كيف تسرد قصة؟

عنوان المسار	**كيف تسرد قصة؟**	
مستوى المسار	**مبتدئ إلى متقدم**	
تحديد احتياجات المتعلم (أنماط الشخصية)	**الجمهور المستهدف**	**البيانات الديموغرافية**
	• **طلاب الجامعات** (قسم الإعلام وما يعادلها): طلاب في المرحلة الجامعية يسعون لفهم أساليب السرد الصحفي والأدبي وتطوير مهارات الكتابة. • **الصحفيون**: مبتدئون أو متقدمون يرغبون في تحسين قدرتهم على السرد القصصي لإنتاج محتوى بديلاً أكثر جاذبية. • **كتاب المحتوى الرقمي**: المهتمون بكتابة القصص الرقمية أو إنشاء محتوى يتفاعل معه الجمهور. • **المدربون والباحثون في مجال الإعلام**: الذين يقدمون ورشاً تدريبية أو يبحثون عن تقنيات جديدة لتعليم السرد.	• **الفئة العمرية:** بين 20 و40 عاماً. • **المستوى التعليمي:** طلاب جامعات (في مراحل متقدمة)، صحفيون حاصلون على درجات علمية في الإعلام أو الأدب. • **الموقع الجغرافي:** دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (أو المهتمون بالإعلام العربي). • **اللغة:** العربية مع تركيز على المفردات الإعلامية. • **الخبرة المهنية:** تتراوح بين مبتدئين في مجال الصحافة والإعلام إلى متقدمين يبحثون عن تحسين مهاراتهم.

ماذا: يشعر، يفكر، يسمع، ويرى	ما يقول ويفعل	احتياجاته ورغباته	التحديات التي يمر بها
ما يشعر به: 1. شعور بالضياع عند محاولة كتابة قصص جذابة. 2. قلق من إنتاج محتوى ممل للجمهور. 3. إحساس بالحاجة للتطوير المهني في ظل التحديات الرقمية المتزايدة. **ما يفكر فيه:** 1. كيف أستطيع سرد قصة تؤثر على الناس؟ 2. هل أحتاج إلى أدوات جديدة أم تطوير مهاراتي فقط؟ 3. ما الذي يجعل قصتي مختلفة عن الأخبار والتقارير العادية؟ **ما يسمعه:** 1. القصة الجيدة تحتاج موهبة فقط. 2. السرد القصصي ليس مهماً في الصحافة. 3. لا يوجد وقت للسرد القصصي في العمل الإعلامي. **ما يراه:** 1. يرى السرد القصصي كمهارة معقدة أو صعبة. 2. قد يرى محتوى الورشة كنقطة دخول لفهم أسلوب جديد في العمل الإعلامي.	**ما يقول:** 1. أريد كتابة قصة لها تأثيرها وتلامس الناس. 2. كيف أجعل الجمهور يقرأ أو يشاهد قصتي إلى النهاية؟ 3. أحتاج إلى طريقة بسيطة لفهم أدوات السرد. **ما يفعل:** 1. يجرب تقنيات تقليدية في كتابة التقارير. 2. يبحث عن أمثلة قصصية ناجحة لتحليلها. 3. يشارك في ورش عمل لتحسين مهاراته المهنية.	**احتياجات:** 1. تعلم كتابة القصة بوضوح وإبداع. 2. تطوير مهارات استخدام أدوات السرد المختلفة. 3. تعلم كيفية التأثير بالجمهور من خلال العاطفة والمعلومات. 4. أدوات عملية لتحويل التقارير إلى قصص جذابة. 5. تطبيق السرد على وسائل الإعلام المختلفة (مواقع إلكترونية، بودكاست، فيديو). **رغبات:** 1. التميز في كتابة المحتوى. 2. الحصول على إشادة من المحررين أو الجمهور على أعماله. 3. بناء الثقة بالنفس كمحترف في السرد القصصي.	1. ضيق الوقت لتعلم مهارات جديدة في ظل ضغط العمل. 2. صعوبة الانتقال من كتابة التقارير الجامدة إلى القصص السردية التي تتطلب الجهد والوقت. 3. التكيف مع التغيير المستمر في احتياجات الجمهور الرقمي. 4. ضعف الفهم التطبيقي لكيفية استخدام السرد بشكل فعال في الإعلام. 5. محدودية الموارد أو الأدوات التقنية التي تساعد على تطوير مهاراته.

أهداف المسار	المعارف	المهارات	السلوك
	1. فهم أهداف القصة. 2. كيفية تأثير القصة على الدماغ. 3. الفروقات بين السرد والمعلومة. 4. دور أنسنة الصحافة في عصر الذكاء الاصطناعي. التعرف على القوالب السردية (سيمبا، سندريلا، الساعة الرملية، الهرم المقلوب). 5. أهمية البؤرة في السرد. 6. دور البؤرة في إثارة العاطفة. 7. كيفية كتابة خاتمة مؤثرة. 8. قاعدة ترتيب الجمل (2-3-1) لتقوية النصوص. 9. صفات الشخصية الجيدة. 10. أهمية الشخصيات في جعل القصة حية وقريبة من الجمهور. 11. أهمية الصراع في دفع القصة. 12. مراحل رحلة الشخصية وفق جوزيف كامبل. 13. مفهوم التوازن والتناظر في اللغة. 14. كيفية تأخير الذروة لزيادة التشويق.	1. التمييز بين القصة والتقرير. 2. استثمار تأثير السرد لتعزيز المحتوى. 3. تحويل التقارير إلى قصص إنسانية. 4. تحقيق التوازن بين نقل المعلومات وخلق التجربة. 5. اختيار القالب المناسب للقصة. 6. تطبيق القوالب لتوفير الوقت مع الحفاظ على الجودة. 7. تحديد بؤرة واضحة للقصة. 8. إثارة المشاعر المناسبة لدى الجمهور. 9. صياغة نهايات تترك أثراً لدى الجمهور. 10. ترتيب الكلمات والجمل لزيادة التأثير. 11. البحث عن شخصيات قوية ومؤثرة. 12. استخدام سلم التجريد لخلق التوازن بين العمق والتجربة. 13. بناء رحلة وضحة للشخصية. 14. استخدام الصراع كعنصر رئيسي في السرد. 15. كتابة جمل متوازنة ومتناغمة. 16. ترتيب النصوص لتحقيق الحُسن والتشويق.	• **إدراك أهمية السرد القصصي:** أن يتعرف المتدرب على قوة السرد وتأثيره على الجمهور، ويتحول من عرض المعلومات الجافة إلى تجربة إنسانية تلامس القارئ. • **التمييز بين القصة والتقرير:** أن يميز بين القصة والتقرير. • **استخدام القوالب السردية:** أن يتبنى القوالب السردية ويختار الأنسب حسب غرض القصة ووقتها. • **تحديد بؤرة القصة:** أن يحدد بؤرة القصة ويربطها بالعاطفة المستهدفة. • كتابة خاتمة مؤثرة: أن يكتب خاتمة تترك أثراً عاطفياً أو فكرياً، مع تعزيز الجمل باستخدام قاعدة (2-3-1). • **تطوير الشخصيات:** أن يبحث عن شخصيات ذات عمق تعكس القضايا المطروحة. • **دمج الصراع ورحلة الشخصية:** أن يستخدم الصراع ويؤسس لرحلة واضحة للشخصية لإضافة جاذبية وإقناع أكبر للقصة. • **كتابة مطلع قوي:** أن يكتب مطلعاً يشد الانتباه ويجذب القارئ باستخدام العناصر البصرية والوصفية.

• اختيار الكلمات المؤثرة: أن يختار أفعالاً وأسماءً قوية ويعيد صياغة الجمل لضمان وضوح النصوص وديناميكيتها.		

ملخص المسار

هذا المسار يهدف إلى تعليم المتدربين فن السرد القصصي في الصحافة والإعلام، مما يمكّنهم من إنتاج محتوى مؤثر وجذاب يتجاوز مجرد نقل المعلومات إلى خلق تجربة إنسانية تلامس القارئ. تشمل الدورة محاور أساسية مثل فهم الفرق بين السرد والتقرير، استخدام القوالب السردية، بناء شخصيات ذات عمق، وكتابة مطالع وخواتيم مؤثرة. سيتم تدريب المشاركين على تقنيات تجعلهم قادرين على تحويل نصوصهم إلى قصص تحمل معنى وقيمة عاطفية يتفاعل معها الجمهور.

لماذا هذه الدورة مهمة؟

في عالم الإعلام الحديث، تزايدت أهمية السرد القصصي كوسيلة لجذب انتباه الجمهور وإيصال المعلومات بشكل مؤثر. الأخبار الجافة أو التقارير التقليدية لم تعد كافية لإبقاء المتابعين متفاعلين، إذ يبحث القراء والمشاهدون عن قصص إنسانية تشعرهم بالقرب من الحدث أو القضية. لذلك، هذه الدورة مهمة لتزويد الصحفيين وكتاب المحتوى بالمهارات اللازمة لتقديم قصص إعلامية تتجاوز التقليد وتترك أثراً قوياً لدى الجمهور.

عن المدرب

رشاد عبد القادر هو صحفي محترف وكاتب ذو خبرة تزيد عن 20 عاماً في مجال الصحافة. عمل في بعض أبرز المؤسسات العربية منذ عام 2004، واستمر في تطوير خبراته في مجال الصحافة والسرد القصصي.

عمل رشاد في الفترة الأخيرة بوصفه كاتباً مستقلاً، وألّف كتاباً بعنوان «أدوات الكتابة السردية» من إصدارات معهد الجزيرة للإعلام، ويعمل على كتاب آخر بعنوان «كيف تسرد قصة». اهتمامه بتطوير أدوات السرد وكتابة المقالات الطويلة حول أساليب الكتابة الرقمية، إضافة إلى شغفه بالسرد القصصي، يجعله مثالياً لإثراء المتدربين بالمهارات التي يحتاجونها في السرد، وتزويدهم بأساليب جديدة وفعالة في كتابة القصص.

المحاور الرئيسية والدروس

الدرس	يتعرف المتدرب على:	يكتسب المتدرب مهارة:	Inserts
مدخل إلى سرد القصة	1. ما الذي تستهدفه القصة؟ 2. كيف يتفاعل دماغ الإنسان مع القصة؟ 3. دور سرد القصة في تعزيز المكانة الاجتماعية 4. كيف تراجع السرد وحلّت محله المعلومة؟ 5. ما الفروق بين السرد والمعلومة؟ 6. ردة فعل المجتمعات على تراجع دور السرد. 7. أنسنة الصحافة (سرد القصة الإنسانية) للتأقلم مع الذكاء الاصطناعي.	6-2. التمييز بين القصة والتقرير (أو الخبر) بفهم السياق المعرفي والثقافي والاجتماعي لسرد القصة. 7. أنسنة الصحافة (سرد القصة الإنسانية) بوصفها إحدى آليات تعزيز مناعة الصحافة في عصر الذكاء الاصطناعي.	موشن جرافيك شارح للمناطق التي تنشط في الدماغ عند التعرض للقصة. 3صورة الرجل الأسد. صورة مارشال ماكلوهان. صورة والتر بنيامين. صورة بيونغ-شول هان.

تجسير: من غير المستبعد أن يتمكن الذكاء الاصطناعي في المستقبل من إجراء مكالمات هاتفية وبناء العلاقات (مع المصادر مثلاً) وتطويرها، إلا أنه لن يستطيع الخروج إلى الشارع لالتقاط قصص الناس، لذا سيبقى الجزء الأكثر أهمية في سرد أي قصة بشري.

القصة كانت مشروعاً إنسانياً. ولم يكن تطورنا إلى بشر عاقلين إلا نتاجاً جانبياً من نتاجات الطبيعة، لعبت فيه القصة دوراً أساسياً عندما بدأنا بعبادة الطوطم الأول. والقصة الجيدة تحتاج دائماً إلى مفاجآت..

الشكل العام القصة			
	1. كيف يسرد قصة واضحة، تخاطب القلب؟	1. استخدام المفاجآت مثال على استخدام المفاجآت، مطلع: «الرَجُل خلف الآلة».	قطع الذهب في الغابة. Hand-out (قبل الدرس) ← (سنستشير فيما بعد منتج الفيديو في كيفية التعامل بصرياً مع الأمثلة)
	2. كي يخاطب القلب، عليك التمييز بين مزية كل وسيلة إعلامية: الموقع الإلكتروني – البودكاست (الراديو) – الفيديو (التلفزيون).	2. استخدام مزية كل وسيلة إعلامية: الموقع الإلكتروني - البودكاست (الراديو) – الفيديو (التلفزيون).	**المواقع الإلكترونية:** (اللمس، السمع، البصر) ← **التفاعل – البودكاست:** (السمع) ← **عين العقل – الفيديو:** (السمع، البصر) ← **العواطف، التجارب الحسية.**
	3. ما هي الموضوعية والذاتية في القصة؟	3. استخدام الموضوعية والذاتية في القصة. مثال على استخدام الموضوعية والذاتية: «مارلا» أو مطلع «ملائكة وشياطين».	**موشن جرافيك: الذاتية** (الأفكار، الأحاسيس) – **الموضوعية** (الحقائق، التفاصيل). Hand-out (قبل الدرس)

تجسير: القصة الجيدة لها دائماً سحرها؛ لكن سردها ليس كذلك، خاصة إذا كنت تعمل تحت ضغط عامل الوقت. استخدام القوالب سيساعدك على إنجاز عملك بصورة أسرع.

إطار القصة	قوالب القصة، التي صمدت في وجه الزمن: (التسميات مستوحاة من القصص العالمية المشهورة، لتسهيل التذكر)	الكتابة وفق القوالب، تقتلُ عادةً القصةَ، لكن هناك قوالب استطاعت أن تثبت فعاليتها؛ إلجأْ إليها عندما تكون تحت ضغط الوقت.	
	1. قالب «سيمبا» (محور حسن الحظ وسوئه).	1 + 2. استخدام قوالب سهلة أثبتت فعاليتها وحيويتها دائماً.	موشن جرافيك توضيحي يرسم الخط الدرامي لهذين القالبين.
	2. قالب «سندريلا» (محور حسن الحظ وسوئه).		
	3. قالب «الخراف الثلاثة والذئب الشرير».	3. استخدام قالب أثبت فعاليته، فهو يُستخدم منذ 4 آلاف سنة (قصة النبي أيوب).	جرافيك توضيحي لهذا القالب
	4. قالب الهرم المقلوب.	4. فهم قصته لمعرفة حدود استخدامه.	جرافيك توضيحي
		مثال على «الهرم المقلوب»: السباق الرئاسي.	Hand-out (قبل الدرس)
	5. قالب «الساعة الرملية».	مثال على «الساعة الرملية»: «هوكينز».	Hand-out + جرافيك توضيحي للساعة الرملية
	6. قلب الترتيب في القصة (البدء من النهاية).	مثال عن قلب الترتيب في القصة: «1030 مورغان» أو «خضر صافي».	Hand-out (قبل الدرس)

تجسير: إذا اختصرت القصة السابقة في ثلاث كلمات أو أربع، فما هي؟ القصة من دون بؤرة تكون مشوشة.			
بؤرة القصة	1. صفات القصة الأفقية 2. صفات القصة العمودية 3. ما هو التبئير؟ 4. البؤرة تساعد على ضبط العاطفة التي تثيرها القصة.	1+2. استخدام القصة الأفقية والقصة العمودية. 3. إيجاد البؤرة. مثال على البؤرة المشوشة: «ليليا» 4. كيفية إثارة العاطفة المرادة، ذلك لأن الجمهور سيتذكر ما شعرَ به في القصة وليس المعلومات.	موشن جرافيك موشن جرافيك موشن جرافيك لعدسة التكبير + أسئلة لإيجاد البؤرة Hand-out (قبل الدرس)
تجسير: ليست البؤرة وحدها تضبط «العاطفة» في القصة، الخاتمة أيضاً تفعل ذلك.			
خاتمة القصة	1. لماذا نتحدث عن خاتمة القصة الآن؟ 2. الكلمات الأخيرة في القصة، تؤثر على كيفية فهمها.	1. الاحتفاظ بلقمة سائغة للخاتمة، وعدم استنفاد طاقة القصة في نصفها الأول. مثال على ذلك: «الطالبة التي رسبت في الامتحان.»	نص قصير

	3. الخاتمة: إعادة تدوير القصة.	مثال على ذلك: «هجمات 11 سبتمبر» أو «مونيكا لوينسكي.»	نص قصير
	4. الخاتمة: ما الذي عليك تجنبه؟	4. أبرز ما ينبغي تجنبه في الخاتمة.	تعداد
	5. الخاتمة: ما الذي يجب أن تحرص عليه؟	5. أبرز ما يجب الحرص عليه في الخاتمة.	تعداد
	6. الخاتمة غير المرتبة	6. مقاومة إغراء ترتيب قصة غير مرتبة.	
		مثال على الخاتمة غير المرتبة: «هوكينز».	Hand-out (قبل الدرس)
تجسير: الخاتمة القوية للقصة تعلق في ذهن الجمهور، وكي تكتب خاتمة قوية، تحتاج أن تعرف كيف تجعل جملك قوية.			
نهايات الجمل	1. قوة الجملة في نهايتها: قاعدة: 2-3-1	1. استخدام النهاية لكتابة جملة تستسيغها الأذن.	
		مثال: «القرش رالف.»	نص قصير
	2. نهايات الجمل: مورغان فريمان-1.	2. القصص القوية بها جمل قوية؛ حدد العبارة (شبة الجملة) الأكثر أهمية، ثم رتب الجملة وفقاً لذلك.	
		مثال: «دان جانسن.»	نص أو مقطع فيديو (تحليل نص)

	3. حذف مفعول الفعل المتعدي.	3. إعادة توجيه طاقة الفعل لتضخيمها.	
		جملة: «لم يفز.» من المثال السابق: «دان جانسن.»	موشن جرافيك
		مثال آخر: فلانٌ يحُلُّ ويَعْقِدُ، ويأمر وينهى، ويضر وينفع.	موشن جرافيك
	4. نهايات الجمل: مورغان فريمان-2.	مثال: «حملة أوباما.»	نص أو مقطع فيديو (تحليل نص)
	5. الكتابة صنعة، والجملة الجيدة هي نتاج العمل الشاق.	5. إعادة التحرير لتقوية النص.	
تجسير: إلا أن الأسلوب الذي تكتب به يختلف باختلاف ما إذا كنت تكتب «تقريراً» أم «قصة»، لذلك فإن التمييز بين «التقرير» و«القصة» أمرٌ مهم لتوقعات القارئ. وإليك الفرق بينهما..			
الفرق بين التقرير والقصة	1. التقرير يوصل المعلومة.	1+2. التمييز بين القصة والتقرير.	
	2. القصة تخلق التجربة.	مثال على القصة والتقرير: «إحسان أحمد»	نص قصير
		مثال على استخدام تقنيات القصة في التقرير: «سرطان هودجكين»	نص قصير
	3. الفرق بين القصة الأدبية والقصة الصحافية.	3. التفريق في استخدام أدوات اللغة الأدبية والصحفية.	

	4. الشخصية في الأدب وفي الصحافة.	4. مدخل إلى بناء الشخصية في القصة الصحفية. مثال على الشخصية في القصة الصحفية مقارنة بالتقرير: «مقتل الرئيس كنيدي.»	نص قصير
تجسير: لكن كيف تجعل الشخصية مقنعة؟			
الشخصية المقنعة	1. الشخصيات تضع وجهاً للقصة. 2. الشخصيات تجعل الجمهور يشعر بالقصة. 3. عن أي شخصية يجب أن تبحث؟ 4. الشخصية الجيدة المستعدة لإخبارك بأكثر مما تراه.	1. استخدام الشخصيات كآلية لإيصال المعلومة وسرد القصة. 2. استخدام سلم التجريد في القصة. مثال على سلم التجريد: «سكوت رودين.» 3. صفات الشخصية المقنعة. مثال: «الفائزون بجائزة اليانصيب.» مثال: «ليس المنزل ما سأفتقده..» مثال: «حدث واحد وقصتان»	Hand-out (قبل الدرس) Hand-out (قبل الدرس) (مع أسئلة) نص قصير Hand-out (قبل الدرس)

	5. شخصيات صغيرة وقصص كبيرة.	5. استخدام هذه الأداة التي استخدمتها البشرية دائماً في سرد القصص.	
		مثال: «الأرملة الفقيرة - إنجيل مرقس»	نص قصير
	6. كم شخصية تحتاجها في قصتك؟	6. الفرق بين استخدام شخصيات كثيرة أو قليلة.	
	7. كيف تندهش؟	7. استخدام الفضول كأداة لاستكشاف الشخصيات.	
		مثال: «جيم بيلوز»	مقطع فيديو قصير من The Last Editor
تجسير: لفهم الشخصية، عليك فهم الرحلة التي يخوضها..			
رحلة الشخصية	1. لا صراع، لا تغيير، لا قصة	1. استخدام «الصراع» الذي يُعد محرك القصة. (الصراع مع العالم الواقعي، الصراع الداخلي، الصراع النفسي، الصراع الذهني.. إلخ)	

	2. مراحل رحلة الشخصية (ليست جميعها ضرورية).	2. استخدام وطرح الأسئلة الصحيحة لكل مرحلة بحسب مخطط جوزيف كامبل.	موشن جرافيك لمخطط جوزيف كامبل.
		بطاقات شارحة	Hand-out (قبل الدرس)
	3. كيف تتعرف على الشخصية أفقياً؟	3. استخدام أسئلة تساعد على فهم أفضل للشخصية.	Hand-out (قبل الدرس)
		استخدام أسئلة تساعد على فهم أعمق للشخصية.	Hand-out (قبل الدرس)
	4. البناء البصري للخط للدرامي في رحلة الشخصية	4. استخدام مخطط الخط الدرامي لبناء رحلة الشخصية بصرياً.	Hand-out (قبل الدرس) + موشن جرافيك
		مثال: «كلناز إبراهيم» أو «آلا أحمد»	Hand-out (قبل الدرس) + موشن جرافيك
	5. كيف تصبح القصة قصة؟	5. العناصر التي لا يمكن للقصة أن تستغني عنها.	Hand-out (قبل الدرس) + موشن جرافيك
تجسير: القصص بطبيعتها واضحة ومحددة.. لذلك هي قصص. لأنها تدور حول أشياء محددة تحدث لأشخاص محددين. إن لم تكن واضحة، فهي ليست قصة، إنها مجرد مفاهيم سامية متعالية. والمطلع هو بوابة القصة، إنه «الطُعْم».			
	1. «الطُعْم» في المطلع	1. صفات «الطُعْم»	تعداد

مطلع القصة			
	2. مطلع «فِرْيْد فلينستون»	2. انتقل مباشرةً إلى سبب وجيه يبرر الوقت الثمين الذي يقضيه الجمهور في القصة.	مقطع من مسلسل «فِرْيْد فلينستون»
	3. اجذب انتباه الجمهور: ابدأ بالأكشن	3. ابدأ القصة «في قلب الحدث».	
		مثال: «ملائكة وشياطين»	نص قصير
		مثال: «مايكل شولتز»	نص قصير
	4. المطلع الجيد	4. يجيب على سؤال: ما الفائدة من القصة؟ لماذا يجب أن أشاهدها، أقرأها، اسمعها؟	
	5. ما الذي يجذب الجمهور؟	5. قصة كعك «بيلسبيري».	صور حملة «بيلسبيري» التسويقية.
	6. كيف أجاب على السؤال سيغموند فرويد، ستيفن ريس، أبراهام ماسلو.	6. الدافع الجنسي عند فرويد، الدوافع الـ 16 عند ريس، هرم ماسلو.	صورة لهرم ماسلو
	7. كيف أجاب ستيفن كوفي على السؤال؟	7. أربعة دوافع تحرك البشر.	تعداد
	8. ما الذي يحرك الجمهور صحافياً؟	8. ثمانية دوافع، خمسة منها أساسية.	رسم تفاعلي

	9. عند كتابة المطلع، ابحث عن واحد أو أكثر من الدوافع الثمانية.	9. الإجابة على سؤال: ماذا يعني ذلك؟	
	10. ما يجب فعله في المطلع.	10. نصائح عامة.	تعداد
	11. ما لا يجب فعله في المطلع.	11. نصائح عامة.	تعداد
	12. اعرض لا تُخْبر.	12. الأكشن أهم من الشرح.	
		مثال: «خضر صافي»	نص قصير
	13. احرص على البساطة.	13. الإيجاز ليس عدد الكلمات في الصفحة، بل المدة التي يستغرقها القارئ للفهم.	
		مثال: «السارس-كوفيد»	نص قصير
تجسير: وكما أن البساطة تأتي من الإيجاز، فإن الإيجاز يأتي من الاستخدام الصحيح للأفعال والأسماء.			
الكلمات القوية: الأسماء والأفعال	1. قلة استخدام الأفعال. 2. استبدال المصدر بالأفعال	1. قوة استخدام الأفعال. 2. استبدال المصدر بالأفعال ينزع عن السرد دسمه.	

		مثال: «دون أن تنزّ قطرة..»	نص قصير
	3. ترتيب الكلمات في الجملة.	3. استخدم نهاية الجملة بقوة.	نص قصير
	4. أسلوب تجنب الأفعال	القصة معقدة ← الأفعال (للتعبير عن الأكشن). القصة غير معقدة ← تجنب الأفعال (لنقل العواطف).	نص قصير
		مثال: «باري غرونو»	Hand-out (قبل الدرس)
		4. أخطار أسلوب تجنب الأفعال.	
	5. ديناميكية الأفعال.	مثال: «ديفيد»	نص قصير
		أو مثال: «كي ويست»	Hand-out (قبل الدرس)
		5. مبدأ: اجعل الـ«أكشن» الأساسي بصيغة «الفعل».	
		مثال: «جهينة»	نص قصير
		الأكشن قد يكون مدفوناً الجار والمجرور أو الصفات أو الحال.. إلخ	

		مثال: «منظمات المجتمع المدني»	نص قصير تفاعلي
	6. قوة الأسماء	6. مبدأ: اجعل «الشخصيات» بصيغة «الفاعل».	
		مثال: «مخارف أوروبا»	نص قصير تفاعلي
		مثال: «التدخلات الحكومية»	نص قصير تفاعلي
		6. الأسماء الملموسة تساعد على استحضار القصة ذهنياً	
		مثال: «جورج أورويل»	نص قصير
		مثال: «هوارد أونريه»	Hand-out (قبل الدرس)
	7. الألفاظ المقيدة	7. الألفاظ المقيدة تغير معنى الجملة.	تعداد
		7. النعت الذاتي والنعت الموضوعي.	
		مثال: «المرأة المخيفة»	نص قصير
	8. مفهوم الاحتكاك.	8. الربط والارتباط في الجملة	رسم تفاعلي
		مثال: «ملائكة وشياطين»	

تجسير: الآن وقد تعرّفنا على بعض أدوات كتابة الجملة القوية، لنتعمق أكثر في الحسن في اللغة.

مدخل إلى الحُسْن	1. التوازن والتناظر.	1. ما يجعل جملة ما حسنة هو بشكل رئيسي التوازن والتناظر بين أجزائها.	
		مثال: «والتر ليبمان»	رسم تفاعلي
	2. التشويق.	2. سلسلة عبارات متوازية للتأخير في الوصول إلى الذروة	
		مثال: «جيمس فالوز»	
	3. صفات الجملة الحسنة.	مثال: «جويس كارول أوتس»	

تجسير: الحسن يساعدك أيضاً في صياغة الأسئلة، وتسجيل الاقتباسات لجعلها أكثر جاذبية وإيقاعاً وتخاطب قلب القارئ .

المقابلات	1. كيف تدوّن الملاحظات في أثناء المقابلات، وما الفرق بين القصة السردية والتقرير الإخباري. 2. المشاهد (المكان والزمان) والتفاصيل الدقيقة في كتابة القصة. 3. فن إجراء المقابلات الصحفية وأهميته في تحقيق الفهم المتبادل. 4. مشكلة الفارق بين سرعة التفكير وسرعة الكلام وأثرها على جودة الاستماع. 5. الفروق بين الأسئلة المفتوحة والمغلقة ومتى يستخدم كل منها. 6. كيفية التعامل مع المصادر المترددة أو الضحايا وحمايتهم أخلاقياً. 7. طرْح الأسئلة الصعبة والحساسة بصورة فعّالة لضمان مصداقية القصة.	1. تسجيل وملاحظة دقيقة لوقائع المقابلة دون تشتيت الانتباه. 2. صياغة قائمة متوازنة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة وفق هدف المقابلة. 3. استخدام مهارات الاستماع الفعّال (عدم المقاطعة، تقنية «المرآة»، الصمت). 4. اختيار الإطار المكاني والزماني المناسب لتعزيز راحة المصدر وبناء الثقة. 5. التعامل الأخلاقي مع المصادر الحساسة والضحايا، وتقليل الأذى الصحفي المحتمل. 6. بناء المقابلة كمحادثة إنسانية لا استجواب جامد.	
تجسير: إجراء مقابلة جيدة ليس كافياً وحده، لا بدّ أيضاً من فهم الصورة الذي يوسّع مداركنا لأثر البُعد البصري في جذب القارئ/المشاهد وربط التفاصيل بالواقع.			
قوة الصورة في القصة	1. لماذا تمتاز الصور بالقوة؟ 2. آلية عمل الدماغ في معالجة الصور. 3. مفهوم سيكولوجيا «الغشطالت» في الإدراك البصري.	1. اختيار صور تخدم بؤرة القصة وتعكس البعد الإنساني أو الدرامي. 2. تحديد اللحظة الحاسمة التي ينبغي توثيقها بصرياً ودمجها بانسيابية في النص أو التقرير المرئي.	

	4. قوة وأهمية الصور في سرد القصص الصحفية مقارنة بالكلمات. 5. كيفية فهم المشاهدين للصور المرئية وتأثير الحالة العاطفية والتجارب الشخصية في تفسيرها. 6. العلاقة بين زوايا التصوير ومعنى الصورة (السلطة والقوة والضعف). 7. أثر خلفية الصورة على المعنى العام للصورة	3. استخدام تطبيقات وأدوات بسيطة لتحرير الصور وضبطها فنياً. 4. تحقيق التوازن بين الصورة والنص بحيث لا تطغى إحداهما على الأخرى.	
تجسير: يتكامل الصوت مع الصورة أو يحلّ مكانها لإيجاد تجربة شعورية وعاطفية عميقة، خصوصاً في الوسائط الصوتية أو الفيديو.			
قوة الصوت في القصة	1. أهمية الصوت في سرد القصص. 2. كيفية استخدام الصوت بشكل فعّال اختيار الميكروفون المناسب. 3. توظيف الصمت كأداة فعّالة. 4. المحاذير الأخلاقية لاستخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية. 5. أخلاقيات تحرير الصوت. 6. ما الذي يجب أن تسأل نفسك دائماً في أثناء تحرير الصوت؟	1. استخدام المؤثرات الصوتية لإضفاء أجواء مشحونة بالعاطفة والتشويق. 2. اختيار مقاطع صوتية (مقابلات، تصريحات، خلفيات موسيقية) تُوظَّف دراماتياً ضمن السرد. 3. خلق توازن بين المادة المصوّرة والصوتية بحيث يتكاملان ولا يتنافران.	

		4. تحليل مسارات الصوت في القصة (متى نترك الشخصية تتكلم؟ ومتى نتدخل بالسرد الصوتي أو المؤثرات؟)	

تجسير: الحواس تجعل الصحفي أكثر يقظة لكل عنصر في الحدث، سواء محسوساً بالحواس الخمس التقليدية أو محسوساً بالخيال، والتعاطف، والتركيز الذهني، والحدس.

حواس الصحفي العشرة	1. استخدام الحواس جميعها لكتابة قصة قوية وجذاب. 2. الصحافة هي تدوين للتاريخ في لحظة وقوعه القصص سجلات للتغيير والصراع والتأثير في حياة الناس. 3. القدرة على تمييز التغييرات الصغيرة التي تشير إلى تحولات قادمة. 4. التعبير عن الذات بموضوعية، وتوظيف تجارب الصحفي الشخصية بوصفها جزءاً من سرد القصة.	1. تفعيل الوعي والانتباه اللحظي أثناء المقابلات الميدانية؛ فلا تفوته الإشارات أو التعبيرات الصامتة. 2. الدمج بين الحواس التقليدية والحواس الذهنية لجمع أكبر كم من التفاصيل البشرية والإنسانية. 3. توظيف (الحدس + الخيال) في بناء زوايا جديدة للسرد، مع الالتزام بالمصداقية والموضوعية. 4. استثمار التعاطف في صياغة أسئلة مقابلة قوية تكشف أبعاداً أعمق لدى الشخصيات.	

النهاية

بيانات المدرب		
اسم المدرب	رشاد عبد القادر	Rashad Abdelqader
الوظيفة	مدرب	
المؤهل العلمي	بكالوريوس أدب إنجليزي	Bachelor’s degree in English literature
الخبرات المهنية	ادخل على الرابط التالي:	Work Experience
الجنسية	ألمانيا	
بلد الإقامة الحالية	ألمانيا	
البريد الإلكتروني	rashad.qado@gmail.com	
مواقع التواصل الاجتماعي	https://www.linkedin.com/in/rashadabdelqader/	
رقم الهاتف المحمول	00491722626930	