



College of Media and Marketing - Master Program

كلية الإعلام والتسويق
برنامج الماجستير
ماجستير الإعلام الرقمي

**The role of visual effects in visual content on social media platforms to
persuading the audience**

دور المؤثرات المرئية في المحتوى المرئي على منصات التواصل الاجتماعي في إقناع الجمهور

Razan Riyad Abukhater
221000576

Dr. MAhitab Raffi
د. مهيتاب الرفاعي
2023

المقدمة

دور المؤثرات البصرية في المحتوى المرئي على منصات التواصل الاجتماعي في إقناع الجمهور موضوع لقي اهتمام متزايد في الآونة الأخيرة نظرًا لأن منصات الوسائط الاجتماعية أصبحت أكثر شيوعًا ، فقد ازداد استخدام المؤثرات المرئية في التسويق والإعلان هناك أسباب تجعل التأثيرات البصرية فعالة جدًا على وسائل التواصل الاجتماعي ، فالمحتوى البصري هو ببساطة أكثر جاذبية من المحتوى الكتابي ، ولقد أظهرت الدراسات الحديثة في سلوكيات مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي أن زاد اهتمامهم إلى المعلومات البصرية ويتذكرونها أكثر من اهتمامهم بالمعلومات الكتابية أو النصية حيث تتم معالجة المعلومات البصرية بواسطة الدماغ بطريقة مختلفة ويمكن استخدامها لخلق شعور بالواقعية أو المصادقية ويمكن أيضًا استخدامها لخلق شعور بالإثارة أو العاطفة، ويعد دور التأثيرات المرئية في المحتوى البصري على منصات التواصل الاجتماعي في إقناع الجمهور موضوعًا معقدًا ولكنه مهم. من خلال فهم كيفية استخدام التأثيرات البصرية لإقناع الجماهير ، يمكن للشركات والمؤسسات إنشاء حملات تسويقية وإعلانية أكثر فعالية.

مشكلة الدراسة:

في الآونة الأخيرة تلعب التأثيرات المرئية دورًا مهمًا في التأثير على إقناع الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي. فيما يلي بعض الطرق التي يمكن أن تؤثر بها أنواع مختلفة من التأثيرات البصرية على الإقناع حيث أن الألوان يمكن أن تثير مشاعر وأمزجة مختلفة لدى الناس، على سبيل المثال يمكن أن يثير اللون الأحمر العاطفة والإلحاح ، بينما يمكن أن يثير اللون الأزرق شعورًا بالهدوء والثقة والأمان. يمكن أن يساعدك استخدام الألوان بشكل فعال في مؤثراتك المرئية في إثارة المشاعر المرغوبة في جمهورك وإقناعهم باتخاذ إجراء معين. والحركات والرسومات المتحركة يمكن أن يؤدي مثل ملفات GIF مقاطع الفيديو إلى جذب انتباه جمهورك والحفاظ على تفاعلهم. يمكن أن يساعدك استخدام الحركة في نقل المعلومات المعقدة بسرعة وفعالية ، مما يزيد من فرصك في إقناع جمهورك. ذات الصلة الكبيرة أيضا الصور اذ تم استخدامها بجودة عالية في إثارة المشاعر وإقناع جمهورك. على سبيل المثال ، يمكن أن يساعدك استخدام صور العملاء السعداء في إقناع العملاء المحتملين بشراء منتجك أو خدمتك. وللتباين يمكن أن يساعد إنشائها التباين التأثيرات البصرية في جذب الانتباه إلى عناصر محددة وإبرازها. على سبيل المثال ، يمكن أن يساعد استخدام الألوان الزاهية على خلفية داكنة في خلق تباين وجعل رسالتك أكثر وضوحًا ، مما يزيد من احتمالية الإقناع.

أهداف الرسالة:

في هذه الرسالة سأتمكن من استكشاف الأسئلة التالية:

- كيف تؤثر الأنواع المختلفة من التأثيرات البصرية على إقناع الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما هي أكثر الطرق فعالية لاستخدام المؤثرات البصرية لخلق شعور بالواقعية أو الإثارة أو العاطفة في محتوى الوسائط الاجتماعية؟

- كيف يمكن استخدام التأثيرات البصرية لسرد القصص التي تقنع الجمهور باتخاذ الإجراءات؟
- ما هي الاعتبارات الأخلاقية لاستخدام المؤثرات البصرية لإقناع الجماهير على وسائل التواصل الاجتماعي؟

التساؤلات والمنطلقات النظرية ومنهجية الدراسة

التأثيرات العامة حسب الدراسات السابقة ، يمكن أن يؤثر النوع المحدد من التأثير البصري للمستخدم على إقناع الجمهور. على سبيل المثال ، أظهرت بعض الدراسات أن الدعاية يمكن أن تكون وسيلة فعالة لإقناع الناس ، بينما أظهر البعض الآخر أن الخوف يمكن أن يكون أكثر فعالية. سيعتمد أفضل نوع من التأثيرات المرئية للاستخدام على المنتج أو الخدمة المحددة التي يتم الإعلان عنها ، بالإضافة إلى الجمهور المستهدف. حيث فيما يلي بعض الأمثلة المحددة لكيفية استخدام أنواع مختلفة من التأثيرات المرئية لإقناع الجماهير على وسائل التواصل الاجتماعي:

الواقعية حيث تستخدم علامة تجارية للسيارات الفاخرة تأثيرات بصرية لإنشاء صور واقعية لسياراتها وهي تسير في مواقع غريبة. هذا من شأنه أن يساعد في جعل السيارات أكثر رغبة وتطلعاً للجمهور.

والاكثر استخداماً من التأثير في بعض اوقات الازمات العالمية هي العواطف حيث أن تستخدم المؤسسات الخيرية تأثيرات بصرية لإنشاء صور عاطفية للأشخاص الذين يعانون من الفقر أو الجوع. سيساعد ذلك على إثارة التعاطف بين الجمهور وتشجيعهم على التبرع بالمال.

وأشارت الدراسات السابقة في موضوع الطرق الأكثر فعالية لاستخدام المؤثرات البصرية لخلق شعور بالواقعية أو الإثارة أو العاطفة في محتوى الوسائط الاجتماعية بأن استخدم التأثيرات البصرية لتحسين الحالة المزاجية على سبيل المثال ، يمكنك استخدام تأثير البني داكن لإضفاء طابع كلاسيكي ، أو يمكنك استخدام اللون الأزرق لخلق جو بارد وغريب.

واستخدم التأثيرات لإبراز عناصر معينة من صورتك. على سبيل المثال ، يمكنك استخدام نقش صغير لجذب الانتباه إلى مركز الصورة ، أو يمكنك استخدام تمويه لتنعيم الخلفية وإبراز الموضوع.

والاكثر شيوعاً هو استخدام الفلاتر والتأثيرات حيث انها تضيف المرشحات والتأثيرات اهتماماً إلى صورتك في جانب سرد القصص التي تقنع لخلق شعور بالإلحاح. يمكن استخدام التأثيرات المرئية لخلق شعور بالإلحاح في القصة ، مما قد يحفز الجمهور على اتخاذ إجراء.

ولخلق شعور بالاتصال. يمكن استخدام التأثيرات المرئية لخلق شعور بالاتصال بين الجماهير والشخصيات أو القصص التي يشاهدونها. يمكن أن يؤدي ذلك إلى زيادة احتمالية اهتمام الجمهور بالشخصيات ومحتنتهم ، مما قد يحفزهم على اتخاذ إجراء.

لأن جعل القصة أكثر تصديقاً لجعل القصة أكثر تصديقاً ، مما يزيد من احتمالية تعامل الجمهور معها بجدية. على سبيل المثال ، قد يستخدم فيلم الخيال العلمي تأثيرات بصرية لإنشاء كائنات فضائية تبدو واقعية ، مما قد يجعل الجماهير أكثر عرضة للاعتقاد بأن القصة ممكنة.

تعتمد فعالية التأثيرات المرئية في إقناع الجماهير لاتخاذ الإجراءات على عدد من العوامل ، بما في ذلك القصة التي يتم سردها والجمهور المستهدف والتأثيرات المرئية المحددة المستخدمة. ومع ذلك ، عند استخدامها بفعالية ، يمكن أن تكون التأثيرات المرئية أداة قوية لسرد القصص والإقناع.

فيما يلي بعض الأمثلة الإضافية لكيفية استخدام التأثيرات المرئية لسرد القصص وإقناع الجمهور باتخاذ الإجراءات:

استخدم فيلم Avatar مؤثرات بصرية رائدة لخلق عالم واقعي وغامر يمكن للجمهور التواصل معه. ساعد نجاح الفيلم في زيادة الوعي بأهمية حماية البيئة.

ستخدم فيديو Kony 2012 الفيروسي تأثيرات بصرية بسيطة ولكنها فعالة لرواية قصة جوزيف كوني ، أمير الحرب الذي كان مسؤولاً عن اختطاف واستعباد آلاف الأطفال في إفريقيا. انتشر الفيديو على نطاق واسع وساعد في زيادة الوعي بجرائم كوني ، مما أدى في النهاية إلى القبض عليه.

استخدمت حركة Black Lives Matter المؤثرات البصرية لتوثيق وحشية الشرطة والظلم العنصري. وقد ساعدت هذه الصور على زيادة الوعي بهذه القضايا وحشد الدعم للحركة. هذه مجرد أمثلة قليلة لكيفية استخدام التأثيرات المرئية لسرد القصص وإقناع الجمهور باتخاذ إجراء. مع استمرار تطور التكنولوجيا ، يمكننا أن نتوقع رؤية المزيد من الاستخدامات المبتكرة والفعالة للتأثيرات المرئية في المستقبل.

الاعتبارات الأخلاقية لاستخدام المؤثرات البصرية لإقناع الجماهير على وسائل التواصل الاجتماعي في الوقت الحاضر التي يجب وضعها في الاعتبار عند استخدام المؤثرات البصرية لإقناع الجماهير على وسائل التواصل الاجتماعي. فيما يلي بعض أهمها:

أن تتحلى بالصدق والشفافية بشأن استخدام المؤثرات المرئية في المحتوى . إذا كنت قد استخدمت المؤثرات البصرية لتغيير المحتوى أو تحسينه ، فيجب أن توضح ذلك لجمهورك. سيساعد ذلك على بناء الثقة والمصداقية مع جمهورك.

و تجنب الخداع. يجب ألا تستخدم المؤثرات المرئية مطلقاً لخداع جمهورك. يتضمن ذلك استخدام المؤثرات المرئية لإنشاء محتوى خاطئ أو مضلل. إذا تم ضبطك وأنت تخدع جمهورك ، فقد تفقد ثقتهم ومصداقيتهم ، وقد تواجه أيضاً عواقب قانونية.

وتجنب الصور النمطية الضارة. يجب تجنب استخدام المؤثرات البصرية لإنشاء محتوى يعزز الصور النمطية الضارة. يتضمن ذلك الصور النمطية حول العرق أو الجنس أو الدين أو المجموعات المحمية الأخرى.

و تجنب العنف أو خطاب الكراهية. يجب تجنب استخدام المؤثرات البصرية لإنشاء محتوى يحتوي على عنف أو كلام يحض على الكراهية. يمكن أن يكون هذا النوع من المحتوى ضاراً ومسياً للآخرين.

من خلال مراعاة هذه الاعتبارات الأخلاقية ، يمكنك المساعدة في ضمان أن استخدامك للتأثيرات المرئية على وسائل التواصل الاجتماعي مسؤول وأخلاقي.

فيما يلي بعض النصائح الإضافية لاستخدام التأثيرات المرئية أخلاقياً على وسائل التواصل الاجتماعي:

كن واضحاً بشأن هدفك. لماذا تستخدم المؤثرات البصرية في المحتوى الخاص بك؟ هل تحاول رواية قصة ، أو إقناع الناس بالقيام بعمل ، أو أي شيء آخر؟ ستساعدك معرفة الغرض الخاص بك على اختيار التأثيرات المرئية المناسبة واستخدامها بطريقة أخلاقية وفعالة.

ضع في اعتبارك جمهورك. إلى من تحاول الوصول إلى المحتوى الخاص بك؟ ما هي قيمهم ومعتقداتهم؟ سيساعدك تخصيص الوقت لفهم جمهورك على اختيار المؤثرات المرئية المناسبة واستخدامها بطريقة محترمة ومناسبة. استخدم التأثيرات المرئية باعتدال. يمكن أن تكون التأثيرات المرئية كثيرة جداً مربكة ومشتتة للانتباه. استخدمها باعتدال لإبراز أهم عناصر المحتوى الخاص بك.

كن على دراية بالسياق. أين سيظهر المحتوى الخاص بك؟ ما هو المحتوى الآخر الذي سيحيط به؟ ضع في اعتبارك السياق الذي سيظهر فيه المحتوى الخاص بك عند اختيار التأثيرات المرئية. باتباع هذه النصائح ، يمكنك المساعدة في ضمان أن استخدامك للتأثيرات المرئية على وسائل التواصل الاجتماعي أخلاقي وفعال.

المراجع :

- مقالة استاذ خالد الأحمد مسؤول قسم التواصل الاجتماعي في شركة زين
- كتاب شسمو للأستاذ خالد الأحمد لتأثير التواصل الاجتماعي
- تأثير قنوات التواصل الاجتماعي لـ فليب كوتلر
- اساسيات تصميم منشور لزيادة التواصل البصري في قسم التصميم الجرافيكي
- 360 درجة للتسويق على منصات التواصل الاجتماعي - كتاب
-