

05 · الفيديو

نموذج تخطيط فيديو بالذكاء الاصطناعي

نموذج يخطط الفيديو القصير قبل أي توليد: الجمهور، الخطاب، الرسالة، المدة، قائمة اللقطات، الصوت، الانتقالات، الأصول المرجعية ومتطلبات التصدير، مع لوحة قصصية مكتملة لـ 30 ثانية.

لمن: لمن ينتج فيديوهات قصيرة لعلامة أو جمعية باستخدام أدوات توليد الفيديو والصوت. المستوى: متوسط الإصدار 1.0 · 21-09-2026

لماذا تخطط قبل أن تولد

أكثر ما يستهلك الوقت والرصيد في فيديو الذكاء الاصطناعي هو التوليد بلا خطة: لقطة جميلة لا تناسب ما بعدها، وصوت أطول من الصور، وفكرة تتغير في منتصف العمل. التخطيط يحوّل الفيديو من تجربة عشوائية إلى سلسلة قرارات صغيرة واضحة، ويجعل كل توليد يخدم مكانًا محددًا في الفيديو.

القاعدة الأولى: السيناريو أولاً. فيديو 30 ثانية يساوي تقريبًا 4 إلى 5 لقطات، لكل لقطة: ما نراه + ما نسمعه. أدوات توليد الفيديو تنتج حتى وقت كتابة هذا النموذج (أيلول 2026) مقاطع قصيرة غالبًا، والنتيجة تختلف كثيرًا من أداة إلى أخرى. لذلك نخطط لقطات قصيرة ونجمعها في محرر، ولا نطلب فيديو كاملاً من أمر واحد.

وقاعدة ثانية لا تقل أهمية: **اللغة القصيرة الجيدة تغلب الفيديو الطويل الرديء.** إن لم تستطع إنتاج خمس لقطات جيدة، فثلاث لقطات جيدة وفيديو من 15 ثانية أفضل من 30 ثانية فيها لقطتان مشوهتان.

أقسام نموذج التخطيط

1. الأساس: الهدف والجمهور والمنصة

ابدأ بثلاثة أسئلة: ماذا نريد أن يفعل المشاهد بعد الفيديو؟ من هو تحديداً؟ وأين سيشاهده؟ المنصة تحدّد النسبة والمدة المناسبة وطريقة المشاهدة: الفيديو العمودي على الهاتف يُشاهد غالبًا أثناء التمرير السريع، وكثيرون يشاهدون دون صوت، فيجب أن نفهم الرسالة من الصورة والنص المكتوب وحدهما.

2. الرسالة الواحدة

فيديو قصير يحمل رسالة واحدة فقط. اكتبها في جملة لا تتجاوز 12 كلمة. إن احتجت «و» مرتين لكتابتها، فلديك فيديوهان. الرسالة هي ما يجب أن يتذكّره المشاهد لو نسي كل شيء آخر.

3. الخطاب: أول ثلاث ثوانٍ

الخطاف هو ما يوقف الإبهام عن التمرير. يأتي في الصورة أولاً ثم في الكلام. أنماط تعمل جيداً:

- مشهد غير متوقّع أو حركة قوية: بخار يتصاعد من فنان في لقطة قريبة جداً، أو يد تقلب شيئاً ببطء.
- مشكلة يعيشها المشاهد: «صباحك يبدأ متأخراً دائماً؟» مع صورة تعبر عنها.

- **النتيجة قبل الطريقة:** اعرض النهاية الجميلة ثم ارجع لتشرح.
 - **معلومة محدّدة:** جملة واقعية وقابلة للتحقق عن منتجك أو خدمتك، لا ادّعاء عام.
- تجنّب البدء بالشعار أو بتحية طويلة؛ هذه أول ثلاث ثوانٍ وأغلاها.

4. المدة وميزانية الكلام

حدّد المدة الكلّية ثم وزّعها على اللقطات. للتعليق الصوتي، كقاعدة عملية: فيديو 30 ثانية لا يتجاوز نحو 60 كلمة منطوقة، مع وقفات تسمح للصورة بأن تتنفس. اقرأ النص بصوت عالٍ مع مؤقّت قبل إنتاج الصوت؛ هذا يكشف النص الطويل فوراً.

5. قائمة اللقطات

لكل لقطة سطر يحتوي: الرقم، التوقيت، ما نراه (وصف بصري دقيق يصلح أمراً للصورة)، حركة الكاميرا، ما نسمعه (تعليق، موسيقى، مؤثرات)، النص على الشاشة، مصدر اللقطة (صورة مولّدة ثم تحريك، توليد من نص، تصوير حقيقي، لقطة شاشة)، والانتقال إلى اللقطة التالية.

من صورة إلى فيديو: تحريك صورة ثابتة (مولّدة أو حقيقية) يعطي تحكّماً أعلى في الشكل والألوان من توليد الفيديو من نص مباشرة. لذلك الطريقة المفضّلة: ولّد صورة لكل لقطة بأسلوب موحد (بجملة الأسلوب الثابتة نفسها)، ثم حرّكها بوصف حركة كاميرا بسيط.

6. الصوت

- **التعليق الصوتي:** فصّح مبسطة أم لهجة؟ جرّب الاثنين إن أمكن واختر الأقرب لجمهورك. اضبط الإيقاع والوقفات بعلاقات الترقيم في النص.
- **الموسيقى:** صف المزاج والإيقاع (هادئة، صباحية، إيقاع متوسط) وتأكد من حقّ استخدامها تجارياً.
- **المؤثرات الصوتية:** صوت صبّ القهوة أو فتح الباب يضيف واقعية بتكلفة قليلة.
- **المستويات:** الكلام أوضح دائماً من الموسيقى؛ اخفض الموسيقى تحت الصوت بوضوح وارفعها في اللحظات التي بلا كلام.
- **الترجمة النصية على الشاشة:** ضرورية لأن جزءاً كبيراً من المشاهدة يتم بلا صوت. راجع التفريغ التلقائي حرفاً حرفاً، خصوصاً في العربية.

7. الانتقالات

في الفيديو القصير، القطع المباشر هو الانتقال الأساسي، وهو غالباً الأفضل. استخدم انتقالات أخرى بقصد: **قطع مطابق** (شكل أو حركة تستمرّ من لقطة إلى التي بعدها)، **انتقال على الحركة** (القطع أثناء حركة الكاميرا ليبدو الانتقال طبيعياً)، و**تلاشي** لنهاية هادئة. تجنّب الانتقالات الاستعراضية الكثيرة؛ فهي تلفت الانتباه إلى المونتاج لا إلى الرسالة. وخطط الانتقال عند كتابة اللقطات: إن كانت اللقطة الأولى تنتهي بتقريب نحو الفئجان، فلتبدأ الثانية بشيء دائري أو بحركة من الاتجاه نفسه.

8. الأصول المرجعية

اجمع قبل التوليد كل ما سيحتاجه الفيديو: صور المنتج الحقيقية، الشعار بجودة عالية، ألوان العلامة وخطوطها، جملة الأسلوب، مرجع الشخصية إن وجدت، الموسيقى المرخّصة، ولقطات حقيقية إن وجدت. وإن كان في الفيديو وجه أو صوت شخص حقيقي، فالموافقة الصريحة المكتوبة منه شرط قبل أي استخدام، ولا يُستنسخ صوت أحد بلا إذن مكتوب.

9. متطلبات التصدير

- **النسبة:** 9:16 للقصص والفيديو القصير العمودي، 1:1 أو 4:5 للمنشورات، 16:9 للمواقع ويوتيوب. إن احتجت عدة نسب فخطط التكوين بحيث يبقى الموضوع في المنتصف الآمن.
- **المناطق الآمنة:** في الفيديو العمودي تغطّي واجهة التطبيق أعلى الشاشة وأسفلها وجانبها؛ أبقِ النص والشعار بعيداً عن الحواف.

- **الدقة ومعدّل الإطارات:** وحّدها في كل اللقطات قبل التجميع، وصدّر بالدقة التي تطلبها المنصّة.
- **الترجمة النصية:** مدمجة في الصورة أم ملف منفصل؟ بعض المنصّات تفضّل الملف المنفصل.
- **الغلاف:** إطار أو صورة غلاف واضحة تعبّر عن الفيديو.
- **تسمية الملفات:** اسم يشمل المشروع والنسبة والنسخة، مثل: `daraj-breakfast-9x16-v2`.

النموذج الفارغ

نموذج تخطيط الفيديو

المشروع: [] التاريخ: [] المسؤول: [الدور]

الهدف (ماذا يفعل المشاهد بعده): []

الجمهور: [من تحديداً]

المنصّة والنسبة: [] المدة الكليّة: [] ثانية

الرسالة الواحدة (12 كلمة كحدّ أقصى): []

الخطّاف (أول 3 ثوانٍ): الصورة [] / الكلام أو النص []

الدعوة إلى الفعل: []

الصوت:

- التعليق: [فصحى / لهجة]، [نبرة]، حدّ الكلمات: []
- الموسيقى: [المزاج والإيقاع]، الترخيص: []
- المؤثرات: []
- الترجمة النصية: [مدمجة / ملف منفصل]، المراجع: []

الأصول المرجعية: [صور المنتج، الشعار، الألوان، الخط، جملة الأسلوب، مرجع الشخصية]

الموافقات: [وجوه أو أصوات حقيقية؟ الموافقة المكتوبة: موجودة / غير مطلوبة]

جملة الأسلوب الثابتة: []

التصدير: النسب [] / الدقة [] / الغلاف [] / اسم الملف []

معيّار النجاح: [كيف نعرف أن الفيديو أدّى هدفه]

قائمة اللقطات

#	التوقيت	ما نراه	حركة الكاميرا	ما نسمعه	النص على الشاشة	المصدر	الانتقال
1	0-3	[]	[]	[]	[]	[]	[]
2	3-3	[]	[]	[]	[]	[]	[]
3		[]	[]	[]	[]	[]	[]
4		[]	[]	[]	[]	[]	[]
5		[]	[]	[]	[]	[]	[]

الرسالة الواحدة للفيديو

نص التعليق الصوتي كاملاً (اقرأه بصوت عالٍ مع مؤقت)

الأصول التي يجب جمعها قبل البدء، والموافقات المطلوبة

أمر مساعد لكتابة السيناريو

يمكنك أن تطلب من نموذج محادثة مسودة أولى للسيناريو بصيغة جدول، ثم تحسّنها بنفسك:

أمر السيناريو

أنت كاتب إعلانات لمنصات التواصل.
اكتب سيناريو [المدة] ثانية لـ [المنتج أو الخدمة] موجّهًا إلى [الجمهور].
الرسالة الواحدة: [الرسالة]. الدعوة إلى الفعل: [الدعوة].
الصيغة: جدول من [عدد] لقطات بالأعمدة: رقم اللقطة | ما نراه (وصف بصري دقيق يصلح أمرًا للصورة) | حركة الكاميرا | التعليق الصوتي (جملة واحدة) | المدة بالثواني.
القيود: ابدأ بخطاف بصري في أول 3 ثوانٍ، واختتم بالدعوة إلى الفعل.
المجموع لا يتجاوز [عدد] كلمة منطوقة. لا ادّعاءات غير موجودة في المعلومات التالية: [المعلومات الحقيقية عن المنتج].

سير العمل من الخطة إلى الملف النهائي

1. اكتب السيناريو وقائمة اللقطات واقرأ التعليق بصوت عالٍ مع مؤقت.
2. وُلد صورة لكل لقطة بجملة الأسلوب نفسها، وراجع مطابقة المنتج والاتساق بين الصور قبل التحريك.
3. حرّك كل صورة بوصف حركة كاميرا واحد وبسيط، وولّد نسختين أو ثلاثًا لكل لقطة لتختار.
4. أنتج التعليق الصوتي وجزّب صوتين، واختر مع شخص من الجمهور المستهدف إن أمكن.
5. أضف الموسيقى والمؤثرات واضبط المستويات.
6. جمّع في محرّر فيديو: رتّب اللقطات على التعليق، لا العكس، ثم أضف النصوص والترجمة.

7. راجع: شاهد الفيديو مرة بلا صوت، ومرة على هاتف، ومرة بعين شخص لم يرِ الخطة.

8. صَدَّر بالنسب والدقة المطلوبة، وسمِّ الملفات بوضوح، واحفظ الخطة مع الأوامر المستخدمة.

لوحة قصصية مكتملة: فيديو 30 ثانية

مثال توضيحي

المشروع: مقهى «درج» قرب الجامعة، إطلاق قائمة الإفطار. **الهدف:** أن يمرّ الطلاب والموظفون لتجربة الإفطار قبل العاشرة صباحًا. **الجمهور:** طلاب جامعيون وموظفون يبدأون يومهم مبكرًا. **المنصة والنسبة:** قصص وفيديو قصير، 9:16. **المدة:** 30 ثانية.

الرسالة الواحدة: إفطار سريع ودافئ قبل محاضرتك أو عملك، جاهز خلال دقائق. **الدعوة إلى الفعل:** «مرّ علينا قبل العاشرة». **جملة الأسلوب:** «تصوير طعام واقعي بضوء صباحي دافئ من نافذة، ألوان خشبية وكريمية مع لمسات برتقالية، عمق ميدان ضحل، إحساس هادئ ومرحّب، بلا نصوص أو شعارات».

#	التوقيت	ما نراه	الكاميرا	ما نسمعه	النص على الشاشة	المصدر والانتقال
1	0-3	لقطة قريبة جدًا: قهوة تُصب في فنجان خزفي أبيض، بخار يتصاعد في ضوء النافذة.	ثابتة مع تقريب بطيء جدًا	صوت صبّ القهوة، ثم التعليق: «صباحك يبدأ بسرعة؟»	«صباحك يبدأ بسرعة؟»	صورة مولدة ثم تحريك؛ قطع مباشر
2	3-9	طاولة خشبية قرب نافذة: كرواسون زعتر، صحن لبننة بزيت الزيتون، كوب عصير برتقال.	حركة جانبية بطيئة من اليمين إلى اليسار	«عندنا إفطار دافئ جاهز قبل محاضرتك أو عملك.»	«قائمة الإفطار الجديدة»	صورة مولدة من صورة الأطباق الحقيقية؛ انتقال على الحركة
3	9-16	يدان تضعان كيس ورقي بني عليه ملصق المقهى على المنضدة، وبجانبه كوب قهوة للخارج.	تقريب خفيف نحو الكيس	«خذه معك في كيس، أو اجلس دقائق مع قهوتك.»	«لطلب السريع أو الجلوس»	تصوير حقيقي بالهاتف (الملصق الحقيقي)؛ قطع مباشر
4	16-24	زاوية واسعة للمقهى صباحًا: طاولتان فيهما أشخاص بملامح غير واضحة، ضوء دافئ، لوح قائمة على الحائط.	حركة بطيئة للأمام	«من السابعة والنصف حتى العاشرة، كل يوم ما عدا الأحد.»	«7:30 - 10:00 ما عدا الأحد»	تصوير حقيقي للمقهى؛ قطع مطابق على الحركة
5	24-30	الفنجان من اللقطة الأولى على الطاولة، والبخار أخف، مع الشعار في المساحة العليا.	ثابتة	«مقهى درج. مرّ علينا قبل العاشرة.» ثم الموسيقى وحدها.	الشعار + «مرّ علينا قبل العاشرة»	صورة مولدة ثم تحريك خفيف؛ تلاشي في النهاية

التعليق الصوتي كاملاً (نحو 40 كلمة): «صباحك يبدأ بسرعة؟ عندنا إفطار دافئ جاهز قبل محاضرتك أو عملك. خذه معك في كيس، أو اجلس دقائق مع قهوتك. من السابعة والنصف حتى العاشرة، كل يوم ما عدا الأحد. مقهى درج. مرّ علينا قبل العاشرة.»

الصوت: تعليق بفصحة خفيفة ونبرة ودّية؛ موسيقى صباحية هادئة بإيقاع متوسط مرخّصة للاستخدام التجاري، منخفضة تحت الكلام وترتفع في آخر ثانيتين؛ مؤثر صبّ القهوة في اللقطة الأولى.

الأصول: صور حقيقية للأطباق الثلاثة (مرجع لمطابقة الطعام)، ملصق الكيس الحقيقي، الشعار بخلفية شفافة، خط العلامة. الأشخاص في اللقطة الرابعة زبائن وافقوا كتابيًا على الظهور، ووجوههم غير واضحة، أو تُستبدل بلقطة للمكان فارغًا.

التصدير: 9:16 رئيسي، مع نسخة 4:5 للمنشور تُراجع فيها المساحة الآمنة؛ ترجمة نصية مدمجة لأن أغلب المشاهد على الهاتف؛ غلاف من اللقطة الثانية؛ اسم الملف: daraj-breakfast-9x16-v1 .

معيّار النجاح: يفهم المشاهد بلا صوت ما الجديد ومتى يأتي؛ الطعام يطابق ما سيُقدّم فعلاً؛ لا نص مولّد داخل الصور؛ المواعيد مطابقة لمواعيد المقهى الحقيقية.

المسؤولية والأخلاقيات

- لا تزييف عميق: لا وجه ولا صوت لشخص حقيقي بلا موافقة صريحة موثقة.
- الطعام أو المنتج في الفيديو يجب أن يطابق ما سيحصل عليه العميل.
- أفصح عن المحتوى المولّد حين يتوقّع جمهورك ذلك أو تفرضه سياسة المنصة أو جهتك.
- تأكّد من ترخيص الموسيقى والخطوط لكل استخدام تجاري.

أخطاء شائعة

- **الخطأ:** طلب فيديو دقيقة كاملة من أمر واحد. **الحل:** قسّمه إلى لقطات قصيرة واجمعها في محرّر.
- **الخطأ:** توليد الفيديو من نص مباشرة فتخرج اللقطات غير متّسقة. **الحل:** ابدأ من صورة لكل لقطة بجملة أسلوب ثابتة، ثم حرّكها.
- **الخطأ:** تعليق صوتي أطول من الفيديو. **الحل:** حدّد ميزانية الكلمات واقرأ النص بصوت عالٍ مع مؤقّت قبل الإنتاج.
- **الخطأ:** موسيقى تغطي الكلام. **الحل:** اخفض الموسيقى بوضوح تحت الصوت واستمع على سقاعة هاتف عادية.
- **الخطأ:** نسيان الترجمة النصية أو نشر تفريغ تلقائي فيه أخطاء. **الحل:** أضف الترجمة وراجعها حرفاً حرفاً.
- **الخطأ:** وصف عدّة حركات كاميرا في لقطة واحدة. **الحل:** حركة واحدة بسيطة لكل لقطة؛ الحركات المركّبة تزيد التشوّه.
- **الخطأ:** وضع النص قرب حواف الفيديو العمودي. **الحل:** أبقِ النص والشعار داخل المنطقة الآمنة.

قائمة التحقق قبل التصدير

- ☐ الرسالة الواحدة واضحة ويفهمها من يشاهد بلا صوت.
- ☐ الخطّاف في أول ثلاث ثوانٍ، والشعار ليس أول ما يظهر.
- ☐ التعليق ضمن ميزانية الكلمات ومتزامن مع اللقطات.
- ☐ كل اللقطات بأسلوب وألوان متّسقة.
- ☐ المنتج أو الطعام يطابق الحقيقي في كل لقطة.
- ☐ لا تشوّهات في الأيدي أو الوجوه أو الأشياء، ولا نصوص مولّدة داخل الصور.
- ☐ الكلام أوضح من الموسيقى، والموسيقى مرخّصة.
- ☐ الترجمة النصية مراجعة ومطابقة للكلام.
- ☐ النص والشعار داخل المنطقة الآمنة في كل نسبة مصدّرة.
- ☐ الموافقات المكتوبة موجودة لأي وجه أو صوت حقيقي.
- ☐ الملفات مسمّاة بوضوح، والخطة والأوامر محفوظة.

عن المُعِدِّ — محمد شرف الدين، رائد أعمال من طرابلس، لبنان. مؤسس وكالة باشن للتسويق الرقمي، ورئيس جمعية تكافل الشبابية، ومؤسس منصات رقمية. يدرّب الأفراد والفرق على الذكاء الاصطناعي التطبيقي والتسويق.

الأمثلة في هذا الملف خيالية للتوضيح. يمكنك استخدامه في عملك ومؤسستك مجاناً مع ذكر المصدر عند إعادة النشر.
[/mohamadcharafeddine.com/ar/resources/ai-video-planning](https://mohamadcharafeddine.com/ar/resources/ai-video-planning)