإطار المنهجي للبحث

**كلمات مفتاحية:** صناع المحتوى، الإعلام الرقمي، التحرير الإلكتروني، تكنولوجيا المعلومات، صانع المحتوى



## Content Maker Between Art And Editing

Dr. Iqbal Kazem Issa Al-Mumen

University College of Fundamentals of Religion - Department of Mass  
Communication

### Abstract

Content creators: They are an integral part of the producers of ideas, literary, artistic, and live media formulations, and they occupy an advanced position in the movement of intellectual human societies, in all fields of knowledge. The era of advanced electronic technologies added to us new patterns of thinking, and advanced methods of display, in representing reality and expressing it in artistic, literary and media ways based on smart digital technologies. Developments to present everything that would elevate societies and facilitate life concepts in innovative ways. Today, electronic media has become accessible to everyone, in addition to making art and its ability to influence. Therefore, media professionals in their various jobs and tasks must realize this reality, especially digital content makers (electronic media). The creator of the media, artistic and cultural content is that person who possesses the ability and skill to attract the recipient and most of the followers, whatever their culture or scientific and artistic level, and has the ability to keep them following him in modern electronic formats, and publishers of his content among their private and public audiences in addition to Their sure feeling of the importance of the cultural or artistic material that is published, so the content makers must find methods, approaches, applications, modern electronic programs, and a literary and scientific language. In high artistic formats, so that they can benefit their followers. . Today, content makers are the main component of the electronic media industry with its various applications such as YouTube, Facebook, Twitter, TikTok, and various other websites. Hence, the importance of the study in understanding the role of the content maker, and does it need technical elements, elaborate methods, and specialized sciences such as the art of editing, directing, script writing, sugar screed, and montage? Is it necessary to enter the world of art, music, design and other arts that accompany every electronic intellectual product? Have all these arts been affected by modern electronic developments, making them easy to understand and apply? Is it possible for anyone who has interests in the applied or technical sciences we have mentioned to become an electronic content creator? And how? Hence, the research problem and its questions lie in standing on the importance of the content creator in the electronic media. Is it possible for the content creator to replace the editor, director, and editor in the media and in various ways? Does the content creator really have an impact on the recipients? And why? Can content makers dispense with academic study? What are the alternatives to that? What technology do content makers prefer, especially in the field of electronic journalism? Do we consider the

content creator as an alternative to many media terms and concepts, such as editor, editor, director, and other concepts associated with the art of editing? Why does the content creator influence electronic media on a wide range of audiences, especially young people? Why is the content maker as a concept more popular than other media concepts? What is its relationship to the accompanying programs of modern electronic and communication technologies? What is the relationship between journalistic and artistic arts and content makers? Does mastering modern software and smart device applications dispense us with the academic study of media? Have the applications, services and programs provided by the information technology revolution and the freedom of publishing in the electronic press made work in the media more flexible, clear and easy for many, especially content makers? Is it possible to consider this term as the creator of the content of the concepts of the new media language? We will answer all these questions in the body of the research and within the methodological framework of the research

**Keywords:** content makers, digital media, electronic editing, information technology, content creator

#### المقدمة

صناع المحتوى: هم جزء لا يتجزأ من منتجي الأفكار، والصياغات الأدبية، والفنية، والإعلامية الحية، ويحتلون موقعا متقدما في حركة المجتمعات البشري الفكرية، في كافة حقول المعرفة. فعصر التقنيات الالكترونية المتطورة أضاف لنا انماطا جديدة في التفكير، و أساليب العرض المتطورة، في تمثيل الواقع ، و التعبير عنه بطرق فنية و أدبية و إعلامية معتمدة على التقنيات الرقمية الذكية و لصناعة المحتوى قوة مؤثرة في حياة الشعوب لذا نحن ملزمين (كإعلاميين ) ان نستوعب هذه التطورات لنقدم كل ما من شأنه ان يرتقي بالمجتمعات ويسهل المفاهيم الحياتية بطرق مبتكرة ، فالإعلام الالكتروني اصبح اليوم بمتناول الجميع بالإضافة الى صناعة فنونة و قدرتها على التأثير ، لذا على الاعلاميين بمختلف وظائفهم و مهامهم ادراك هذه الحقيقية و بالخصوص صانعي المحتوى الرقمي (الإعلامي الالكتروني ) من فيديوهات وتقارير صحفية و الالكترونية بمساعدة الفنون الصحفية و الاعلامية الأخرى المتعارف عليها و أساليبها و وسائلها التقنية الحديثة المتنوعة و التي أصبحت بمتناول الجميع و بمختلف الأعمار و الثقافات و التي لا تقتصر على الإعلامي وحده بل شملت كافة ميادين العلوم النظرية و التطبيقية و الإنسانية بان يفكروا بالسبل الحديثة المرافقة لهذه التطورات بعرض منتجاتهم الفكرية لكسب الجمهور المثقف و العادي و كيفية التأثير به فالمتلقي اليوم لكل وسائل الاعلام و على رأسها متابعين شبكة الانترنت و وسائلها و تطبيقاتها و برامجها المتطورة لم يعد ذلك الانسان المتلقي السلبي الذي يجد متعة بقراءة ما سهل فهمه لا بالعكس أصبح له مزاج وتوجه واضح لما يريد وذلك لسهولة البحث ووفرت المواد الإعلامية و الثقافية و الفنية المتاحة و بمختلف الصيغ و الوسائل الحديثة و الرقمية عكس ما كان عليه القارئ الورقي فصانع المحتوى الإعلامي و الفني و الثقافي هو ذلك الشخص الذي يمتلك القدرة و المهارة على شد المتلقي و اغلب المتابعين مهما كانت ثقافتهم او مستواهم العلمي و الفني وله القدرة ان يبيقيهم متابعين له بالصيغ الالكترونية الحديثة وناشرين لمحتواه بين جمهورهم الخاص و العام بالإضافة الى شعورهم الأكيد بأهمية ما ينشر من مواد ثقافية او فنية لذا على صناعي المحتوى ان يجدوا أساليب و مناهج وتطبيقات و برامج الالكترونية حديثة و لغة أدبية و علمية بصيغ فنية عالية ليستطيعوا بها اقناع متابعيهم . .

صناع المحتوى اليوم هم العنصر الرئيسي لصناعة الاعلام الالكتروني بمختلف تطبيقاته المتعددة كاليوتيوب والفيسبوك وتويتر والتكتك والمواقع الالكترونية المختلفة الأخرى ومن هنا جاءت أهمية الدراسة في فهم دور صانع المحتوى وهل يحتاج الى عناصر فنية واساليب متقنه وعلوم متخصصة مثل فن التحرير والإخراج وكتابة السيناريو او السكريبت والمونتاج؟ وهل من الضروري ان يدخل عالم الفن والموسيقي والتصميم وغيرها من الفنون المرافقة لكل منتج فكري الكتروني؟ وهل تأثرت كل هذه الفنون بالتطورات الالكترونية الحديثة بحيث أصبحت سهلة الفهم والتطبيق؟ وهل بالإمكان ان يصبح أي شخص له اهتمامات بما ذكرناه من علوم تطبيقية او فنية ان يصبح صانع محتوى الكتروني؟ وكيف؟

### فكرة البحث

أن أي شخص يتابع الاعلام الالكتروني بمختلف وسائله وفنونه ومواقع يلاحظ وبشكل غير مسبوق كثرة صانعي المحتوى وخاصة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. فصانع المحتوى اصبح مصطلح يتداوله الجميع من اعلاميين ومتابعين و وسائل اعلام و مفكرين و اصبح أي شخص بإمكانه صناعة محتوى كل حسب ثقافته ومهارته وقدرته في اتقان التطبيقات الالكترونية المتوفرة بشكل كبير و بمساعدة التطبيقات و البرامج الالكترونية المتاحة في أي محمول ،أي في كافة الهواتف الذكية أصبحت صناعة الأفكار بوسائنها المختلفة متاحة للجميع كتابة و تحرير و اخراجا ونشرا و ما الى ذلك ،علما ان كل ما ذكرته هي علوم يجب ان تدرس و مناهج تتبع ،و لكن الملاحظ ان جزء كبيرا من صناع المحتوى ابدعوا بمنتجاتهم بغض النظر عن الدراسة ، الأمر الذي دفع الباحثة أن تقف عند هذا التطور الهائل بشكل ملفت للإنتظار في صناعة المحتوى للكثير من المتخصصين و مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف تخصصاتهم لمعرفة من هم صناع المحتوى ؟ وماهي مواصفاتهم وثقافتهم ومستوى تعليمهم؟ وماهي التقنيات والبرامج الالكترونية التي جعلت منهم صانعي محتوى يشار لهم بالبنان، لهم جمهور ومتابعين من كل بقاع الأرض بالرغم من عدم دراستهم الأكاديمية لا للإعلام ولا لوسائله ولا لفنونه؟ وهل يعتبر الاعلام الالكتروني وتطبيقاته المتاحة هو الذي غير المفاهيم المتعارف عليها في مجال الاعلام؟ وكيف؟

### أهمية البحث

تأتي أهمية البحث من كونه أولا: يؤسس لمعنى ومفهوم صانع المحتوى الأكاديمي ومهاراته في استعمال التطبيقات الالكترونية المصاحبة للهواتف الذكية عبر الاعلام الالكتروني المستعين بالتطورات التكنولوجية والبرامج الالكترونية السريعة والتطبيقات المتميزة بسهولة الاستعمال والمتاحة للجميع. ثانيا: الوقوف عند مفهوم صناع المحتوى الإعلامي والفني ودورهم في ردف الفنون الإعلامية والياتها التي أصبحت بمتناول أي شخص يحمل هاتف محمول ويستخدم المواقع الالكترونية الافتراضية المتعددة. ثالثا: الوقوف عند عناصر انتاج المحتوى وسمات صناع المحتوى وهل يؤثر التعليم الأكاديمي على صناعتهم وخاصة فن التحرير وفنونه المتعددة ونظرياتهم؟ وهل هناك دور للمؤسسات الإعلامية العالمية وشبكات الاتصال وماكينات البحث بذلك.

### مشكلة البحث وتساؤلاته

تكمن مشكلة البحث في الوقوف عند أهمية صانع المحتوى بالإعلام الالكتروني.

### تساؤلات البحث

تكمن تساؤلات البحث في:

- ✓ هل بالإمكان ان يحل صانع المحتوى محل المحرر والمخرج والمونتير في الاعلام وبمختلف وسائله؟
- ✓ هل فعلا لصانع المحتوى تأثير على المتلقين؟ ولماذا؟
- ✓ هل يمكن لصناع المحتوى الاستغناء عن الدراسة الأكاديمية؟ وماهي البدائل لذلك؟
- ✓ ما هي التكنولوجيا التي يفضلها صناع المحتوى وخاصة في مجال الصحافة الالكترونية؟
- ✓ هل نعتبر صانع المحتوى بديل لكثير من المصطلحات والمفاهيم الإعلامية كالمحرر والمونتير والمخرج وغيرها من المفاهيم المرافقة لفن التحرير.

- ✓ لماذا يؤثر صانع المحتوى في الاعلام الالكتروني في قطاع واسع من الجماهير وخاصة الشباب.
  - ✓ لماذا صانع المحتوى كمفهوم أصبح متداول أكثر من بقية المفاهيم الإعلامية؟ وما علاقته بالبرامج المرافقة للتقنيات الالكترونية والاتصالية الحديثة؟
  - ✓ ماهي العلاقة بين الفنون الصحفية والفنية وصناع المحتوى؟
  - ✓ هل اتقان البرمجيات الحديثة وتطبيقات الأجهزة الذكية تغنيها عن الدراسة الاكاديمية للإعلام؟
  - ✓ هل التطبيقات والخدمات والبرامج التي وفرتها ثورة تكنولوجيا المعلومات وحرية النشر في الصحافة الإلكترونية جعلت العمل في الاعلام أكثر مرونة ووضوح وسهولة للكثير وخاصة صناع المحتوى؟
  - ✓ هل بالإمكان اعتبار هذا المصطلح الا وهو صانع المحتوى من مفاهيم اللغة الإعلامية الجديدة؟
- سنجيب عن كل هذه التساؤلات في متن البحث وضمن الإطار المنهجي للبحث

### هدف البحث

ان البحث يسعى:

- لمعرفة أهمية الوسائل التكنولوجية الحديثة القائمة على تقنيات وبرمجيات متطورة ساعدت في عملية صناعة المحتوى وتحويل قطاع عريض الى وجوه إعلامية معروفة ومن مختلف الاعمار والخلفيات الثقافية.
- الوقوف عند دور صناع المحتوى في مجالات كثيرة مثل التعلم والتعليم والتربية والارشادات الطبية والرياضة والدين والادب والفنون والديكور والحالات النفسية والالتكيت وما الى ذلك.
- معرفة تأثير صناع المحتوى بالرأي العام أكثر من بعض رجالات الثقافة والعلوم والسياسة.
- التعرف على الفيديوهات التي تبث في الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبح انتاجها أكثر سهولة واتقاناً من حيث تحرير محتوياتها بأساليب حديثة متقنة متوفرة في كل جهاز الكتروني محمول (الهواتف الذكية) ومن حيث كثرة انتاجها وكثرة وسائل نشرها.

### الدراسات السابقة:

لا يخفى على الكثيرين من رجالات الاعلام، و المهتمين بهذا القطاع، من ان قطاع تكنولوجيا الاتصال والاعلام والفن والتقنيات الحديثة والبرمجيات المتطورة و التطبيقات المصاحبة لأدوات الصحفي الالكتروني في كل المسارات الإعلامية من التحرير الى النشر في صناعة المحتوى الفكري والفني يعد من اسرع القطاعات تطوراً لا بل و يزداد تطوره يوماً بعد يوم و بسرعة من الصعب مجاراتها عن غيرها من القطاعات الأخرى وخاصة بعد ان صاحبها انتشار واسع لشبكة الانترنت وسيطرت الشبكة العنكبوتية على مصدر المعلومات من خلال نظام الفضاء المفتوح وهذا ما كان حافزاً للعديد من المهتمين في مجال الاتصال و الاعلام و الدعاية و الحرب النفسية و قياسات الرأي العام و التأثير به ان يناولوا أثر تكنولوجيا الاتصال على الإعلام بصفة عامة وفن التحرير بصفة خاصة الا ان مصطلح صانع المحتوى كمفهوم حديث لم يتناوله احد كمحرر اعلامي و لم اعثر على دراسات سابقة في هذا الخصوص وتعد هذه الدراسة الأولى من نوعها

علما انني لاحظت في اغلب الدراسات الموجودة انها اهتمت بتكنولوجيا الاتصال واثارها على الإنتاج وعلى كيفية تطور فنون الكتابة الصحفية والفنون الأخرى، وكذلك تطوير تقنيات المونتاج من خلال البرامج التطبيقية في الأجهزة الذكية والمحمولة، ولكن كل منهم كفن قائم بذاته له اصوله ونظرياته ولا يرتبط ولا يؤثر على الآخر، إلا أن بدراستنا هذه سنقف من خلالها على مفهوم صانع المحتوى ومدى تأثير التطور التكنولوجي بكل سبله ووسائله ووسائطه عليه؟ وهل ستتغير مفاهيم اعلامية استنادا إلى هذا التطور؟ وكيف؟ وهل بإمكان اي شخص متمكن من استعمال هذه التقنيات الحديثة ان يصبح صانع محتوى ناجح؟ له القدرة على التأثير في الراي العام؟ وكيف؟

وبمعنى ادق ان دراستنا هذه تتميز من كونها تبحث في أحدث المفاهيم الإعلامية التي تأثرت بالتقنيات والبرامج الالكترونية المتطورة من جهة، وبالعلاقة هذه التقنيات في ظهور وتميز صناع المحتوى في اغلب

المواقع الالكترونية وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي؟ علما ان صانع المحتوى تفنن في فن التحرير الإلكتروني والإخراج والمونتاج وفنون أخرى مرافقة وكسب الرأي العام حسب ما نرى بالإحصاءات المرافقة للنشر،

ثم ان دراستنا هذه تقف عند الاستفادة المتبادلة بين ما يملكه صناع المحتوى من قدرات ومهارات، وما تملكه البرامج المتعددة لهذه التقنية الحديثة من وظائف متعددة قابلة للاستخدامات، ومع مهارة وخبرة المتلقي في هذه التقنيات التي بين يديه، لذا إتقان وتأثر الجميع بهذه التقنيات جعلت صناع المحتوى مبدعون على كل المستويات الإعلامية والفنية والعلمية. ويمكننا القول بأن هذه الدراسة جاءت في ظل الانتشار الواسع لصناع المحتوى على اغلب المواقع الالكترونية ومن الأكاديميين والمتابعين والبعيدون عن الاعلام أحيانا.

### الإطار المنهجي للبحث

إن هذه الدراسة تعتمد الاسلوب التحليلي النقدي والتي تسعى من خلاله الى رصد وتوصيف طبيعة تقنيات صناعة المحتوى ومجالات استخدامها وأثرها على تحسين أداء عمل صانع المحتوى الإعلامي الشامل مستندة على منهج الدراسات التطويرية، والمنهج المقارن حيث يركز هذا المنهج على وصف التطور الرقمي والتكنولوجي الذي لحق بوسائل الاتصال ووسائل الإعلام والتي أدت بدورها الى تطوير مهارات الإعلامي في فنون التحرير و الكتابة و الإخراج و الالفاء و المونتاج من خلال البرامج والخدمات والدورات الالكترونية التي وفرتها التكنولوجيا الحديثة على المستوى الإعلامي والفني لرفع مهارة الإعلامي وكافة العاملين بهذا القطاع والمتابعين له من مختلف الفئات والاعمار و حقول المعرفة

### تقسيم البحث

يعتبر البحث دراسة من نوع جديد جدير بالاهتمام وهي الوقوف عند مفهوم صانع المحتوى الاعلامي الذي إثر في الكثير من العاملين في قطاع الاعلام والاتصال الإعلامي لأنه اختزل الكثير من المفاهيم في مصطلح واحد الا وهو صانع المحتوى.. وصانع المحتوى هو من يقدم لنا منتج فكري تتوفر به كافة شروط وعناصر الاعلام من هدف الكتابة والتحرير والمونتاج والإخراج والتصوير وما الى ذلك، إضافة الى المهارة العالية في التقسيم واستعمال تطبيقات التكنولوجيا العالية وبرامجها التي أصبحت من اهم أدوات الإعلامي والصحفي الإلكتروني..

يقع البحث في مقدمة وثلاث مباحث وخاتمة واستنتاجات حيث تتضمن المقدمة الإجراءات المنهجية للدراسة من أهمية ومشكلة البحث وتحديد الأهداف الرئيسية والثانوية ومنهجية البحث وما الى ذلك.

المبحث الأول: (المحتوى وصناعاته وسبل تطويرها) تناولنا فيه مفهوم المحتوى وصناعاته وسبل تطويرها. فصناعة المحتوى عملية عقلية معقدة تتطلب منه مقدرة ومهارة خاصة وتوليدا مستمر للأفكار والتصورات وكيفية صياغتها وتنظيمها بصورة مقنعة ومؤثرة بالمتلقين وخاصة بعد ما أصبحت التقنيات المرافقة لفن التحرير لا يمكن الاستغناء عنها باي حالا من الأحوال،

والمبحث الثاني: (صانع المحتوى مهاراته وقدراته) يتطرق الى مفهوم صانع المحتوى مهاراته وقدراته وكيفية اعتماده على التقنيات الحديثة والبرامج المرافقة لهاو من ثم كيفية اختياره لاهم وأكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا لتكون منصته في النشر الالكتروني مثل التكتك واليوتيوب والفيسبوك

وخصصنا المبحث الثالث: (فنون صناعة المحتوى) لفنون صناعة المحتوى ودور التحرير والمونتاج في صناعتها وبيننا العلاقة ما بين الفنيين ودور التكنولوجيا الحديثة في تطور أساليب التحرير والمونتاج وتنوع التطبيقات المرافقة لهذين الفنيين وبمنهج مقارن وضحنا ما لهذين الفنيين من أساليب وأهداف وسبل مشتركة تخدم الاعلام ووسائله المختلفة ومن خلال هذا المبحث أيضا وقفنا عند التطورات التكنولوجية التي ساعدت في تطوير المونتاج ومهارة المونتير في صناعة المحتوى



ومن ثم الخاتمة تضمنت النتائج العامة للدراسة والتوصيات وبعد ذلك قائمة المصادر والمراجع وبهذا نرى ان البحث يشمل خط فكري واحد حاولت الباحثة ان تجعل من صناع المحتوى والتطور التكنولوجي قاعدة للتطور في الاعمال الصحفية الالكترونية والفنية وخاصة في مجال التحرير الصحفي واساليبه وتحرير منتجة فيديوهات صناع المحتوى واساليبها وذلك بالاستفادة من التقنيات ومن حرية التعبير والمهارات الفنية وكيفية الربط بينهما لنصل الى الهدف المناط به من هذا البحث

## المبحث الأول

### المحتوى وصناعته وسبل تطويرها

#### المحتوى Content

يعرف مصطلح محتوى الويب حسب معجم المعاني الجامع - معجم عربي، هو كل محتوى مكتوب أو مرئي أو مسموع على أي موقع إلكتروني على الشبكة العنكبوتية يشمل كل من الصور والفيديوهات والنصوص والملفات الصوتية.

فالمحتوى إذا هو كل ما يتعلق بالإنتاج الفكري الإنساني من الحقائق والمعلومات التي تخزن في العقل البشري والوسائط الرقمية والورقية والتطبيقات البرمجية وغيرها من الإنتاج الإبداعي للفكر الإنساني.

#### أنواع المحتوى الالكتروني

يتم التعبير عن المحتوى الالكتروني بأكثر من وسيلة حيث يمكن التعبير عنه بأشكال مختلفة ومن أبرزها:

- مقاطع الفيديو (الانفوجرافك) بمختلف صيغها واحجامها فهي من أكثر أنواع المحتويات الرقمية الفعالة والانفوجرافيك عبارة عن تمثيلات مرئية للمعلومات والاحداث بهدف تبسيط المفاهيم المحددة ويفضل هذا المحتوى المرئي لأنه ينقل الكثير من المعلومات في مساحة ووقت محدود.

● الصور

● المدونات

● المقالات الالكترونية او الرقمية: وهي أكثر تنسيقات المحتوى استخداما لأنها تساعد في تحسين محركات البحث وتنشر الوعي بمختلف الميادين العلمية والإنسانية

● الكتب الالكترونية بصيغة PDF او HTML

● البودكاست: وهو شكل صوتي

#### عناصر المحتوى:

1. **موارد المحتوى:** وهي تشمل الموارد الخام التي تدخل في صناعة المحتوى وتتضمن ما يلي:

- ✓ كل ما هو منشور في الكتب والوثائق ومستودعات البيانات الورقية والرقمية وبنوك الصور والخرائط والرسوم والمخططات البيانية
- ✓ المواد الصوتية والفيلمية ومحتوى الوسائل الإعلامية والفنية ووسائطهما.
- ✓ تراث الشعوب ومخزونها الثقافي المكتوب والشفوي المخزون في ذاكرة افرادها ويجري تناقله عبر لغتها وطقوسها وعاداتها.

2. **المنتج من المحتوى الى صناعة المحتوى:** تشمل صناعة المحتوى ما يلي:

- ✓ النشر الورقي: ويشمل الصحف والمجلات والكتب والوثائق المختلفة وغيرها
- ✓ النشر الالكتروني: ويشمل بنوك الصور مواقع الكترونية موسوعات الكترونية خرائط مدونات الكترونية وغيرها
- ✓ الإنتاج الإعلامي والفني: ويشمل كافة مواد الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني والفني كالأفلام والأفلام القصيرة والأفلام الوثائقية والمسرحيات والبرامج الإعلامية المختلفة بكافة فنونه.
- ✓ البرمجيات والتطبيقات الالكترونية بكافة أنواعها

### مصادر انتاج المحتوى:

هناك عدة مصادر لإنتاج المحتوى نذكر منها:

- الإنتاج الشخصي: هو الذي يقوم به افراد بصورة شخصية وهو نوعان نوع له هدف ثقافي غير اقتصادي ولا يدخل تحت مفهوم صناعة المحتوى و نوع الثاني له هدف اقتصادي ويدخل ضمن مفهوم صناعة المحتوى.
- الإنتاج المؤسسي ويشمل كل المحتوى الذي تقوم المؤسسات والشركات بإنتاجه لأغراض اقتصادية وتحقيق الأرباح.
- الإنتاج المجتمعي: وهو يشمل كل ما ينتجه المجتمع من محتوى ومن ضمنها ما تنتجه الدولة والمؤسسات غير الربحية وانما لأهداف اجتماعية وثقافية.
- الإنتاج الالكتروني: ويشمل المحتوى الناتج عن عمليات المعالجة والتحليل الالي لنظم المعلومات

**صناعة المحتوى Creator Content:** هي عملية إعادة ترتيب المحتوى والمعلومات بقالب فني اعلامي حسب الوسيلة الإعلامية المختارة كأن تكون مرئية او مسموعة او مرئية مسموعة او ورقية او الكترونية كل حسب نوع المحتوى المتوفر عند صانع المحتوى مثل الصور والفيديوهات والأحاديث والمواضيع المكتوبة وما شابه ذلك

بالإضافة الى كتابة وتحرير وتصوير ومونتاج المحتوى لنشرة على مواقع التواصل الاجتماعي بصورة خاصة وصفحات الويب بصفة عامة

وصناعة المحتوى تعد من اساسيات الصحافة الالكترونية بكل وسائلها وتعد هذه العملية أيضا لأغراض التسويق الفكري الرقمي بكل ميادينه سياسية اجتماعية علمية فنية ويمكن أن تتضمن صناعة المحتوى كتابة مقالات المدونات، ونصوص لمقاطع الفيديوهات وملفات اليوتيوب كاست، بالإضافة إلى محتوى لمنصات محددة، مثل التغريدات على Twitter أو المنشورات النصية على Reddit. والتعليقات على الفيسبوك والفيديوهات على اليوتيوب ومنصات التكتك وغيرها

لذا تعد صناعة المحتوى مهمة لجميع أنواع وتنسيقات المحتويات الالكترونية الإعلامية المختلفة وهناك أنواع أخرى في صناعة المحتوى منها:

✓ محتوى لتحسين عمل محركات البحث

✓ محتوى تقني.

✓ محتوى الاتصالات والتسويق

✓ محتوى للمنشورات التحريرية

✓ محتوى التصميم التعليمي لتحسين جودة المواد التعليمية.

✓ محتوى البحوث والتقارير

✓ محتوى البيان الصحفي والإعلانات الارشادية والكتالوجات التعليمية وغيرها

### أساليب وقوالب صناعة المحتوى

تعد كافة الفنون الصحفية والإعلامية والفنية وأساليب صناعتها هي اغلبها المعتمدة في صياغة قوالب وأساليب صناعة المحتويات مثل:

1. سيناريوهات الفيديوهات للمنصات الالكترونية المختلفة كل حسب مواصفاته
2. أساليب تحرير الفنون الصحفية كالمقال والتحقيقات والصحف الاستقصائية والرسائل والتقارير الإخبارية والصحف الالكترونية والرسائل والخطابات.
3. أساليب تحرير منشورات التواصل الاجتماعي والتعليقات حولها
4. مقاطع الريلز (فيديوهات قصيرة جدا) ومقدمات الفيديوهات والملخصات الالكترونية وعناوين نشرها

5. أساليب وصف الفيديوهات في اليوتيوب او تلخيص محتوى الأفلام المميزة لنشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

6. كافة الفيديوهات والأفلام القصيرة

7. كافة الإعلانات الممولة الصورية والفيلمية

### صناعة المحتوى الرقمي (الالكتروني)

بعد التطورات التي طالت أساليب النشر لكل المنتجات الإعلامية وأصبح الاعتماد على النشر الإلكتروني بشكل واسع وتطورت معه فنون صناعة المحتوى وأصبحت تحتوي على العديد من الوظائف المتخصصة والرسائل الإعلامية الموجهة التي تؤدي كل منها دورًا معينًا في التأثير بالجمهور لصياغة رأي عام كل حسب الأهداف المناطة بهذه الفنون المرسله كان تكون سياسية تربوية تسويقية ترفيهية وما الى ذلك وصناعة المحتوى وسيلة تحقق غايات متعددة لمتلقين وسائل الاعلام وخاصة وسائل الاعلام الالكترونية، ومن هذه الغايات هي: المعرفة، المهارة، المشاركة، اثبات الوجود، التحرر من الاحتكار الإعلامي، تحقيق الحرية الفكرية وغيرها.

وصناعة المحتوى تعني عملية معالجة باستخدام أدوات متعددة وتطبيقات الكترونية لتحويل المدخلات المعلوماتية الى منتج فكري اخر مثل فليم قصير او أي محتوى رقمي اخر ولا يدخل بهذا المفهوم المحتوى الفردي او الإنساني الذي تم انتاجه بوسائل تقليدية ويخزن اما ورقيا بصورة تقليدية او في الذاكرة الإنسانية، لان صناعة المحتوى تتم بطريقة اقتصادية لها تكلفة وقيمة وان كان هدفها النهائي ليس الربح. وهناك فرق ما بين مفهوم انتاج المحتوى ومفهوم صناعة المحتوى، فمثلا اسطورة من اساطير الشعوب يتم تداولها عبر الحكايات في كتب التراث فهذا يعني مفهوم انتاج المحتوى اما إذا تم تحويلها الى فليم قصير او لعبة فيديو رقميه

فتدخل تحت مفهوم صناعة المحتوى.

ولهذا يعهد إنتاج المحتوى كمفهوم اشمل من مفهوم صناعة المحتوى التخصصي والذي يبنى على نموذج اقتصادي يقوم على دوافع العرض والطلب لمنتجات هذه الصناعة وبناء على هذه المحددات يمكن تعريف صناعة المحتوى بأنها عملية معالجة وتحويل لمخرجات الإنتاج الفكري الذي يقوم به صانع المحتوى.

### أسس صناعة المحتوى الالكتروني (الرقمي)

من الأسس التي تقع على عاتق صانع المحتوى (الإعلامي الالكتروني) في كتابة محتواه الالكتروني لابد ان يتبع الأسس التالية لتسهيل عمله وادارته بالطرق السلمية نذكر منها:

1- البحث الالكتروني عبر بوابات البحث التي توفرها منصات واليات البحث الالكتروني او الكتب والمصادر الأخرى وذلك للاطلاع على الأفكار المطروحة وكيفية توظيفها للمنتج الفكري

2- اختيار القالب التحريري المناسب والأسلوب الشيق والذي من خلاله تطرح الأفكار التي تؤثر بالأغلبية من المتابعين

3- اختيار العنوان المناسب والالتزام بوحدة الموضوع لان في الاعلام الالكتروني يعتبر العنوان عامل جذب أساسي للمتلقين ومن خلاله يمكن متابعة الموضوع او الابتعاد عنه

4- لنجاح أي فكرة لابد ان تحدد صياغتها بعوامل أساسية الا وهي الموضوع، والفكرة، والعرض. الذي يتضمن مقدمة وجسم المحتوى والخاتمة لذلك لابد من الالتزام بها

5- الابتعاد عن المبالغة في صياغة المحتوى والمحافظة على بساطة التعبير التي تكسب جميع المتلقين بمختلف مستوياتهم الثقافية والفنية

6- تحديد وسيلة الكترونية مناسبة من ضمن منصات التواصل الاجتماعي لان لكل محتوى منصة الخاصة ومتابعيه وأسلوب تحريره

7- التأكيد على خاتمة محتوى فني متميزة تعلق بالأذهان وتؤدي لتأثير في اراء المتلقين

8- اختيار فن من الفنون الصحفية وأسلوب مناسب وقالب تحريري يتناسب مع الوسيلة

### اقتصاد المعرفة وحجم صناعة المحتوى

ان النمو الذي تشهده اقتصاديات البلدان التي تقوم على اقتصاد المعرفة يشير الى ضخامة حجم العرض و الطلب العالمي لهذه الصناعة، مما جعل من المحتوى سلعة معرفية قابلة للتسويق، و أصبحت ثقافات و تراث الشعوب و كافة المخرجات الفكرية الأخرى التي يتم تصنيعها من قبل الافراد او المؤسسات المتخصصة بصناعة المحتوى، و التي لم تعد محصورة في الشق العلمي او في جوانب محدودة و انما اتسعت بفضل تطبيقات تكنولوجيا المعلومات لتشمل مختلف الإنتاج الفكري الحديث و القديم، ناهيك عن انتشار ثقافة العولمة وما افرزته من أنماط استهلاكية جديدة، ناهيك عن تنامي و اتساع استخدام الهواتف الذكية و الانترنت كل هذا ساعد على توسيع و تنوع طرق انتاج صناعة المحتوى، الامر الذي اصبح لها أسواقها واتسعت مساحات نشرها الكترونيا على مختلف الوسائل و الوسائط الإعلامية الالكترونية، ووجدت لها الكثير من المتلقين المتابعين

### الابعاد التي تفرض التوجه نحو صناعة المحتوى

هناك الكثير من الابعاد التي فرضت التوجه نحو صناعة المحتوى نذكر منها:

- البعد التكنولوجي ويعد نقلة نوعية في تسهيل وانتشار صناعة المحتوى وذلك من خلال المعدات الذكية والتطبيقات المتنوعة والتسهيلات في النشر وسهولة الاستعمال وما الى ذلك
- البعد الاقتصادي حيث ان صناعة المحتوى تحقق عائدات مرتفعة الامر الذي تتزايد أهميتها في اقتصاديات الدول والافراد
- البعد السياسي حيث ظهرت ملامحه في خارطة السياسة العالمية الجديدة والمعتمدة على أساس المصالح المعلوماتية (الجيو معلوماتية) والتي تعد صناعة المحتوى عنصرا أساسيا فيها والمحتوى محورا هاما في بنيتها
- البعد التربوي تعد صناعة المحتوى عنصرا أساسيا في عملية التربية والتعليم والتعلم في ظل اقتصاد المعرفة ومجتمع المعلومات ووفق تقرير اليونسكو هي وسيلة لتحقيق غايات أربع وهي تعلم لتعرف، تعلم لتعمل، تعلم لتكون، تعلم لتشارك الآخرين
- البعد الاجتماعي في ظل العولمة وانتشار الانترنت أصبح صراع الثقافات واقع له تأثير سلبي على بعض المجتمعات الامر الذي أفقدها هويتها وإثر سلبي عليها، الا ان صناعة محتوى محلي يخدم هذه المجتمعات ويلبي متطلباتها الخاصة لحماية هويتها والحفاظ على تناسق مجتمعاتها بفئاته المختلفة
- البعد الثقافي ان نشر الثقافة المحلية للمجتمعات وصناعة محتوى تراثها ومنتجات مفكرها والترويج لهم بعد ثقافي يقع على عاتق صناع المحتوى.
- البعد اللغوي تعتمد صناعة المحتوى على اللغة ومن خلالها تفرض المجتمعات ثقافتها في ظل العولمة الامر الذي تهتم البلدان بصناعة المحتوى للحفاظ على هويتها ووجودها و توسع من انتشار لغتها
- البعد المعرفي هدف صناعة المحتوى عندما تتعامل بالمحتوى المعرفي هو التبادل المعرفي وهذا ما جعل الاهتمام بصناعة المحتوى امر هام وضروري للمجتمعات والمنتجين والمستخدمين في نشر وتبادل المعارف بين الشعوب
- البعد الإعلامي استنادا للقفزة النوعية التي حدثت في تطور تكنولوجيا الاعلام والاعلام الاتصالي وانتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفعاليتها الإيجابية للتأثير والتأثر بين المرسل والمستقبل الامر الذي



أصبح للأعلام سلطة خامسة أي ان قابلية التأثير بالمجتمعات والتغيير للكثير من العادات والتقاليد والقوانين وحتى الحكومات واقع ملموس من قبل الجميع

- البعد الديني لصناعة المحتوى دور بارز في نشر المعتقدات والترويج لأفكار دينية او هدمها ومن الممكن ان تكون صناعة المحتوى مسرحا لصراع الأديان او حوار الأديان
- البعد الفني ان تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها اتاحت لصناعة المحتوى إعادة انتاج وعرض الاعمال الفنية بصور متعددة وبأبداع فني مختلف وبوسائل إعلامية الكترونية جديدة عما طرح سابقا
- البعد الأمني استنادا لحرية الراي وانتشار شبكة الانترنت وثورة المعلومات والعولمة و تطور وسائل النشر وسهولة صناعة المحتوى اتاحت لمختلف الجماعات في العالم عرض افكارها بغض النظر عن إيجابية او سلبية هذه الأفكار الامر الذي جعل من صناعة المحتوى عامل مباشر للوقوف في وجه المتطرفين و كشف الاعيبيهم و أفكارهم الهدامة

### المبحث الثاني

#### صانع المحتوى مهاراته وقدراته

#### صانع المحتوى content creator

صانع المحتوى: هو الشخص المسؤول المباشر عن إنتاج المحتوى الرقمي (أفكار ومعلومات وحقائق حول موضوعا ما بالإضافة الى التصوير والمونتاج والنشر الالكتروني) في جميع فنونه واساليبه وقوالب تحريره، سواء كان المحتوى مكتوب كالمدونات او مرئي كالفديوهات أو مسموع كالبودكاستات ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية. وكل هذا ينطبق على الإعلامي الالكتروني وبهذا يمكننا القول ان صانع المحتوى المحترف هو الإعلامي الالكتروني والمحرر الالكتروني والصحفي الالكتروني معا.

#### مهارات صانع المحتوى

بعد ان أصبح صناع المحتوى من مشاهير الاعلام الملفتين للنظر على منصات مواقع التواصل الاجتماعي في عرض منتجاتهم الفكرية وخاصة في مجال الاعلام المرئي والمسموع وبما ان المهارات مكتسبة يمكن لأي شخص له رغبة في تعلمها لذا لا بد ان يتبع الخطوات التالية لتسهيل عليه مهمة انتاج محتوى له تأثير على المتلقين وهي:

1. المتابعة والقراءة المستمرة في مجال التحرير والتقنيات الحديثة والتطبيقات المرافقة لها ومن ثم معرفة كيفية استعمالها وخاصة في المجال المرئي والمسموع
2. تجنب الأخطاء النحوية والحفاظ على الأصالة في جميع عمليات الكتابة والتحرير ويفضل تقسيم أي موضوع إلى فقرات صغيرة وكتابة عناوين رئيسية وفرعية جذابة والاهتمام بالمقدمة وملخص المواضيع وخاصة في الاعلام الالكتروني
3. لا بد ان يكون لدى صانع المحتوى اطلاع ومعرفة بالتطبيقات الالكترونية الإعلامية وبرامجها الخاصة وفنون تطبيقها كل حسب الوسيلة
4. الالمام بعلم الحاسوب وبرامجه لأنها مهمة جدا لصانع المحتوى في الكتابة والتحرير والبحث في محركات البحث الإلكتروني
- 5- الالمام في مجال التصميم الفني، والقدرة على إنشاء لوحات قصصية من خلال المعرفة التقنية بالإخراج والمونتاج والتحرير
- 6- يجب أن يكون لدى صانع المحتوى مفردات غنية واستثنائية. يتمكن من خلالها كسب الرأي العام والتأثير به
- 7- إن التحدي الذي يقع على عاتق صانع المحتوى او الإعلامي الالكتروني هو أنه يجب أن يكون قادرا على التفكير مثل المخرج والمونتير والمحرر والمصور والمصمم. ومبتكر الأسلوب وقالب الصياغة
- 8- من الضروري ان يكون صانع المحتوى له اطلاع بفن التصوير والإنتاج والنشر



9- بما ان صانع المحتوى له القدرة على الكتابة والتأليف والتحرير قد يلجأ أحياناً إلى تأليف الأغاني التي نسمعها في الإعلانات التلفزيونية أو الإذاعية. هذا من ناحية ومن ناحية أخرى، يمكنه أيضاً تطوير خطوط جذابة نقرأها على لافتات ولوحات إعلانية ونشرات، كجزء من مشاريع كتابة الإعلانات. على الرغم من أن كتابة الإعلانات يمكن أن تكون أنواع مختلفة، إلا ان هناك شيئاً واحداً ثابتاً وهو إبداع لا نهاية له.

### كتابة المحتوى وصناعته مهارة ومسار عمل شخصي

قبل سنوات، لم تكن كتابة المحتوى وصناعته مهنة يعتبرها الناس خياراً رئيسياً لمهنتهم، إلا ان في الوقت الحاضر لا تخلوا مهنة او مجال من مجالات الحياة بدون صناع او صناعة محتوى. حتى النظام التعليمي اعترف بها مؤخراً على أنها دورة تعليمية رسمية. ناهيك عن الطب والتربية والتنمية والفن والاعلام لذا تعد كتابة المحتوى وصناعته مهنة متنوعة للغاية ولديهم العديد من الفرص والوظائف مثل: كاتب المحتوى، استراتيجي المحتوى الرقمي، مدير محتوى الويب. أخصائي تطوير المحتوى. وهناك منصات ومواقع الكترونية مختلفة تساعد على العمل الحر في كتابة المحتوى وصناعة ومن اهم هذه المنصات هي:

- Upwork
- I Writer
- Flex Jobs
- Blogging Pro
- Freelancer. Com

وهناك منصات للعمل أونلاين بمجال الكتابة.

هذا بالإضافة الى التطبيقات والشروحات التي تصاحبها لصناعة محتويات مؤثرة ومواقع ووسائل لنشرها

### مهارات كاتب المحتوى

من الضروري أن يتمتع كاتب المحتوى بمهارات تساعده في احتراف صناعة المحتوى الرقمي. من هذه المهارات نذكر ما يلي

1. مهارة اللغة: يفضل ان يكون كاتب المحتوى يتقن أكثر من لغة لتساعده في اختيار الفكرة وكتابة النص بدون أخطاء
  2. مهارة البحث: يحتاج كاتب المحتوى للبحث عن تفاصيل إضافية حول فكرة يرغب في كتابتها او الإضافة اليها وتحسينها
  3. العمل على Google Calendar لتنظيم العمل وذلك بتخصيص جدول لمواعيد تسليم مهام الكتابة اقناء مفكرة ورقية لتنظيم مواعيد اجتماعاتك أو تلك المتعلقة بالأوقات المتفق عليها لتسليم المسودات الأولى والنهائية من العمل حسب الأولوية، فبتنظيم العمل تتمكن من التركيز على الأهم فالمهم.
  4. التحلي بالصبر والاستمرارية
  - لكي لا يصيب الكاتب الملل لابد من تقسيم المهام والاعتماد على جدول الأولويات واخذ قسط من الراحة بين الحين و الآخر
  5. انتاج الأفكار وبلورتها: ان الأفكار الجيدة التي تصاغ بأسلوب شيق تجذب المتلقين وتسترعي انتباههم
  - مهارة لابد لكاتب المحتوى وصانعه ان يتحلى بها
  6. الانتباه والتركيز
- وتشمل هذه المهارة التركيز في المحتوى وانتاجه لكي يتم تسليم المواد بالوقت المناسب

7. التنوع والمرونة  
تعتبر القدرة على كتابة أنواع مختلفة من المحتويات أمرٌ يضيف للكاتب. وتعد من المهارات الجيدة والمطلوبة في كاتب المحتوى.
  9. مهارات الكتابة والبحث في المحركات البحثية وهي من المهارات الواجب معرفتها وخاصة للعاملين في العالم الرقمي وصناعة المحتوى. ومن اولياتها المعرفة بالكلمات المفتاحية، وكيفية توزيعها في النص، وتقسيمه إلى عناوين فرعية وغيرها، سيضيف إلى مؤهلاتك المهنية.
  10. المعرفة بألية عمل أنظمة إدارة المحتوى تستخدم هذه الأنظمة لإدراج المحتوى وتنسيقه ونشره،
  11. مهارة التواصل مع الكتاب وبناء شبكة من العلاقات المهنية، والتواصل مع المتلقين.
  12. مهارات التحرير والتعديل والطباعة واستخدام الحاسوب كمايكروسوفت وورد (MS Word) وباوربوينت (MS Power Point)، وغيرها.
- استطلاع الرأي في تطوير المحتوى وصناعته**  
تقوم إستراتيجية صناعة المحتوى على استهداف الفئة المناسبة المهمة بهذا المحتوى وبناء شخصيته ومن ثم معرفة ما يحب ويكره  
لذا، فإن استطلاع الرأي أداة مهمة في معرفة رأي المتلقي والخطوة الأولى في عملية تحسين المحتوى الذي نقدمه
- الحصول على الآراء**  
لكي نحصل على آراء المتلقين فنحن بحاجة لطرح أسئلة عليهم في الوقت المناسب كما يجب علينا أن نهيئ لهم تجربة استخدام (User Experience) سلسلة.
- وبما ان قارئ الويب عجول ومزاجي يبحث عن معلومة محددة ولا يبدأ رأيه من خلال التعليق لذا يعد الاستطلاع (Survey) هو الحل المناسب الذي لا يحتاج إلى وقت وجهد طويلين، كما يمكن للقارئ أو المستخدم أن يملأه بسهولة. وكذلك، يمكننا إجراء الاستطلاع عبر الوسائل المختلفة كالمواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني، وتطبيقات الهاتف، ومواقع التواصل الاجتماعي (كفيسبوك، وإنستغرام، وتويتر وغيرها)، بذلك يمكننا الوصول إلى جميع المتلقين من خلال القناة التي يفضلونها
- الطرق المناسبة لإجراء استطلاع الرأي**  
إليك بعض الطرق التي تساعد في الوصول إلى المتلقين في الوقت المناسب والملائم ومعرفة آرائهم نذكر منها:
- الويب وتطبيقاته  
تعتبر استطلاعات الويب (Website Surveys) أو تطبيقات الويب (Web Apps) طريقة ناجحة للحصول على الآراء بدقة من المتلقين إذ يمكن برمجتها لتظهر فقط للمتلقين كما يمكن من خلال هذا الاستطلاع معرفة سبب رغبة المتلقي في مغادرة صفحة الموقع، وذلك عبر نموذج استطلاع الخروج (Exit intent survey template).
  - التغذية الراجعة عن طريق Feedback button  
يتميز الاستطلاع بهذه الطريقة بأنها مرئية دائماً في الموقع، إذ تمكن المستخدمين من إبداء رأيه من خلال Feedback button.
  - عبر البريد الإلكتروني (E-mail embedded surveys)، الاستطلاعات عبر البريد الإلكتروني تعتبر من الطرق المرنة لأنها تصل إلى المستخدم مباشرةً من خلال صندوق الوارد الخاص به؛ وبالتالي زيادة نسبة استجابة العملاء للرسالة.
- ويمكننا ان نرفق رابط الاستطلاع مباشرةً داخل البريد بحيث يتمكن المتلقي من الدخول والإجابة على أسئلته، فربط الاستطلاع طريقة مناسبة الاستعمال في البريد الإلكتروني، والمحادثة، ووسائل التواصل الاجتماعي.

إن عملية إنتاج محتوى مناسب للجمهور هي عملية تراكمية تقوى بتكرار إنتاج المحتوى وتطويره، تمر بدورة حياة مستمرة، قائمة تمامًا على كسب ثقة الجمهور بحيث تكون شخصية المتلقي حقيقية تمثله كما هو. كيفية كتابة المحتوى؟

لكي نضمن كتابة محتوى جيد لابد من الاعتماد على الأسس التالية:

1. البحث: عملية البحث قبل الكتابة يحسن من مهارة كاتب المحتوى ويمنحه الثقة والاستمرارية
2. التنسيق: وهي عملية ترتيب الكلمات في انساق معينة او فنون إعلامية متعارف عليها وكذلك منتجة المشاهد ومقاطع الفيديو المختلفة بتناسق حسب قواعد المونتاج للفيديوهات والأفلام القصيرة
3. المراجعة: هي معرفة ردود الأفعال حول المحتويات من قبل المتلقين والتي يتم استخدامها في محركات البحث

### المبحث الثالث فنون صناعة المحتوى

ان أي صناعة لها فنونها التي تعكس بنيتها وعناصرها الفنية التي تساعد على نجاحها وتطورها، فالمحتوى (موارد المحتوى) هو كل ما قدمه ويقدمه العقل البشري وتعد كتابة المحتوى فن له اساليبه وصيغه بما اننا في زمن الثورة الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي التي اثرت ولا زالت تؤثر على كل مناحي الحياة وهذا التأثير وخاصة في صياغة الرأي العام جاء نتيجة لصناعة المحتوى ونشره عبر هذه المنصات والقنوات الالكترونية المتوفرة على شبكة الانترنت،

ولكي نبدأ بصناعة المحتوى لابد من اختيار الوسيلة او المنصة المناسبة للمحتوى المصنوع، وذلك لان لكل منصة خصائصها ومقوماتها ومميزاتها وتأثيراتها التي لابد ان نتعرف عليها بشكل جيد قبل كل شيء. أما إذا أردنا ان نؤثر بالآخرين فلا بد من تقديم الجانب المؤثر لصانع المحتوى. وهنا يفضل ان يعكس الملف الشخصي لصانع المحتوى مهنته ومستواه العلمي واهتماماته، من خلال انتقاء الصيغة المناسبة للتقديم وهذه تعد الخطوة الأولى

اما الخطوة الثانية هي الاسم والصورة يفضل اختيار الاسم بعناية لأنه لا يتغير وسيكون عنوان لك ولصفحتك ومن خلاله يعرفك الآخرون وهو يعكس هويتك وجزء منه يشير الى مهنتك وتعتبر صورة الملف الشخصي فرصة أخرى للتعبير عن نفسك

الخطوة الثالثة هي جمهورك اختيارك لجمهور معين ومعرفتهم جيدا وماذا تريد منهم خطوة نوعية للتأثير، فتحديد الجمهور سيؤدي الى سهولة اختيار المحتويات التي تصنعها والأساليب والطرق التي تقدم بها مواضيعك، واستنادا لما ذكرناه هذه الخطوة ستساعدك في معرفة المحتويات التي يفضل ان تتجنبها الخطوة الرابعة بصمتك الخاصة أي هويتك التي لابد ان يعرفك جمهورك من خلالها وهي اسلوبك شكلك، مظهرك، طريقة كلامك، وغيرها من الصفات التي تشكل هويتك وشخصيتك على الواقع الافتراضي

### عناصر صناعة المحتوى

#### الفكرة

يعد النصر الأساسي في صناعة المحتوى هي الفكرة.

ولأهمية الفكرة في صناعة المحتوى لابد ان نعرف من اين تأتي الأفكار؟ وكيف يتم تحويلها الى مادة صناعية صالحة للعرض؟ ومن هم جمهور هذه الصناعة؟ وما هي الطرق الأنسب لتسويقها ومتى؟ وهل لهذه الصناعة صانع له هوية ورسالة يسعى لإيصالها الى جمهور معين؟ وهل له القدرة على تقديم نفسه للجمهور؟ وهل يملك مهارة خلق الأفكار وتطويرها؟

فالفكرة هي الدافع الأول الذي يدفع جمهورك لمتابعتك كصانع محتوى، ومصادر الأفكار كثيرة ومتنوعة والأفكار المطروقة او القديمة يمكن تناولها بصيغ حديثة او من جانب اخر غير مطروق وبمعالجة فنية مبدعة



تصبح أفكار حديثة تستحق المتابعة، والذي يساعد في نجاح أي صناعة محتوى هو العنوان المصاحب للفكرة وعملية اختيار العنوان المناسب يعطي عمقا للعمل

ولكي تكون الأفكار للموضوعات ناجحة لابد ان تكون نابغة من الحياة المحيط بنا وتمثل هوية صانع المحتوى فكل محتوى يستمد تأثيره من الفكرة وباقي الأدوات كالصوت والصورة والمونتاج هي عامل مساعد فقط لإبراز الفكرة

ولكي يكون المحتوى مؤثر في صناعته لابد ان يشد انتباه المتلقي في اول 15 ثانية و منهم من يقلل المدة الى ثانيتين لهذا يستخدم (Cover page) للفيديو او يستخدم العنوا او المانشيت او صورة معبرة لكسب الجمهور ومن الأساليب الإبداعية او القوالب التحريرية المتبعة في تقديم المحتوى نذكر ما يلي:

1. أسلوب من الخاص الى العام: وهو أسلوب سردي قصصي مشوق نبدأ بقصة او حكمة او مدخل فيه عبرة يقودنا الى العنوان الكبير او الهدف الرئيسي

2. أسلوب من العام الى الخاص: وفيه نتناول العنوان الرئيسي ثم نعطي مثالا ونختم بقصة او حكمة وهو عكس الأسلوب الأول وفيه نستخدم العبرة في النهاية

3. أسلوب الهرم المعتدل: واستنادا لهذا الأسلوب نقوم بسرد المحتوى بالتسلسل الصحيح للأحداث كأن تكون حسب التسلسل الزمني او المنطقي للأحداث حتى النهاية

4. أسلوب الهرم المقلوب ونعني به ترتيب الاحداث وفق أهميتها حيث تبدأ بالاهم فالمهم وتنتهي بالأقل أهمية من المهم ان نعرف ان التأثير لا يأتي من المعلومة وانما من الانطباع الذي تتركه المعلومة في نفس المتلقي ويتولد هذه الانطباع على شكل مشاعر وهذه المشاعر في الغالب تكون انفعال، فرح، حزن، اشمئزاز، انجذاب وما الى ذلك وهذه الانطباعات المتولدة من المشاعر هي التي تجعل المعلومة عالقة في ذهن المتلقي وتعطيها قوة وتأثير علما ان العناوين تعبر عن الأحاسيس التي تريد ان تقدمها للمتلقي

#### **كيفية صناعة الأفكار وتحويلها الى محتوى مرئي**

سيطر المحتوى المرئي على كافة المنصات الالكترونية الامر التي تعددت اشكاله وصناعة وترجع على عرش الوسائل المرئية فيديوهات الموش جرافيك

الموشن جرافيك (Motion Graphics) هو عبارة عن فيديو صمم حاسوبيا ولا يتضمن أي شخصية او حبكة قصصية او مشاهد حقيقية مصورة على ارض الواقع والهدف الأساسي منه هو إيصال فكرة مرئية محددة للمتلقين

وهذا يعني ان تصميم الموشن جرافيك لا تحتاج الى ممثلين ولا حتى كتابة سيناريو معين يتطلب معدات او مسرح واقعي ولا يشترط وجود قصة تدور حولها عناصر الفيديو بعكس فيديو الانيميشن الذي يتضمنها اما الانفوجرافيك فهو شبيه بالموشن جرافيك الا انه يتعمق في ذكر التفاصيل العملية وشرحها بالإضافة الى الصور المرافقة التوضيحية والمخططات والجداول وغيرها من وسائل الايضاح والشرح

وبهذا يمكننا القول بأن الموشن جرافيك موجه بشكل أساسي للدعاية اما الانفوجرافيك فهو مخصص للتوضيح والشرح في حين الانيميشن يجمع بين الاثنين ويضيف الى ذلك هدف انتاج عمل فني معين كما هو حال الرسوم المتحركة

#### **البرامج المستخدمة في تصميم فيديو الموشن جرافيك**

تعد البرمجيات من العناصر الأساسية في تصميم الموشن جرافيك نذكر منها:

• برامج تعديل الصور كل صانع محتوى يحتاج الى برنامج احترافي ومرن لإضافة المؤثرات الى الصور وتعديلها لتناسب والعمل ولعل من أبرز هذه البرامج هو ادوبي فوتوشوب Adobe Photoshop

• برامج التخطيط هي برامج تستخدم في رسم الصور التي تعتمد على النقاط والخطوط Vector based ومن الممكن من خلال هذه البرامج إضافة انيميشن لهذه الاشكال وأفضل هذه البرامج برنامج Adobe

Illustrator



- برامج الانيميشن هو برنامج لتحريك الصور الجامدة ومن هذه البرامج برنامج Adobe Premiere Pro وهو برنامج متخصص في تصميم فيديوهات موشن كرافيك اما البرنامج الثاني هو برنامج تحرير فيديوهات الموشن كرافيك الاحترافي وهو Adobe After Effects
- برنامج Cinema 4D وهو برنامج يجمع بين تحرير الفيديوهات والصور معا في مكان واحد
- مراحل تصميم فيديو موشن جرافيك  
تتضمن عملية انشاء فيديو موشن جرافيك ثلاث استراتيجيات مختلفة وهي:  
الاستراتيجية الأولى هو التصميم البسيط  
تتألف طريقة التصميم البسيط من أربع محطات رئيسية هي:  
1. كتابة نص الفيديو (المحتوى) وهو أساس صناعة الفيديو وتعد من اهم المراحل لان جمل وكلمات النص ستكون المحرك الأساسي للأفكار والمشاعر والرأي الذي سيكونه المتلقي عن صانع المحتوى من خلال الفيديو ولكي نحدد التوجه العام للنص لابد من الإجابة عن هذه التساؤلات:  
• من هو الجمهور المستهدف؟  
• ماذا تريد انت من جمهورك؟  
يعد فيديو الموشن كرافيك من الفيديوهات القصيرة التي تجذب اهتمام المتلقين وتبعدهم عن الرتابة والملل لذا يجب ان يكون النص قصيرا أيضا  
2. بعد كتابة النص او المحتوى وتحديد الصور والاشكال تبدأ مرحلة التخطيط. عملية التخطيط تحدد لنا معالم الفيديو وفكرته وترسم لنا مسار الصور والمشاهد والاشكال المخطط ادراجها وكذلك إضافة التعليق والموسيقى وباقي المؤثرات الصوتية او الحركية  
3. التصميم العام للفيديو في هذه المرحلة يتم فيها اختيار الألوان و الأسلوب او القالب الذي سنحرر به النص و نرتب المشاهد واخيار الأسلوب يلعب دورا مهما في لفت انتباه المتلقي ويدعم الفكرة العامة و الهدف من الرسالة التي ينقلها الفيديو  
4. تصميم فيديو الانيميشن وفيها ننقل كل العناصر التي عملنا عليها الى ساحة التصميم وستكون برامج التصميم حاضرة ولابد هنا من مراعات بعض عناصر التصميم مثل المزامنة للصور والنصوص والموسيقى والتعليق والتأثيرات الصوتية والفيلمية وغيرها  
الاستراتيجية الثانية: وفيها يتم التصميم عبر الأدوات والقوالب الجاهزة.. هناك الكثير من التطبيقات والبرامج الالكترونية التي تقدم قوالب جاهزة سكيت شات Sketches مع الكثير من أنماط الانيميشن الجاهزة للاختيار منها. يشكل على هذه الاستراتيجية احتمالية التشابه والتكرار بين صناع المحتوى في منتجاتهم لاختيارهم نفس القوالب او البرامج والتطبيقات  
الاستراتيجية الثالثة: هي الاستعانة بخبراء محترفين في تصميم الموشن كرافيك وفي الكثير من المنصات الالكترونية والمواقع المتخصصة تعرض مثل هذه الخدمات

### الخاتمة

لقد لاحظنا كيف تأثرت كافة العلوم والفنون بما طرحته التكنولوجيا الحديثة من برامج و تطبيقات و وسائل اتصال و وسائط متعددة فائقة لم تكن موجودة من قبل لا في الاعلام التقليدي ولا في الكثير من الفنون الأخرى و خاصة الوسائط التي رافقت كافة الفنون الصحفية و الإعلامية و الفنية و التي لها الدور المميز بتغيير الكثير من المهارات و الوظائف الإعلامية و لكافة العاملين في مجال الاعلام الأمر الذي انعكس على آلية الإنتاج الإعلامي بكل المستويات و الوسائل من انتاج فكري و اخراج و نشر و تسويق وصناعة و عرض و ما الى ذلك و خاصة بعد ان اصبح الحاسوب والانترنت والهواتف الذكية و برامجهما و تطبيقاتهما الالكترونية و وسائطهما الفائقة عناصر أساسية بمتناول كافة الإعلاميين و خاصة العاملين في مجال الصحف الالكترونية منها .و لكل من يعمل في مجال الاعلام من صانعي المحتوى الاكاديميين او المواهب ناهيك عن



ان المتلقين أيضا لقد تأثروا كثيرا بهذه التقنيات فاختلقت اذوقهم واهتماماتهم و امزجتهم و خاصة ان اغلب التطورات لا يمكن التغاضي عنها او عدم استعمالها في المجال الإعلامي لأنها أصبحت ضرورة حتمية لهذا القطاع و العاملين به و المتلقين منه ، ان التقنيات الالكترونية الجديدة ساعدت المرسل والمتلقي حيث ساعدت الطرف الأول في الإنتاج الكمي والنوعي وساعدت الطرف الثاني بالفهم والادراك للمحتوى المنشور ناهيك عن رفد قطاع الاعلام بالمنتجات الفكرية المختلفة على يد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والعالم الافتراضي وبمساعدة البرامج الالكترونية المجانية

### النتائج العامة للدراسة

- ان التكنولوجيا المستخدمة في عملية التحرير والمونتاج وصناعة المحتوى كثيرة ومتنوعة واصبحت بمتناول الجميع ولعبت دورا مهما في تطوير عملية التحرير والمونتاج وصناعة المحتوى الامر الذي مكنت كل الأطراف من صناعة المحتوى ودخل هذا المجال الأكاديمي والطبيب والصيدلاني والمعلم والمربي والطالب وغيرهم
- وسائط التقنيات الحديثة وخاصة النص الفائق ساعدت المحررين برغد المحتوى والقضاء على الرتابة
- نجاح المحرر وصانع المحتوى يعتمد على قدراته ومهاراته في التعامل مع البرامج الإلكترونية ووسائطها
- ابداع المونتير يعتمد على اتقانه التعامل مع برمجيات المونتاج وادواته
- هناك تأثير وتأثر واضح بين التحرير والمونتاج فكلاهما له دور في التطور الحاصل في عالم الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي والعالم الافتراضي
- أصبح بإمكان اغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ان يحرروا وينشروا مواضيعهم بكل سهوله ويسر وبغض النظر عن التخصص والخبرة وذلك بفضل ما وفرته تكنولوجيا الاتصال الحديثة من خدمات وبرمجيات وبالمجان
- وجدنا ان متابعة الدورات المجانية التي تعرضها ماكينات البحث العملاقة مثل كوقل وياهو تساعد على صناعة المحتوى واكتساب المهارة والخبرة
- اتضح لنا ومن خلال استعمال التقنيات الالكترونية الحديثة والبرمجيات والتطبيقات المرافقة لها جعلت صانع المحتوى أكثر مرونة وأكثر سهوله من السابق
- رافقت هذه التقنيات والتطبيقات لغة إعلامية جديده لا يمكن الاستغناء عنها
- وبما ان هذه التقنيات وهذه التطبيقات أصبحت واقع علمي تقني يفرض نفسه على العاملين بمجال الاعلام او المستخدمين له اذن لا بد ان يدخل ضمن المجال الأكاديمي لعلوم الاعلام وتقنياته
- صانع المحتوى أصبح مصطلح اعلامي ومتداول من قبل المهتمين بالإعلام
- اتضح لنا ان الوسائل التكنولوجية الحديثة القائمة على تقنيات وبرمجيات متطورة ساعدت في عملية صناعة المحتوى وتحويل قطاع عريض الى وجوه إعلامية معروفة ومن مختلف الاعمار والخلفيات الثقافية.
- أصبح لصناع المحتوى دور في الكثير من المجالات مثل التعلم والتعليم والتربية والارشادات الطبية والرياضة والدين والادب والفنون والديكور والحالات النفسية والالتكيت والتنمية البشرية وما الى ذلك.
- معرفة تأثير صناع المحتوى بالرأي العام أكثر من بعض رجالات الثقافة والعلوم والسياسة.
- انشاز صناعة الفيديوهات القصيرة في الكثير من المنصات و المواقع الالكترونية مثل اليوتيوب و التكتك وتويتر و الفيس بوك والإنستغرام و التل كرام وباقي مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبح انتاجها أكثر سهولة واتقانا من حيث تحرير محتوياتها بأساليب حديثة متفجرة في كل جهاز الكتروني محمول (الهواتف الذكية) ومن حيث كثرة انتاجها وكثرة وسائل نشرها.

### التوصيات



- على كل شخص يرغب في صناعة محتوى ويتمكن من استيعاب هذه الصناعة والاستفادة منها في مجال تخصصه ه غير اعلامي ان يتابع الدورات التي يعرضها كوقل أونلاين واوف لاين مجانا
- الاهتمام باستطلاعات الرأي التي وفرتها كافة المنصات الالكترونية
- توجيه كافة المهتمين بمجال الاعلام او كتابة المحتوى وصناعاته الاهتمام بصناعة المحتوى والخوض في هذا المجال لأنه من المجالات الحديثة والمهمة في علوم الاعلام ومن ثم القضاء على الفارق الثقافي بين الشعوب

## المصادر والمراجع

### أولاً: المعاجم

- 1- البعلبكي، منير (2005) قاموس انجليزي - عربي، الطبعة التاسعة، بيروت: دار العلم للملايين.
- 2- قندلجي، عامر إبراهيم (2003): المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت، الطبعة الأولى، عمان: دار المسيرة.
- ثانياً: الكتب:
- 1- أبو شنب، جمال (1997): العلم والتكنولوجيا والمجتمع، مصر: دار المعرفة الجامعية.
- 2- ايدورج، الأخضر (1999): ذكاء الإعلام في عصر المعلوماتية، بدون طبعه، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- 3- أبو زيد، فاروق (1990): فن الكتابة الصحفية، الطبعة الرابعة، القاهرة: عالم الكتب.
- 4- البكري، اياد شاكر (2003): تقنيات الاتصال بين زمنين، الطبعة الأولى، الأردن: دار الشروق.
- 5- بدر، احمد أنور (2003): مقدمة في تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، اسكندرية: دار الثقافة العلمية.
- 6- بخيت، السيد (2011): تصنيف الفنون العربية الإسلامية: دراسة تحليلية نقدية، الطبعة الأولى، فرجينيا - الولايات المتحدة الأمريكية: المعهد العالمي للفكر الإسلامي.
- 7- خطاب، امل محمد (2010) تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي، الطبعة الأولى، القاهرة: دار العالم العربي.
- 8- خليل، محمود ابراهيم، اللبان، شريف درويش (2000): اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي، الطبعة الأولى، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
- 9- خليل، محمود (1997): الصحافة الإلكترونية، أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، الطبعة الأولى، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
- 10- دليو، فضيل (2010): التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال المفهوم- الاستعمالات -الافاق، الطبعة الأولى، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 11- رزق، هاني، جبلي، خالص (2000): الإيمان والتقدم العلمي، الطبعة الاولى، بيروت: دار الفكر المعاصر، دمشق: دار الفكر.
- 12- رايس كاريل (1964): فن المونتاج السينمائي، تر احمد الحضري القاهرة: الدار المصرية للتأليف والترجمة
- 13- السالمي، علاء عبد الرزاق (1997): تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، عمان: كحلون.
- 14- شمو، علي محمد (2002): الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، الطبعة الأولى بلا: مكتبة الاشعاع
- 15- صادق، عباس مصطفى (2005): صحافه والكمبيوتر.. مدخل للاستقصاء الصحافي بمساعدة الكمبيوتر، الطبعة الاولى، بيروت: مطابع الدار العربية للعلوم.
- 16- عيساني، رحمة الطيب (2010): الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على الاعلام المرئي والمسموع، بدون طبعة، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية



- 17- عفيفي، محمود محمود (1994): التطورات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات، بدون طبعة، القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 18- علم الدين، محمود (1990): تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، بدون طبعة، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
- 19- غالي محرز (2008): صناعة الصحافة في العالم، الطبعة الأولى، القاهرة الدار: المصرية اللبنانية.
- 20- الفيصل، عبد الامير مويت (2006): الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، الطبعة الاولى، عمان: دار الشرق للنشر والتوزيع.
- 21- فيصل ابو عيشه (2010): الاعلام الالكتروني، الطبعة الأولى، عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- 22- القضاة، خالد (1997): التقنيات الحديثة وانعكاساتها الاقتصادية والاجتماعية والنفسية والبيئية، الطبعة الأولى،
- 23- اللبان، شريف (1997): تكنولوجيا الطباعة والنشر الالكتروني: ثورة الصحافة في القرن القادم، الطبعة الأولى، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
- 24- ليزلي ج هوبنلز (1985): أسس صناعة السينما، ترجمة السيد، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.
- 25- مراد كامل خورشيد (2011): الاتصال الجماهيري والاعلام التطور -الخصائص- النظريات، الطبعة الأولى، عمان: دار المسيرة.
- 26- مكاي، حسن عماد (1993): تكنولوجيا الاتصالات الحديثة، الطبعة الأولى، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 27- الصبان، منى. (2010): مناهج السيناريو والإخراج والمونتاج، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- 28- الهادي، محمد محمد (2001): تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، بدون طبعة، القاهرة: المكتبة الأكاديمية.
- ثالثا: دراسات علمية:
- 29- بخيت، السيد (1999): تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية في الصحافة العربية، ضمن أبحاث المؤتمر العلمي الخامس لكلية الاعلام المنشورة في كتاب تكنولوجيا الاتصال: الواقع والمستقبل، القاهرة.
- 30- شيخاني، سميرة (2010): الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول والثاني.
- 31- خليل، محمود (1999): الاتجاهات الحديثة في استخدامات الحاسب الآلي في التحرير الصحفي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد السادس.
- 32- الموسوي، محمد جاسم فتحي (2011): اتجاهات إعلامية معاصرة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك.
- 33- المخلافي، فيصل علي (2005): المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية، القاهرة: المكتب الجامعي الحديث.