

07 · الصور

قائمة فحص الصورة والفيديو قبل النشر

قائمة مراجعة عملية لكل صورة أو فيديو مولّد بالذكاء الاصطناعي: مطابقة المنتج، الوجوه والأيدي، الاستمرارية، النص العربي، الصوت، الأذونات، والتصدير.

لمن: لكل من ينشر صورًا أو فيديوهات مولّدة أو معدّلة بالذكاء الاصطناعي باسم علامة أو مؤسسة: مصمّمون، مسوّقون، وأصحاب مشاريع صغيرة.

المستوى: مبتدئ الإصدار 1.0 · 21-09-2026

الأداة تُنتج في دقيقة ما كان يحتاج يومًا، لكنها لا تعرف منتجك ولا جمهورك ولا ما يُحرج علامتك. إصبع سادس في يد تمسك فنجانًا، أو اسم منتج مكتوب بحروف عربية مفكّكة، أو شعار يتغيّر شكله بين لقطتين؛ تفاصيل صغيرة يلتقطها الجمهور بسرعة وتنتقص من الثقة. هذه القائمة تجعل المراجعة عادة ثابتة لا مزاجًا: تمرّ عليها قبل كل نشر، بالترتيب نفسه، وتسجّل القرار.

القاعدة الأساسية: كل مخرج يُراجع بعين إنسان قبل أن يصل إلى إنسان آخر. والمراجع الأفضل شخص لم يصنع المادة، لأن صانعها يرى ما قصده لا ما أنتجه فعليًا.

كيف تستخدم القائمة

1. **اعرض المادة كما سيراه الجمهور.** افتحها على هاتف بالحجم الحقيقي وفي وضع الشاشة الكاملة، ثم على شاشة كبيرة لتكبير التفاصيل. كثير من العيوب لا يظهر إلا في أحد الحجمين.
2. **قارن بالمرجع الحقيقي.** ضع صورة المنتج الفعلية أو دليل الهوية بجانب المادة المولّدة، ولا تعتمد على الذاكرة.
3. **مرّ على الأقسام التسعة بالترتيب.** تخطّ ما لا ينطبق (لا صوت في صورة ثابتة مثلًا) واكتب «لا ينطبق» بدل تركه فارغًا.
4. **صنّف كل ملاحظة:** مانع للنشر، يُصلح قبل النشر، أو ملاحظة للمرة القادمة.
5. **سجّل القرار في سجل المراجعة** (ال قالب أدناه): ينشر، يُعدّل، أو يُستبعد، مع اسم المراجع والتاريخ.

التصنيف	المعنى	أمثلة
مانع للنشر	لا تُنشر المادة حتى يُعالج الخلل أو تُستبعد	منتج لا يطابق الحقيقي، وجه شخص حقيقي بلا موافقة، خطأ في سعر أو رقم هاتف، شعار علامة أخرى
يُصلح قبل النشر	خلل واضح لكن إصلاحه سريع	خطأ إملائي، ترجمة نصية متأخرة، موسيقى أعلى من الصوت، قصّ سيئ للإطار
ملاحظة للمرة القادمة	لا يضرّ الرسالة لكنه يستحق التحسين	إضاءة أقل دقًا من المعتاد، انتقال أبطأ مما نحب

1. مطابقة المنتج أو الخدمة

أخطر خطأ في الصورة المولّدة ليس القبح بل الكذب غير المقصود: منتج يبدو أكبر أو أفخم أو بلون مختلف عقًا سيستلمه العميل.

- ☐ الشكل والنسب تطابق المنتج الحقيقي (الحجم بالنسبة لليد أو الطاولة، عدد القطع، شكل العبوة).
- ☐ الألوان قريبة من الواقع، وليست مشبعة إلى حدّ يخدع العين.
- ☐ المصق والكتابة على العبوة صحيحة أو مخفية تمامًا، لا حروف مختلقة تشبه الكلام.
- ☐ لا مكونات أو ميزات لا يقدمها المنتج فعليًا (إضافات على الطبق، ملحقات مع الجهاز، إطلالة بحرية لقاعة ليست على البحر).
- ☐ الكميات والأعداد صحيحة إن كانت جزءًا من العرض (مثلًا «6 قطع» تظهر 6 قطع).
- ☐ إن كانت الصورة توضيحية وليست صورة المنتج الفعلي، فهذا واضح من السياق أو مكتوب.

2. الوجوه والأيدي والأجسام

- ☐ عدد الأصابع صحيح، والأيدي تمسك الأشياء بطريقة ممكنة فيزيائيًا.
- ☐ العيون متناسقة وتنظر في الاتجاه نفسه، والأسنان طبيعية، ولا ملامح ذائبة في الخلفية.
- ☐ الأشخاص في الخلفية ليسوا مشوهين أو نصف مكتملين.
- ☐ الملابس والإكسسوارات منطقية للسياق والثقافة والموسم.
- ☐ لا وجه لشخص حقيقي معروف أو غير معروف مولّد بلا موافقة مكتوبة، ولا شبه متعمّد بشخصية عامة.
- ☐ التمثيل محترم: لا صور نمطية مهينة لفئة أو مهنة أو منطقة.

3. الاستمرارية (للفيديو والسلاسل)

- ☐ في الفيديو المجمّع من لقطات مولّدة منفصلة، ما يتغيّر بين اللقطات يلفت النظر أكثر ممّا يتغيّر داخلها.
- ☐ الشخصية نفسها بالملابس نفسها ولون الشعر نفسه عبر كل اللقطات.
- ☐ المنتج لا يتغيّر شكله أو لونه بين لقطة وأخرى.
- ☐ اتجاه الضوء ووقت النهار ثابتان إلا إن كان التغير مقصودًا.
- ☐ لا أجسام تظهر أو تختفي فجأة، ولا «ذوبان» أو تحوّل غريب في منتصف اللقطة.
- ☐ حركة الكاميرا منطقية ولا تقفز بلا سبب.
- ☐ في سلسلة صور المنشورات: الأسلوب ولوحة الألوان وجملة الأسلوب نفسها في كل صورة.

4. النص العربي

- ☐ معظم أدوات التوليد ما زالت، حتى وقت كتابة هذا الدليل (أيلول/سبتمبر 2026)، تتعثر في كتابة العربية داخل الصورة: حروف منفصلة، ترتيب معكوس، نقاط ضائعة. الحل العملي الأكثر ثباتًا: وُلّد الصورة بلا نص، ثم أضف النص في محرّر تصميم.
- ☐ الحروف متصلة بالشكل الصحيح، والكلمات تُقرأ من اليمين إلى اليسار.
- ☐ الإملاء سليم، والهمزات والتاء المربوطة صحيحة، والتشكيل (إن وُجد) صحيح أو محذوف.
- ☐ الأرقام والأسعار وأرقام الهواتف والتواريخ مطابقة للمصدر حرفًا.
- ☐ علامات الترقيم عربية وفي مكانها (، ؛ ؟) وليست معكوسة.
- ☐ الخط من خطوط الهوية، وحجمه مقروء على شاشة هاتف.
- ☐ النص بعيد عن حواف الإطار وعن المناطق التي تغطيها واجهة التطبيق (أزرار الإعجاب، اسم الحساب، شريط الترجمة).

- ☐ التباين بين النص والخلفية كافٍ للقراءة في ضوء الشمس.
- ☐ الترجمة النصية للفيديو متزامنة، وكل سطر يبقى على الشاشة وقتًا يكفي لقراءته.

5. الشعارات والعلامات

- ☐ شعار علامتك هو النسخة المعتمدة، غير مشوّه ولا ممطوط، وبالألوان الصحيحة.
- ☐ الشعار أضيف في المحرّر، لا «رسمته» الأداة من الذاكرة.
- ☐ لا شعارات أو علامات تجارية لجهات أخرى ظهرت في الخلفية (على الأكواب، الملابس، اللافتات، الشاشات).
- ☐ لا شارات أو أختام توشي بشهادة أو اعتماد أو جائزة غير حقيقية.
- ☐ لا تقليد لأسلوب علامة منافسة بشكل يوقع الجمهور في الخلط.

6. الصوت ومزامنة الشفاه

- ☐ الأسماء وأسماء الأماكن والأرقام تُنطق صحيحًا (اسم العلامة، اسم المدينة، السعر).
- ☐ النبرة واللهجة مناسبتان للجمهور، والفصحى إن استُخدمت سليمة من اللحن الفاضح.
- ☐ حركة الشفاه متزامنة مع الكلام في الأفاتار أو الشخصية الناطقة، ولا تأخر ملحوظًا.
- ☐ الموسيقى أخفض من التعليق الصوتي بوضوح (نقطة بداية شائعة: الصوت كاملاً والموسيقى نحو خُمسه، ثم اضبط بالسمع).
- ☐ لا تشويش أو نقرات أو انقطاع مفاجئ في نهاية المقطع.
- ☐ الصوت المستنسخ أو الأفاتار لشخص حقيقي له موافقة مكتوبة ومحفوظة.
- ☐ الموسيقى مرخّصة للاستخدام التجاري وفق شروط الأداة أو المكتبة وقت الإنتاج.

7. التوقيت والإيقاع

- ☐ أول ثلاث ثوانٍ تقول لماذا يجب أن يكمل المشاهد.
- ☐ كل لقطة تخدم الرسالة، ولا لقطة زائدة لمجرد أنها جميلة.
- ☐ المدة الإجمالية مناسبة للمنصة والغرض.
- ☐ الدعوة إلى الفعل تبقى على الشاشة وقتًا يكفي لقراءتها أو تصويرها.
- ☐ الإطار الأول (الغلاف) واضح لأن المنصة قد تعرضه صورة مصغّرة.

8. الأذونات والحقوق والإفصاح

- ☐ موافقة مكتوبة لكل وجه أو صوت حقيقي ظهر أو استُخدم مرجعًا.
- ☐ شروط استخدام أداة التوليد تسمح بالاستخدام التجاري لخطتك الحالية (تحقق منها، فالشروط تتغيّر).
- ☐ الخطوط والموسيقى والصور المرجعية مرخّصة.
- ☐ لا صور مولّدة «توضيحية» لأحداث حقيقية دون وسم واضح.
- ☐ الإفصاح عن المحتوى المولّد حيث يتوقعه الجمهور أو تشترطه المنصة أو سياسة المؤسسة.
- ☐ لا بيانات شخصية ظاهرة بالخطأ (أسماء عملاء، أرقام، شاشات حقيقية).

9. فحوص التصدير النهائي

- ☐ المقاس مطابق للاستخدام: عمودي 9:16 للقصص والفيديو القصير، 4:5 أو 1:1 للمنشورات، أفقي 16:9 للمواقع والعروض.
- ☐ الدقة كافية ولا ضغط ظاهراً أو تكسراً في التدرجات.
- ☐ صيغة الملف وحجمه ضمن حدود المنصة (تحقق من الحدود الحالية للمنصة نفسها).
- ☐ الترجمة النصية مدمجة في الفيديو أو مرفوعة كملف منفصل، حسب الخطة.
- ☐ اسم الملف واضح ويحمل رقم نسخة (مثال: zaytouna-ree1-v3-final.mp4).
- ☐ النص البديل للصورة مكتوب إن كانت ستُنشر على موقع.
- ☐ نسخة المصدر محفوظة (المشروع القابل للتعديل والبرومبتات المستخدمة) لإعادة الإنتاج أو التعديل لاحقاً.

قالب سجل المراجعة

انسخه في ملف مشترك أو جدول، واطر واحد لكل مادة. السجل يحميك حين يُسأل «من وافق على هذا؟» ويظهر لك مع الوقت أين تكرر الأخطاء.

سجل مراجعة مادة بصرية

المادة: [اسم الملف والنسخة]
النوع: [صورة / فيديو / سلسلة] المنصة: [المنصة والمقاس]
الصانع: [الاسم] المراجع: [الاسم] التاريخ: [..]
المرجع المستخدم للمقارنة: [صورة المنتج / دليل الهوية / النص المعتمد]
الأقسام: 1 المنتج [] 2 الوجه [] 3 الاستمرارية [] 4 النص العربي []
5 الشعارات [] 6 الصوت [] 7 التوقيت [] 8 الأذونات [] 9 التصدير []
(ضع: ✓ سليم / X فيه ملاحظة / - لا ينطبق)

الملاحظات:
- [الوصف + الثانية أو موضع الخلل] - [مانع / يُصالح / للمرة القادمة]
...

القرار: [ينشر / يُعدّل ثم يُراجع مجدداً / يُستبعد]
ملاحظة للمرة القادمة (ماذا نغيّر في البرومبت أو الخطوات): [..]

مثال توضيحي

«محمصة السنديان» محمصة قهوة صغيرة وهمية في طرابلس، أنتجت فيديو عمودياً مدته 20 ثانية لإطلاق خلطة جديدة اسمها «صباح الميناء»، إضافة إلى صورة منشور 4:5. المراجعة زميلة لم تشارك في الإنتاج، وراجعت على هاتفها ثم على الحاسوب.

الموضوع	الملاحظة	القسم	التصنيف	الإجراء
الفيديو 0:04	كيس القهوة أطول وأنحف من الكيس الحقيقي، ولونه بني فاتح بدل الأخضر الزيتي	1	مانع	إعادة توليد اللقطة انطلاقاً من صورة حقيقية للكيس بدل الوصف النصي

الموضوع	الملاحظة	القسم	التصنيف	الإجراء
الفيديو 0:07	اليدين التي تصب القهوة فيها ستة أصابع لجزء من الثانية	2	مانع	قص اللقطة قبل ظهور الخلل أو إعادة توليدها
الفيديو 0:09 إلى 0:12	فنجان أبيض في اللقطة الثالثة يصبح فنجاناً أزرق في الرابعة	3	يُصلَح	اعتماد الفنجان الأبيض في وصف كل اللقطات وإعادة توليد الرابعة
صورة المنشور	الأداة كتبت «صباح الميناء» بحروف منفصلة ومعكوسة	4	مانع	توليد الصورة بلا نص وإضافة العنوان في المحرّر بخط الهوبة
الفيديو 0:15	التعليق الصوتي نطق اسم الخلطة بشكل صحيح لكن الموسيقى تغطي كلمة «الميناء»	6	يُصلَح	خفض الموسيقى أثناء الكلام
الفيديو 0:17 إلى 0:20	عبارة «اطلبها الآن» تظهر ثانية واحدة فقط	7	يُصلَح	تمديدتها إلى ثلاث ثواني
الفيديو 0:10	كوب في الخلفية عليه ما يشبه شعار سلسلة مقاهٍ معروفة	5	مانع	طمس الكوب أو إعادة التوليد مع عبارة «بلا شعارات أو علامات»
التصدير	الترجمة النصية في أسفل الإطار تحت منطقة أزرار التطبيق	9	يُصلَح	رفعها إلى الثلث الأوسط السفلي

القرار: يُعدّل ثم يُراجع مجدداً. **ملاحظة للمرة القادمة:** لكل منتج ملموس نبدأ من صورة حقيقية له ثم نحركها، ونضيف إلى كل برومبت جملة «بلا نصوص ولا شعارات»، والنص العربي يُضاف دائماً في المحرّر. بعد التعديل روجع الفيديو مرة ثانية على الأقسام التي كان فيها خلل فقط، ثم نُشر.

أخطاء شائعة

- **الخطأ:** المراجعة على شاشة الحاسوب فقط. **الحل:** راجع دائماً على هاتف بالحجم الفعلي، فهناك يرى الجمهور المادة ويُقرأ النص أو لا يُقرأ.
- **الخطأ:** صانع المادة يراجعها بنفسه مباشرة بعد إنتاجها. **الحل:** مراجع ثانٍ، أو على الأقل استراحة قصيرة ثم مراجعة بالقائمة لا بالانتباع.
- **الخطأ:** إصلاح النص العربي بإعادة التوليد مرة بعد مرة. **الحل:** وُلد بلا نص وأُضف النص في المحرّر؛ أسرع وأدق.
- **الخطأ:** قبول صورة منتج «أجمل من الحقيقة». **الحل:** المقارنة بصورة المنتج الفعلي بنُد مانع لا تجميلي؛ العميل سيقارن حين يستلم.
- **الخطأ:** إصلاح خلل واحد ونسيان أن الإصلاح قد يكسر غيره. **الحل:** بعد كل تعديل، أعد فحص القسم المعدّل والقسمين المجاورين له على الأقل (مثلاً: تغيير الموسيقى يستدعي فحص التوقيت).
- **الخطأ:** عدم حفظ البرومبت والنسخة المصدر. **الحل:** احفظهما مع الملف النهائي؛ ستحتاجهما عند أول طلب تعديل.

المرور السريع: 60 ثانية قبل الضغط على «نشر»

إن ضاق الوقت، فهذه البنود لا تُتخطى أبداً:

☐ المنتج في المادة هو المنتج الذي سيستلمه العميل.

- ☐ لا أصابع زائدة، ولا وجوه مشوهة، ولا وجه حقيقي بلا موافقة.
- ☐ كل نص عربي مقروء وصحيح، وكل رقم وسعر وهاتف مطابق للمصدر.
- ☐ لا شعار لجهة أخرى، وشعارنا بالنسخة المعتمدة.
- ☐ الصوت واضح فوق الموسيقى، والأسماء منطوقة صحيحًا.
- ☐ المقاس والمنصة صحيحان، والنص خارج مناطق واجهة التطبيق.
- ☐ القرار مسجل باسم المراجع.

عن المُعَدِّ — 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/pre-publish-media-checklist](https://mohamadcharafeddine.com/ar/resources/pre-publish-media-checklist)