

مادة السيناريو

خولة قصيور

لطالما ارتبطت كتابة السيناريو بصناعة الأفلام، لكن مع انتشار الشبكات الاجتماعية ووجود أدوات رقمية تسهّل عملية تحرير وإعداد الفيديو، أصبح الفيديو هو المحتوى الأكثر استهلاكًا على شبكة الإنترنت. ولم تُعد كتابة السيناريو حصرًا على مجال صناعة الأفلام والسينما حسب. إنما أصبحت تستخدم في مجالات أخرى بما فيها صناعة ألعاب الفيديو والمدونات الصوتية podcasts ، حتى التدوين والتسويق بالفيديو.

تُعد كتابة السيناريو إحدى أهم خطوات إعداد الفيديو، إن لم تكن أهمها على الإطلاق. ويُعرّف السيناريو على أنه سلسلة متتابعة من الحوارات والمشاهد التي تُشكّل الفيديو وترسم هيئته العامة، وتحول الأفكار والرسائل التي تريد إيصالها للجمهور إلى قصة ممتعة محبوبة تجذب اهتمامهم. تُعد مهارة كتابة السيناريو من المهارات الضرورية للمسوقين والمدونين، لأن السيناريو الجيد هو أساس أي فيديو ناجح، مهما كانت طبيعته.

تتطلب مهارة كتابة السيناريو حسًا أدبيًا، وخبرة في تحويل الأفكار إلى سيناريوهات ذات حبكة مناسبة.

الخطوة الأولى: حدد الهدف من كتابة السيناريو

أول خطوة في كتابة السيناريو هي تحديد هدف ونوع السيناريو. هل تريد سيناريو لفيديو على الشبكات الاجتماعية، أم تريد سيناريو أو سكريبت لبرنامج تلفزيوني، أم سكريبت إذاعي للراديو، أم سيناريو للعبة إلكترونية. من المهم أيضًا أن تحدد نوع السيناريو، فهناك عدة أنواع من السيناريوهات، منها:

- السيناريو التعليمي: يسعى لتقديم محتوى تعليمي وثقافي. هذا النوع يُستخدم بكثرة من قبل أصحاب المدونات الذين يحولون عددًا من مقالاتهم وتدويناتهم إلى مقاطع فيديو.

- السيناريو التسويقي: يسعى للتسويق لمنتج أو علامة تجارية، ويُستخدم من قبل الشركات وأصحاب الأعمال في المقام الأول.
- السيناريو الترفيهي: يسعى للترفيه عن المشاهدين، ويُستخدم بكثرة في الشبكات الاجتماعية واليوتيوب.

يمكن الجمع بين أكثر من نوع في أثناء كتابة السيناريو الواحد. مثلاً، يمكن الدمج بين التسويق والتعليم في السيناريو نفسه، عبر كتابة سيناريو يُعلّم المشاهدين كيفية استخدام منتج ما، أو دراسة حالة توضح بعض استخداماته. كما يمكن الجمع بين التسويق والترفيه، من خلال كتابة السيناريو التسويقي لكن بنكهة فكاهية، وهكذا.

نوع السيناريو والهدف منه سيكون له تأثير على طريقة كتابة السيناريو، إذ تختلف السيناريوهات الموجهة لفيديوهات اليوتيوب عن السيناريوهات الموجهة للبرامج التلفزيونية والإذاعية. كما أنّ السيناريوهات الموجهة للتسويق تكون عادةً أكثر احترافية من السيناريوهات الترفيهية مثلاً، إذ تحتوي عادة على دعوة لاتخاذ إجراء. Call To Action.

الخطوة الثانية: حدد الجمهور الذي تستهدفه بكتابة السيناريو

مثله مثل جميع أنواع المحتوى، يجب أن تحدّد الجمهور المستهدف من السيناريو الذي تكتبه، لتضمن إيصال الرسالة وصياغتها بما يتناسب مع خصوصيات الجمهور المستهدف وميوله. هذه بعض العوامل التي يجب أن تأخذها بالحسبان عند كتابة السيناريو:

حدد الشريحة السكانية المستهدفة من السيناريو

يجب أن تحدّد الفئة السكانية المستهدفة بعناية، لأن السيناريو والحوار الموجه للشباب قد لا يتناسب مع الكبار، والسيناريوهات الموجهة للنساء قد لا تناسب الرجال، والعكس بالعكس. على سبيل المثال، إن كنت تريد كتابة سيناريو فيديو إعلاني عن منتجات الجمال والزينة، فعلى الأرجح أنّ الفئة المستهدفة ستكون النساء. أما إن كنت تريد كتابة سيناريو مراجعة لألعاب الفيديو على قناة اليوتيوب، فإنّ الشريحة المستهدفة ستكون الشباب والأطفال.

حدد منصة النشر التي تكتب لها السيناريو

إن كنت تريد أن تنشر الفيديو على منصة معينة، فعليك أن تدرس الشريحة التي تنشط على تلك المنصة. مثلاً، إن كنت تريد نشر الفيديو على إحدى الشبكات الاجتماعية، فينبغي أن تراعي أنّ رواد الشبكات الاجتماعية يفضلون الفيديوهات القصيرة عموماً، كما أنّهم يشاهدون الفيديوهات غالباً في الوضع الصامت.

أما إن كنت تريد نشر الفيديو على اليوتيوب، فعليك أن تراعي طباع المشتركين في قناتك. أما إن كنت تريد كتابة سيناريو لتدوين صوتية، فعليك أن تراعي طباعة كتابة النص الإذاعي، والاعتماد حصراً على الصوت والحوارات والمؤثرات الصوتية. أما إن كنت تريد كتابة سيناريو للعبة إلكترونية، فينبغي أن تكون أولويتك هو كتابة سيناريو يسرد قصة حماسية وممتعة وجذابة للاعبين.

اختر لغة المشاهدين بعناية

ينبغي كتابة السيناريو بلغة المشاهدين، إن كنت تريد كتابة سيناريو فيديو موجّه لسكان دولة عربية معينة يُبثّ على قنوات وإذاعات محلية، فيفضل أن تكتب السيناريو باللهجة المحلية على العموم. أما إن كنت تريد استهداف العالم العربي كافة، فالأفضل أن تكتب بالعربية الفصحى.

كذلك يجب الانتباه إلى نوع السيناريو واختيار اللغة المناسبة بعناية. فمثلاً، السيناريو الترفيهي يُفضّل أن يكون بلغة بسيطة وبعيدة عن العمق، سواء بلغة عربية بسيطة أو حتى باللهجة المحلية. أما في المواضيع العلمية والثقافية عموماً، فيُفضل استخدام لغة رصينة ودقيقة.

الخطوة الثالثة: كتابة المسودة الرئيسية للسيناريو

بعد تحديد الهدف من السيناريو، والجمهور المستهدف. تبدأ مرحلة كتابة المسودة الرئيسية للسيناريو بما فيها من أفكار وحوارات. هذه المرحلة تمهيدية، ولن تبدأ حقيقة في كتابة الصيغة النهائية للسيناريو الآن، وإنما ستكتفي بتوليد أكبر عدد ممكن من الأفكار التي تناسب موضوع السيناريو ورسالته.

بمجرد أن تولّد ما يكفي من الأفكار الفرعية، يمكنك البدء في وصل النقاط وترتيب تلك الأفكار وتصنيفها، عادةً ما تكون الأفكار في هذه المرحلة عشوائية، كما أنها قد لا تبدو متسقة مع بعضها في بادئ الأمر، وقد تجد صعوبة في تصور سيناريو يجمع كل تلك النقاط في قصة محبوبة ومنسجمة. حاول تصفية الأفكار الجيدة وربطها ببعضها بعضاً، وتصور ترتيباً منطقياً لتلك الأفكار.

ابدأ بعد ذلك بكتابة الحوارات والفقرات النصية للسيناريو بحيث تتحوّل شيئاً فشيئاً إلى قصة منسجة. وإن لم تستطع المواصلة، فربما تحتاج إلى إضافة أفكار فرعية أخرى، أو ربما أنّ الأفكار غير منسجة، وفي هذه الحالة قد يكون الأفضل مثلاً تقسيم السيناريو إلى سيناريوهين منفصلين.

الخطوة الرابعة: صياغة السيناريو

بعد تجميع الأفكار وتنقيحها، حان الوقت لبدء كتابة سكربت وإفراغه في قالب قصصي مميز يوصل الأهداف التي حددتها سلفًا إلى الجمهور المستهدف. في هذه المرحلة ينبغي أن ينصب تركيزك على كتابة سيناريو بسيط يسهل تحويله إلى فيديو يحقق الأهداف المرجوة. لذلك لا تحاول أن تؤلف تحفة فنية، المهم أن يحقق السيناريو الأهداف المرجوة. هذه بعض النصائح التي توضح كيفية كتابة السيناريو الاحترافي:

كن واقعيًا في كتابة السيناريو

على خلاف القصص والروايات التي تعتمد على خيال القارئ، يكتب السيناريو لتحويله إلى فيديو أو لعبة إلكترونية أو برنامج إذاعي، وينبغي أن يكون مصمم الفيديو قادرًا على إخراجه. وبالتالي يجب ألا تجعل السيناريو معقدًا جدًا بحيث يصعب تطبيقه، ولا يجب عليك شرح كل شيء بإسهاب، فصورة أو مشهد صغير قد يغني عن عشرات الكلمات.

لذا، راعي دائمًا إمكانيات مصممي الفيديو من حيث الرسوم المتحركة والمؤثرات البصرية والصوتية وغيرها. إضافة إلى ذلك، فإن السيناريو هو الأساس الذي سيبنى عليه الفيديو. لذا يجب أن يشمل جميع المعلومات الجانبية عن الشخصيات والحوارات، وأحيانًا الديكور والخلفية. حاول تضمين المعلومات التي تراها مهمة حتى يأخذها المصمم والمصور بالحسبان، ولا تقتصر السيناريو على النصوص والحوارات فقط.

اقرأ السيناريو بصوت عال

حاول قراءة السيناريو عدة مرات بصوت مرتفع، إن كان السيناريو يتضمن حوارات، حاول محاكاتها عبر تغيير نبرة صوتك. هذا مهم جدًا، فأحيانًا قد يبدو السيناريو المكتوب جيدًا، لكن قد لا يبدو طبيعيًا عندما يُنطق، كما أن قراءة السيناريو بصوت مرتفع طريقة جيدة لتقدير مدة الفيديو المبني على هذا السيناريو.

قاعدة 130 كلمة في الدقيقة

غالبًا ما تكون هناك قيود زمنية على السيناريو، إحدى الطرق التي يمكن استخدامها هي قراءة السيناريو بصوت مرتفع وتقدير المدة الإجمالية التي سيأخذها السيناريو. ثمة طريقة أخرى ينصح بها الخبراء هي قاعدة (130 كلمة في الدقيقة)، أي أن عدد الكلمات المنطوقة في الدقيقة الواحدة يساوي 130 كلمة تقريبًا.

يمكن أن تساعدك هذه القاعدة على تقدير الوقت الذي يتطلبه السيناريو. مثلًا إن كانت مدة الفيديو 5 دقائق تتخللها دقيقتان من التوقيعات والمقاطع البصرية، سيبقى 3 دقائق للحديث، لذا بتطبيق القاعدة السابقة سنجد أن الثلاثة دقائق تلك سوف تقابلها 390 كلمة في السيناريو تقريبًا. رغم أن هذه القاعدة مُجربة على اللغة الإنجليزية، إلا أنها من الممكن تطبيقها على اللغة العربية مع مراعاة تقليل عدد الكلمات.

اعتن ببداية ونهاية السيناريو

في عصر التطور التكنولوجي الذي نعيشه، تنقلص نسبة انتباه الناس باستمرار. لذا فإن نسبة كبيرة من الناس لن يكملوا مشاهدة الفيديو، لذا عليك أن تضع في بداية السيناريو النقاط الأساسية والرسائل التي تريد إيصالها إلى المشاهد. مثلًا، إن كنت تريد كتابة سكريبت فيديو إعلاني، فاحرص على ذكر العلامة التجارية واسم المنتج منذ الثواني الأولى من الفيديو.

كذلك يجب الاهتمام بنهاية الفيديو هي الأخرى، ببساطة لأن الأشخاص الذين يستمرون في مشاهدة الفيديو حتى النهاية هم غاية في الأهمية بالنسبة لك. لأنهم مهتمون بما تقدمه، لذا عليك أن تستثمر هذا الأمر عبر ختم الاسكريبت بدعوة إلى اتخاذ إجراء. على سبيل المثال، دعوتهم إلى الاشتراك في قناتك على اليوتيوب، أو إلى زيارة حسابك على انستغرام أو فيسبوك، أو دعوتهم إلى شراء منتجك أو زيارة موقع، أو غير ذلك.

الخطوة الخامسة: المراجعة النهائية لنص السيناريو

بعد أن تنهي كتابة السيناريو، يجب عليك أن تراجع لتتحقق من أنه يحقق الأهداف التي حددتها سابقًا، ويوصل الرسالة التي تود نشرها. اسأل نفسك هذه الأسئلة وأجب عنها بعناية:

- هل السيناريو النهائي يناسب جمهورك المستهدف؟



- هل يُوصل الرسالة التي تريد نشرها بوضوح منذ البداية؟
- هل هو منسجم ومتناسق ذات حبكة جيدة؟
- هل نص السيناريو يناسب المنصة التي تريد نشر الفيديو عليها؟
- هل السيناريو بالطول المناسب؟