

الأساليب الجرافيكية في تصميم الفيديو التوضيحي لتحقيق الأهداف الاتصالية الإعلانية

إيمان أحمد عبد العزيز عيسى^{١*} سمر هاني السعيد أبو دنيا^٢ هبة محمد محمود فتحي^٣

^١ - مصمم حر، القاهرة، مصر
^٢ - أستاذ التصميم بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان.
^٣ - مدرس بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان.

Submit Date:2024-01-28 13:26:30 | Revise Date:2024-04-06 22:59:28 | Accept Date: 2024-04-12 16: 15:29

DOI:10.21608/jdsaa.2024.265973.1397

ملخص البحث:-

الفيديو التوضيحي لديه القدرة على تعليم وإقناع ومشاركة المتلقي للإعلان بشكل ممتع. فهو يقدم للجمهور موضوعاً معيناً، ويمكن أن يكون هذا وصفاً لميزات منتج أو خدمة، أو طريقة استخدامها إذا كانت جديدة في السوق، أو يمكن أن يكون بمثابة برنامج تعليمي قصير حول كيفية استخدام تطبيق برمجي. أيضاً، يمكن أن تحتاجه مؤسسة حكومية في تثقيف الناخبين، أو مشاركة المزيد من المعلومات حول سياسة ما. فهو وسيلة ممتازة للحملات الإعلانية والمبادرات التعليمية من جميع الأنواع. ويهدف البحث إلى دراسة الأساليب الجرافيكية المختلفة في تصميم الفيديو التوضيحي. فقد تعمل بعض الأساليب بشكل رائع للعلامة التجارية، بينما قد لا يتناسب البعض الآخر على الإطلاق. وتتلخص مشكلة البحث في كيفية اختيار الأسلوب الجرافيكي الأمثل في تصميم إعلان الفيديو التوضيحي لتحقيق الأهداف الاتصالية الإعلانية، ويتبع البحث المنهج الوصفي القائم على جمع المعلومات، حيث يتم التطرق إلى تاريخ ونشأة الفيديو التوضيحي، وتطوره، وخصائصه، وفاعليته، والأساليب الجرافيكية المختلفة التي يمكن إتباعها في تصميمه. متبوعاً بتحليل نماذج للفيديو التوضيحي. وتشمل نتائج البحث على أن الأسلوب الجرافيكي هو أحد أهم العوامل التي يجب مراعاتها عند تصميم الفيديو التوضيحي؛ بحيث عندما يشاهده المتلقي يجعله يفكر مباشرة في البراند. ومن أجل اختيار الأسلوب المناسب لإعلان الفيديو التوضيحي، يجب التفكير فيما نريد إيصاله والتأثير الذي نريد الحصول عليه من الفيديو وطبيعة الجمهور المستهدف.

الكلمات المفتاحية:-

الفيديو التوضيحي #1، الأساليب الجرافيكية #2، الأهداف الاتصالية #3.

المقدمة:

المصرية والعربية التي تناولت موضوع البحث. ويتبع البحث المنهج الوصفي القائم على جمع المعلومات والبيانات حيث يتم التطرق إلى نشأة الفيديو التوضيحي، وتطوره، وخصائصه، وفاعليته، والأساليب الجرافيكية المختلفة التي يمكن إتباعها في تصميمه.

أولاً: الإطار النظري للبحث:

١- تعريف الفيديو التوضيحي:

هي فيديوهات قصيرة تشرح المفاهيم المجردة، عادة في سياق تعليمي. وتستخدم سرد القصص وتركز على الحقائق ذات الصلة باستخدام عناصر مرئية مناسبة. ويمكن أن يكون لهذا تأثير إيجابي على نسبة المشاركة، خاصة إذا كان مصحوباً بأداء ممتع وحماسي، وهي لا تتطرق إلى التفاصيل الكبيرة، وبدلاً من ذلك تُركز على الحقائق الأكثر صلة باستخدام الرسوم المتحركة، أو الرسوم التوضيحية، أو الرسوم البيانية، أو الصور، أو النصوص، أو الأشخاص الحقيقيين. (Schorn, 2022, Pg.2)

٢- تاريخ ونشأة الفيديو التوضيحي:

قبل الانتشار الواسع للإنترنت، استخدم المعلنون العروض التقديمية الشخصية القديمة لبيع المنتجات وشرح المفاهيم، وفي التسعينيات من القرن الماضي بدأ برنامج العروض التقديمية PowerPoint في الظهور كأفضل أداة شرح وأصبح الأول من نوعه. وفي هذا الوقت ظهرت منصة مشاركة الفيديوهات عبر الإنترنت YouTube لأول مرة. وبدأ الجمهور يهتم بفكرة مشاهدة القصص بدلاً من الاستماع إليها أو قراءتها. فوجد الجمهور أنها منصة أبسط وأسهل في التعامل بالإضافة إلى أنها جذابة، ثم ظهر مفهوم مقاطع الفيديو التي تجيب على أسئلة (ماذا) و(كيف)، وأتيح للجمهور العثور على مقاطع فيديو توضيحية والتعرف على أشياء جديدة بنقرة واحدة فقط. (Dharmendra Ahuja, 2018)

وكانت شركة Common Craft*** هم رواد هذا الاتجاه، فقد جاءوا بفكرة استخدام اليدين والعلامات وقصاصات الورق لرواية قصة ما، واستخدام الكاميرا لتصوير السبورة البيضاء مثبتة على الأرض. وكان إعلان (RSS**** In Plain English) الموضح بالشكل رقم (١)، هو أول فيديو تعليمي لهم، فكان مقدمة إلى شرح Real Simple Syndication؛ لتوفير وقت القراءة بالمواقع الإلكترونية، وتم تحميله في ٢٣ أبريل ٢٠٠٧م، والذي اكتسب شعبية كبيرة وسرعان ما بدأوا في تلقي طلبات من شركات مختلفة لتصميم مقاطع فيديو توضيحية مخصصة لهم.

يعد الفيديو التوضيحي أحد أكثر أنواع مقاطع الفيديو شيوعاً. فهو يساعد في زيادة معدل التحويل*، كما أنه يستخدم في بناء الوعي بالبراند، وجذب انتباه العملاء والاحتفاظ به، وتبسيط وتفسير الأشياء الصعبة، وتحسين محرك البحث ** SEO، وتقليل الحاجة لمكالمات الدعم، إذ يصبح الجمهور قادر على تعليم أنفسهم كيفية استخدام المنتج والتعامل معه مما يوفر الوقت والمال، كما يُستخدم أيضاً في التسويق عبر الأجهزة المحمولة، وغالباً ما يشاهد الجمهور عبر الجهاز المحمول مقاطع الفيديو عند السعي لاكتشاف منتجات جديدة. فوجود مقاطع فيديو توضيحية متاحة بسهولة لحاملي الهاتف المحمول يُبقي المُعلن على اتصال مستمر مع جمهوره المستهدف، ويحسن الوعي بالبراند. وتستخدمه العديد من الشركات أيضاً لتحقيق تأثير أكبر على منصات وسائل التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسات إلى أن ٩٦٪ من الأشخاص تعرفوا على المنتج أو الخدمة بعد مشاهدة فيديو توضيحي؛ ويقول ٧٣٪ من الأشخاص أنهم اشتروا منتجاً بعد مشاهدة مقطع الفيديو التوضيحي؛ و٨٣٪ من المسوقين يجدون أن الفيديو التوضيحي على صفحاتهم الرئيسية له تأثير فعال. (Renderforest, 2022)

إنه يحقق أربعة أغراض رئيسية، الجذب، والمشاركة، وشرح ما تدور حوله العلامة التجارية وتعليم المتلقي لإقناعه. الفيديو التوضيحي تتراوح مدته بين ٣٠ ثانية إلى دقيقتين، وهو الطول المثالي لأقصى قدر من المشاركة. (Yans, 2021, Pg.4) ولن يكون الفيديو التوضيحي فعالاً إلا إذا تم تصميمه بشكل صحيح وأن تكون العناصر المرئية صحيحة وجذابة من الناحية الجمالية والوظيفية للجمهور المستهدف. وتنقسم مقاطع الفيديو التوضيحية لنوعين رئيسيين: وهي الرسوم المتحركة Animation والعروض الحية Live Action، وهناك أيضاً العديد من الأساليب الأخرى التي يمكن وضعها في الاعتبار عند تصميم مقطع فيديو توضيحي، سواء كانت رسوم متحركة ثنائية الأبعاد 2D، أو ثلاثية الأبعاد 3D، أو الإنفوجرافيك Infographics، أو فيديوهات السبورة البيضاء White Board، أو تحريك القصاصات Cut-Out، أو التايپوجرافيا الحركية Kinetic Typography، أو فيديوهات تسجيل الشاشة Screen Cast. وتحدد مشكلة البحث في الإجابة على السؤال التالي: كيف يمكن اختيار الأسلوب الجرافيكي المناسب في تصميم الفيديو التوضيحي لتحقيق الأهداف الإتصالية الإعلانية؟ حيث يفترض البحث أن اختيار الأسلوب الجرافيكي المناسب والأمثل في تصميم الفيديو التوضيحي يساعد على تحقيق الأهداف الإتصالية الإعلانية.

ونظراً لتعدد الأساليب الجرافيكية المتبعة في تصميم الفيديو التوضيحي، وأن لكل أسلوب من أساليب الفيديو التوضيحي أهداف إتصالية معينة، ولكل منها نقاط قوتها وضعفها الخاصة. ونظراً لأن كل أسلوب يكون هو الأنسب لتحقيق هدف معين، تتضح هنا أهمية البحث في: دراسة كيفية اختيار الأسلوب الجرافيكي الأكثر فعالية في تحقيق الأهداف الإتصالية المرجوة. كما أن هناك ندرة البحوث

* معدل التحويل هو محدد تسويقي يُستخدم لقياس كفاءة الحملات التسويقية المختلفة. (WordStream, 2023)

** تحسين محرك البحث (SEO) Search Engine Optimization هو عملية تطوير المواقع لتناسب متطلبات محركات البحث المختلفة مثل Google. (Tony, 2021)

*** Common Craft شركة يملكها شخصين، زوج وزوجة Lee and Sachi Lefever مقرهما في واشنطن بدأوا في صنع مقاطع فيديو توضيحية في عام

٢٠٠٧م، ومنذ ذلك الحين صنعوا أكثر من ٣٠ مقطع فيديو تمت مشاهدتها أكثر من ٢٠ مليون مرة. (Schreiber, 2010)

**** RSS (Real Simple Syndication) هي صيغة بيانات تمكن الشخص المشترك فيها الحصول على الأخبار والمعلومات من المواقع التي يريدها بشكل تلقائي دون الحاجة إلى زيارة الموقع الذي استمدت منه هذه المعلومات. وتظهر هذه المعلومات على أي جهاز يدعم هذه الخدمة. (The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2023)



الشكل رقم (٣) إعلان فيديو توضيحي لموقع Dropbox يشرح طريقة تخزين البيانات والمعلومات.

DropDaBox, 2009 (Accessed: Aug 11,2023)

٣- خصائص الفيديو التوضيحي:

يمكن تحديد مقاطع الفيديو التوضيحية بناءً على الميزات التالية:

٣-١ بسيط: فإنه يعطي رسالة واضحة لمنهج أو خدمة ما، وذلك من خلال الإجابة على أسئلة (ماذا) و (كيف) و (لماذا). والتفسيرات البسيطة والموجزة تعمل بشكل أفضل في إيصال الرسائل. (Angus and McKibbon, 2014, Pg.4)

٣-٢ حل مشاكل الجمهور المستهدف: أهم شيء في إعلان الفيديو التوضيحي هو التركيز على الجمهور ومشاكلهم، حتى يشعروا أنه يتم توجيه الرسائل إليهم، ويشعروا بالارتباط بالشركة أو المؤسسة المعلنة.

٣-٣ الجمع بين النص والرسومات والأصوات: يجمع بين التحفيز الصوتي والمرئي؛ لشرح مفهوم ما بطريقة بسيطة ومفهومة. وهو ما ثبت أنه يزيد من الاحتفاظ بالرسالة وتذكرها. (Sutanty, 2014) فلقد ثبت أن الأشخاص يحتفظون بأكثر من ٥٨٪ من المعلومات من خلال استخدام إشارات التعلم المرئية واللفظية. (Angus, 2023)

٣-٤ تحريك الشخصيات: مقاطع الفيديو التوضيحية مليئة بشخصيات متحركة تضيف شخصية للفيديو، مما يساعد على توليد روابط قوية بين الجمهور المستهدف والعلامة التجارية.

٣-٥ الموسيقى: تضيف الموسيقى الحيوية إلى مقاطع الفيديو التوضيحية. وموسيقى الخلفية لها أهمية كبيرة أيضاً في الفيديو التوضيحي، فالعثور على مزيج من الموسيقى المناسبة مع التعليق الصوتي والمؤثرات الصوتية يجعل الفيديو التوضيحي لا يُنسى. (Sedej, 2019, Pg.157)

٣-٦ المتعة وروح الدعابة: يوفر مقطع الفيديو التوضيحي الترفيه بالإضافة إلى المعلومات، والذي يمكن أن يحول مقطع الفيديو التوضيحي إلى تجربة مشاهدة لا تُنسى وتكون مقنعة أيضاً.

٤- فاعلية الفيديو التوضيحي:

أظهرت الدراسات أن الجمهور يشتري منتجاً أو خدمة بمجرد رؤية فيديو توضيحي مصاحب لها. ففيما يلي الأسباب الرئيسية التي دفعت الشركات والعلامات التجارية إلى استخدام هذه المقاطع في التواصل مع الجمهور المستهدف:

** Cut Out هو شكل من أشكال تقنية Stop Motion وهذه التقنية تتطلب كاميرا لتصوير سلسلة من الصور المرسومة يدوياً أو المرسومة رقمياً على الورق. وعند وضعها في تسلسل، ينتج عنها تأثير الرسوم المتحركة. (Iveta, 2022)



الشكل رقم (١) أول إعلان فيديو توضيحي تقدمه شركة Common Craft بعنوان (RSS in Plain English).

Common Craft, 2007 (Accessed: Oct 23,2023)

وفي عام ٢٠٠٨م قامت شركة Common Craft بإنشاء مقطع فيديو توضيحي يسمى (Twitter in Plain English) الموضح بالشكل رقم (٢). وكان الهدف من الفيديو هو أن يفهم الجمهور بالضبط ما هو موقع تويتر وكيف يعمل، والذي كان يُعتبر أحدث منصة تواصل اجتماعي في ذلك الوقت. وحقق الفيديو نجاحاً مبهراً، واستمر في تحقيق ما يقرب من ١٠ ملايين مشاهدة، وكان إنشائه بمثابة بداية لعصر إعلان الفيديو التوضيحي. (Angus and McKibbon, 2014, Pg.3)



الشكل رقم (٢) إعلان فيديو توضيحي لمنصة التواصل الاجتماعي Twitter يشرح طريقة عمله

Common Craft, 2008 (Accessed: Oct 20,2023)

ثم في عام ٢٠٠٩م، أنشأ موقع *Dropbox مع شركة Common Craft مقطع فيديو توضيحي بسيط يشرح كيفية عمل خدمة تخزين البيانات والمعلومات الموضح بالشكل رقم (٣)، باستخدام قصاصات الورق وأسلوب **Cut Out. أدى هذا الفيديو إلى اشتراك ١٠ ملايين مستخدم في الخدمة، و ٥٠ مليون دولار من الإيرادات، ومن بعد ذلك، انتقلت شركة Common Craft إلى بناء مكتبة من مقاطع الفيديو التعليمية التوضيحية التي يمكن مشاركتها. وبدأ المتخصصون في التسويق والكثير من الشركات الناشئة في رؤية قوة وتأثير إعلان الفيديو التوضيحي. وبدأ في أن يصبح مفهوم إعلان الفيديو التوضيحي جزءاً أساسياً من استراتيجية التسويق لأي شركة. (Staff, 2020) وسرعان ما بدأت شركات الإنتاج في التطور وإنشاء هذه المقاطع باستخدام برامج الرسوم المتحركة. (Tenzer, 2018)

* Dropbox هي خدمة تخزين وحفظ الملفات تديرها الشركة الأمريكية. (Kolodny, 2018)

١-٤ مقاطع الفيديو التوضيحية توفر الوقت:

يبلغ متوسط الطول الجيد للفيديو التوضيحي حوالي دقيقة ونصف إلى دقيقتين ونصف. فمن السمات المهمة لإعلان الفيديو التوضيحي الجيد هو أنه يشرح المنتج أو الخدمة بشكل فعال في فترة زمنية قصيرة بشكل ملحوظ. ويعتبر عرض وتلخيص المنتج أو الخدمة في مقطع فيديو موجز يوفر الوقت لكل من الجمهور وفريق المبيعات. وبالنسبة للجمهور، بدلاً من الاضطرار إلى قراءة صفحات طويلة على الموقع الإلكتروني يمكنهم مشاهدة مقطع فيديو واحد، ويمكن أيضاً أن تساعد في الإجابة على بعض الأسئلة الشائعة عن الشركة. ويعتمد طول الفيديو التوضيحي على المنصة التي يتم عرضه بها. (Biteable, 2023)

٢-٤ مقاطع الفيديو التوضيحية عملية وسهلة الفهم:

إذا كان المنتج أو الخدمة معقدة بعض الشيء، فمن المفيد الحصول على فيديو لتوضيح ما يفعله المنتج أو الخدمة بصرياً وكيف سيستفيد المتلقي منه. وعندما تصبح الأمور سهلة الفهم، فإنها تحفز الجمهور على معرفة المزيد عن المنتج أو الخدمة. هذا يساعد بالتأكيد على زيادة حركة المرور وتحسين معدل التحويلات. فنسبة ٩٠٪ من الجمهور أفروا إنهم اتخذوا قرارات الشراء بشكل أسرع بعد مشاهدة الفيديو التوضيحي. (Anh, 2021)

٣-٤ مقاطع الفيديو التوضيحية تبني الوعي بالعلامة التجارية:

بالإضافة إلى ألوان العلامة التجارية أو الموسيقى المستخدمة، فهي انعكاس لشخصية البراند، ويمكن أن يساعد عرض وشرح الصفات المميزة للعلامة التجارية في جذب الجمهور المستهدف. فيرى ٩٧٪ من المعلنين أن مقاطع الفيديو التوضيحية ساعدت المستخدمين على فهم منتجاتهم أو خدماتهم بشكل أفضل. ويشاهد ٩٥٪ من الأشخاص مقطع فيديو توضيحي عند رغبتهم في التعرف على منتج أو خدمة ما. (Kasparova, 2023)

٤-٤ مقاطع الفيديو التوضيحية تعرض المنتج:

يعتبر مقطع الفيديو التوضيحي بمثابة متجر إلكتروني؛ فهو يسمح للجمهور بالتعامل مع المنتج بالفعل عن طريق شرح مميزات المنتج وإظهار سهولة الاستخدام في الفيديو كما بالشكل رقم (٤) أو إظهار أشخاصاً حقيقيين يستخدمون المنتج. كل هذه الطرق يمكن من خلالها اكتساب ثقة الجمهور حول القيمة والجودة وبضيف المصادقية ويؤدي إلى زيادة معدل التحويل عن طريق الاحتفاظ بها على الموقع. (Wdc_Dev, 2021)



الشكل رقم (٤) إعلان فيديو توضيحي لماكينة الحلاقة Panasonic يصف المنتج تفصيلاً ويعرض مميزاته لاستخدامه في التجارة الإلكترونية.

Channel Panasonic - Official, 2017 (Accessed: Oct 25,2023)

٥-٤ مقاطع الفيديو التوضيحية هي أداة تعلم إلكترونية فعالة:

وإن الطريقة الجديدة للاتصال البصري يمكن استخدامها ليس فقط للتدريب، ولكن أيضاً للأغراض التعليمية. فيستفيد المعلنون من مقاطع الفيديو التوضيحية ليس فقط كمصدر للمعلومات، ولكن أيضاً كأدوات تعليمية. (Kramer and Böhrs, 2017, Pg.3) وتتعدد الفرص التي يتيحها الفيديو التوضيحي للأغراض التعليمية:

- يعمل كأداة فعالة لتطوير المهارات البسيطة والشاقة.
- يجذب الانتباه ويحتفظ به ويشرك الجمهور.
- يُسهل إدراك المعلومات الجديدة والمعقدة.
- تُرى بأنواع أخرى من المواد التعليمية أو التسويقية (كالنصوص والمخططات والرسوم البيانية).
- يعمل كوسيلة لإظهار الأوضاع والأحداث في العالم الحقيقي التي لا يمكن إظهارها مباشرة في وقتها كالتجارب المعملية وما إلى ذلك. (Irene, 2023)

٦-٤ مقاطع الفيديو التوضيحية متعددة الاستخدامات والأغراض:

تماماً مثل الطريقة التي يسهل بها مشاركة فيديو توضيحي ونشره عبر العديد من الوسائط المختلفة مثل، YouTube، LinkedIn، Facebook، Instagram و Twitter. يمكن أيضاً إعادة استخدامه عبر العديد من قنوات الاتصال المختلفة أو أخذ مقاطع منه لاستخدامات تسويقية أخرى. فيمكن إنشاء إصدار أقصر في المدة ليناسب الوقت المحدد على Instagram أو استخدام بعض اللقطات من الفيديو التوضيحي في مقاطع الفيديو التسويقية المستقبلية، وهي طريقة فعالة من حيث التكلفة.

وإذا تم اختيار فيديو توضيحي من نوع الرسوم المتحركة، فهناك ميزة إضافية لذلك وهي القدرة على إعادة توظيف التصميم أو الشخصيات للاستخدام المستقبلي سواء كانت مقاطع فيديو متحركة أو ملحقات تصميم مثل الرسوم البيانية والعروض التقديمية وغيرها.

٥- مراحل تصميم الفيديو التوضيحي:

١-٥ مرحلة البحث: معرفة الجمهور المستهدف وأبحاث السوق هي مرحلة أساسية من العملية الإبداعية. لذا قبل الوصول إلى الجزء التصميمي أو البدء في تسجيل الفيديو التوضيحي، يجب الوصول لأجوبة الأسئلة التالية:

١-٥ مرحلة البحث: معرفة الجمهور المستهدف وأبحاث السوق هي مرحلة أساسية من العملية الإبداعية. لذا قبل الوصول إلى الجزء التصميمي أو البدء في تسجيل الفيديو التوضيحي، يجب الوصول لأجوبة الأسئلة التالية:

- ما هو هدف الفيديو المطلوب تصميمه؟ (تعليمي، تسويقي، ترفيهي، أو غيره)؟ فدون وجود هدف واضح، لا يمكن قياس النجاح.
- ما هي القنوات التي سنستخدمها لتسويق الفيديو؟ (تلفزيون، مواقع تواصل اجتماعي، أو غيرها)؟
- ما هي نوعية الجمهور المستهدف؟ حيث إنه تختلف التفضيلات باختلاف العمر والجنس ونمط الحياة والدخل والمنطقة الجغرافية وطريقة التفكير، مع العلم أن هذا سيضع الأساس للسؤال التالي.

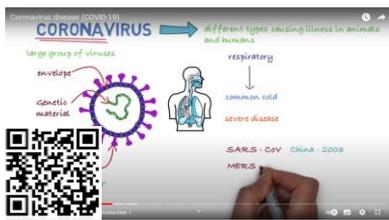
بعد حركة اليد التي تقوم بالرسم. إنها طريقة شائعة بشكل خاص لتوصيل المعلومات المعقدة لأن الرسومات البسيطة سهلة الفهم.

وتحقق مقاطع فيديو التوضيحية بأسلوب السبورة البيضاء مبادئ ريتشارد ماير* لتصميم الوسائط المتعددة. وتشمل بعض المبادئ الرئيسية وهي ما يلي:

1. **مبدأ التماسك:** قطع الكلمات والصور والأصوات الدخيلة. تسعى مقاطع فيديو Whiteboard إلى تخفيف الأحمال المعرفية، مما يسمح للمشاهد بالتركيز فقط على المعلومات الموجودة. يتم ذلك من خلال استخدامهم للرسومات بالأبيض والأسود ومحدودية نص الشاشة.
2. **مبدأ الإشارة:** استخدام ألوان مختلفة من العلامات (أي الأحمر) لتسليط الضوء على المصطلحات والحقائق والمعلومات المهمة. كما أنه يوجه المشاهد إلى معلومات مهمة حيث ترسم «اليد» على الشاشة محتوى جديد.
3. **مبدأ عدم التكرار:** استخدام الصوت والمرئيات لتوصيل المعلومة، دون تكرارها كنص على الشاشة. فعندما يتم إعطاء المعلومات في أشكال عديدة جداً، يعتبرها الدماغ تلقائياً زائدة عن الحاجة، ويوليها اهتماماً أقل.
4. **مبدأ التواصل المكاني:** يتم وضع الكلمة والصور معاً على الشاشة، مما يؤدي إلى بناء علاقة بين الأفكار داخل الفيديو. (Ivan Andrianko, 2023)

٢-١-٦ استخدامات مقاطع الفيديو بأسلوب السبورة البيضاء لتحقيق الأهداف الاتصالية:

- **شرح فكرة ما:** عند تقديم مفهوم أو فكرة جديدة يصعب شرحها بالكلمات وحدها. فقامت منظمة الصحة العالمية WHO بتقديم إعلان فيديو توضيحي لفيروس كورونا المستجد، واستخدمت أسلوب السبورة البيضاء لتوعية الجمهور بالوباء الجديد. ويخبرنا كيف ينتقل الفيروس وطرق الوقاية منه. (John, 2021)



الشكل رقم (٥) إعلان فيديو توضيحي بأسلوب السبورة البيضاء لمنظمة الصحة العالمية للتوعية بمرض الكوفيد.

World Health Organization (WHO), 2020 (Accessed: Oct 25,2023)

- قد لا تكون مقاطع الفيديو التوضيحية السبورة البيضاء فعالة للشركات التي تستهدف جمهوراً أكثر جدية أو احترافاً، حيث يمكن أن يجعل استخدام الرسوم التوضيحية والرسومات الخاصة بهذا النوع يبدو أقل جدية.

وتصميم الوسائط المتعددة التعليمية. (Richard Mayer | Psychological & (Brain Sciences | UCSB, 2022

- كيف نريد تصوير العمل؟ أو ما هو أسلوب أو نمط الفيديو الذي يُفضل استخدامه؟ (Kokate, 2023)

٢-٥ مرحلة ما قبل الإنتاج: مرحلة كتابة السيناريو واللوحة القصصية.

- **بعض الأشياء التي يجب البحث عنها أثناء صياغة السيناريو:** يحتاج أسلوب النص إلى ملاءمة الرسالة والجمهور المستهدف. ومن الممكن أن يكون على شكل محادثة، رسمي، مضحك، أو جاد، ومن الممكن استخدام اللغة غير الرسمية بعض الأحيان، ولكن دون مبالغة. ويجب أن يكون النص بسيطاً وقصيراً أثناء الوصول إلى جميع النقاط لجعل الجمهور مهتماً بالعلامة التجارية. ويجب أن يفهم الجمهور ما يحاول الفيديو إيصاله في أول ٣٠ ثانية من الفيديو التوضيحي.
- **تمثل لوحة القصة مقطع الفيديو التوضيحي،** إنها أحد المكونات الأساسية لمرحلة ما قبل إنتاج الفيديو وتشكل الاتجاه التصميمي المرئي الذي سيبثعه رسامو الرسوم المتحركة أو المصور للإنتاج. (MotionGility, 2023)

٣-٥ مرحلة الإنتاج: مرحلة التصوير أو تصميم الرسومات والرسوم المتحركة.

٤-٥ مرحلة ما بعد الإنتاج: مرحلة تحرير الفيديو وإضافة الصوت والتعليق الصوتي.

- تعتبر العناصر الصوتية ضرورية تماماً مثل العناصر المرئية لإضافة لمسة شخصية إلى مقاطع الفيديو التوضيحية وجعلها أكثر جاذبية.
- بمجرد تجميع العناصر المرئية المساعدة، وتسجيل الصوت، وإتمام مسارات الموسيقى والمؤثرات الصوتية، فإن مرحلة ما بعد الإنتاج هي المرحلة التي يجتمع فيها كل شيء لإنتاج الفيديو التوضيحي النهائي.

٦- الأساليب الجرافيكية في تصميم الفيديو التوضيحي:

١-٦ أسلوب السبورة البيضاء Whiteboard Animation: تعريف أسلوب السبورة البيضاء:

هو نوع معين من العرض التقديمي الذي يستخدم عملية إنشاء سلسلة من الصور المرسومة على السبورة البيضاء التي يتم تسجيلها بالتسلسل ثم يتم تشغيلها مرة أخرى لإنشاء عرض رسوم متحركة. وهو أسلوب فيديو مصمم ليبدو وكأن المحتوى يتم رسمه يدوياً على السبورة البيضاء أو الخلفية البيضاء. يحتوي الأسلوب الكلاسيكي لفيديو السبورة البيضاء على ثلاثة أشياء: هي الخلفية البيضاء، يد للرسم، والرسم باللون الأسود. ويتم الكشف عن الرسوم التوضيحية

* Richard E. Mayer من مواليد ١٩٤٧م وهو عالم نفس تربوي أمريكي وقدم إسهامات كبيرة في نظريات الإدراك والتعلم، خاصة فيما يتعلق بحل المشكلات

الفيديو التوضيحية الحية في إنشاء اتصال شخصي وعاطفي أكثر مع الجمهور، لأنها تسمح لهم برؤية وسماع أشخاص حقيقيين يستخدمون المنتج في الواقع ويناقدون فوائد المنتج أو الخدمة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام مقاطع الفيديو التوضيحية الحية لخلق إحساس بالأصالة والمصداقية والارتباط. (Animotion, 2023)

٢-٣-٦ استخدامات مقاطع الفيديو التوضيحية بأسلوب العرض الحي لتحقيق الأهداف الإتصالية:

- عند الترويج لمنتج أو خدمة مادية يتم إظهارها بشكل أفضل من خلال الاستخدام الواقعي.
- عند محاولة عرض الجانب البشري من العمل، مثل الفريق الذي يقف وراء هذا العمل.
- عند محاولة استهداف مجموعة ديموغرافية معينة، حيث يمكن استخدامها لعرض أشخاص حقيقيين من جميع الأعمار والأعراق والأجناس، يمثلون الجمهور المستهدف.
- إنشاء فيديو لجولة لعرض مؤسسات المعن.
- تقديم دورات تعليمية وإنشاء مقاطع فيديو للمبيعات والتسويق للحملات.
- تجدر الإشارة إلى أن إنتاج مقاطع الفيديو التوضيحية الحية قد يكون أكثر تكلفة من الأنواع الأخرى من مقاطع الفيديو التوضيحية.

وهذا الفيديو التوضيحي لشركة Dollar Shave Club وهي شركة أمريكية تقدم ماكينات الحلاقة وغيرها من منتجات العناية الشخصية والذي مدته ٩٠ ثانية. ويُقال إنه أنجح الفيديوهات التوضيحية من نوع العرض الحي في جميع أنحاء العالم. هذا لأنه جذب عددًا كبيرًا من الجماهير. حيث تلقت العلامة التجارية ١٢٠٠٠ طلب خلال ٤٨ ساعة من تحميل الفيديو على موقع YouTube. ويمزج الفيديو بين الفكاهة لجذب انتباه الجمهور وتقديم تجربة مشاهدة لا تُنسى. فمؤسس الشركة، مايكل دوبيين، يتحدث مباشرة إلى الجمهور. هذا يخلق إحساسًا بالثقة والشفافية حول العلامة التجارية، وهو أمر مهم للشركات التي تتعامل مباشرة مع المستهلك. ويصور الفيديو بكفاءة هوية العلامة التجارية. وكل شيء حقق ذلك، من الدعاية والرسائل المباشرة إلى العناصر المرئية والنغمة. (Jain, 2023)



الشكل رقم (٧) إعلان فيديو توضيحي بأسلوب العرض الحي لشركة ماكينات الحلاقة Dollar Shave Club.

Dollar Shave Club, 2012 (Accessed: Oct 20,2023)

٤-٦ أسلوب الموشن جرافيك Motion Graphic: تعريف أسلوب الموشن جرافيك:

هو فن تحويل العناصر الثابتة مثل الرسومات والصور والنصوص والشعارات إلى تصاميم متحركة بإضافة بُعد آخر هو: الزمن (Fesher, 2017).

٢-٦ أسلوب تسجيل الشاشة Screen Cast: تعريف أسلوب تسجيل الشاشة:

فيديو تسجيل الشاشة Screencast هو عبارة عن تسجيل فيديو لشاشة الكمبيوتر أو الموبايل. يمكن أن يتضمن الشاشة أي شيء من الصور الثابتة (على سبيل المثال، الشرائح التي تحتوي على نص أو صور فوتوغرافية) إلى الحركة الكاملة على (سبيل المثال، حركة مؤشر الفأر، والرسم أو الكتابة على شريحة، وما إلى ذلك. ويمكن تعزيز Screencasts بإدراج Call Outs كالأسماء أو الدوائر التي تؤكد على أجزاء معينة من الشاشة أو بطاقات العناوين Title Cards، وهي عبارة عن شرائح بجانب النصوص توفر معلومات حول الفيديو أو العلامة التجارية أو أي شيء آخر نريد إيصاله إلى الجمهور.

٢-٢-٦ استخدامات مقاطع الفيديو التوضيحية بأسلوب تسجيل الشاشة لتحقيق الأهداف الإتصالية:

- عند الترويج لبرنامج أو تطبيق أو منصة عبر الإنترنت، والرغبة في إظهار ميزاته وقدراته.
- عند محاولة خلق إحساس بالخبرة للعلامة التجارية من خلال إظهار كيفية عمل المنتج أو الخدمة بطريقة عملية.
- عند محاولة استهداف جمهور أكثر اهتمامًا بالتقنيات، حيث يمكن استخدام مقاطع فيديو تسجيل الشاشة لشرح المفاهيم والإجراءات التقنية خطوة بخطوة.
- قد لا تكون مقاطع الفيديو التوضيحية Screencast فعالة للشركات أو المؤسسات التي تستهدف جمهورًا أكثر عمومية، لأن استخدام التفسير التقني يمكن أن يجعل الفيديو يبدو أكثر تعقيدًا ويصعب فهمه. (Animotion, 2023)

على سبيل المثال فيديو بنك مصر بالشكل (٦) الذي يشرح كيفية استخدام تطبيق الهاتف البنكي BM Online لحجز زيارة للفرع. ومدته ٤٥ ثانية واستخدم هنا تسجيل الشاشة والأيقونات مع إضافة بطاقات العناوين وكتابة خطوات العملية بجانب الشاشة.

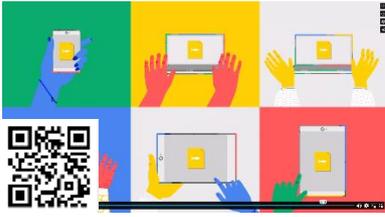


الشكل رقم (٦) إعلان فيديو توضيحي بأسلوب تسجيل الشاشة لشرح كيفية حجز زيارة للبنك من خلال التطبيق.

Banque Misr, 2021 (Accessed: Oct 25,2023)

٣-٦ أسلوب العرض الحي Live Action: تعريف أسلوب العرض الحي:

مقاطع فيديو العرض الحي هي عبارة عن مقاطع فيديو حية يتم تسجيلها بالكاميرا. وهي نوع من مقاطع الفيديو الترويجية وتكون الأنسب للخدمات مثل المطاعم والمجموعات الاستشارية وما إلى ذلك. فتستخدم هذه المقاطع أشخاصًا حقيقيين ولقطات حية لشرح منتج أو خدمة أو مفهوم بطريقة جذابة وقابلة للتواصل. يمكن أن تساعد مقاطع



الشكل رقم (٨) إعلان فيديو توضيحي موشن جرافيك لمحرك البحث Google يشرح خدمة Google For Education .
Tiwari, 2022 (Accessed: Nov 12,2023)

٦-٥ أسلوب الإنفوجرافيك Infographic : ٦-٥-١ تعريف أسلوب الإنفوجرافيك :

يُعرّف الإنفوجرافيك على أنه تصور للبيانات أو الأفكار والتي تحاول نقل معلومات معقدة إلى الجمهور بطريقة يمكن أن تكون سريعة في استهلاكها وسهولة فهمها (Smiciklas, 2012). وهي نوع من الصور التي تمزج البيانات مع التصميم، وتساعد الأفراد والمنظمات من أجل نقل رسائلهم إلى جمهورهم. (Delil, 2017, Pg.1178) والإنفوجرافيك نوعان: ثابت ومتحرك. الإنفوجرافيك المتحرك هو عبارة عن رسومات تصويرية متحركة يتفاعل معها المتلقي. (محمد شلتوت، ٢٠١٦م، ص١١٥)

٦-٥-٢ استخدامات مقاطع الفيديو التوضيحية بأسلوب الإنفوجرافيك لتحقيق الأهداف الإتصالية:

- عندما نريد إظهار البيانات أو الإحصائيات بطريقة جذابة.
- عندما نريد جعل المعلومات المعقدة أكثر قابلية للفهم .
- عند محاولة استهداف جمهور يعتمد على البيانات.
- عند محاولة خلق إحساس بالخبرة للعلامة التجارية من خلال تقديم المعلومات، والبيانات بطريقة، واضحة، وموجزة.

ويعتبر فيديو "انتظار سوبرمان" في الشكل رقم (٩) أحد أفضل مقاطع الفيديو التوضيحية بأسلوب الإنفوجرافيك. فهو يشرح الوضع الحالي للتعليم في الولايات المتحدة. يحتوي الفيديو على عدد محدود من الألوان، مع التركيز على التعليق الصوتي والنص الذي يوصل الرسالة بأكملها. (Ank, 2023)



الشكل رقم (٩) إعلان فيديو توضيحي "انتظار سوبرمان" يشرح الوضع الحالي للتعليم في الولايات المتحدة.
Krum, 2019 (Accessed: Nov 22,2023)

٦-٦ أسلوب إيقاف الحركة Stop Motion : ٦-٦-١ تعريف أسلوب إيقاف الحركة :

تقنية رسوم متحركة يتم من خلالها التلاعب بجسم ما وتصويره على إطار واحد من فيلم الصور المتحركة بحيث يبدو أنه يتحرك بمفرده. يتم تحريك الكائن بزيادات صغيرة بين الإطارات التي تم

والموشن جرافيك هو أحد أنواع مقاطع الفيديو التوضيحية التي تجمع بين الرسوم المتحركة والتأثيرات المرئية والتصميمات السينمائية الأخرى لإضافة الحركة للصور الساكنة. والنتيجة هي شرح رسومي أسر وملون وديناميكي يربط الجمهور من الثانية الأولى. ويتم تصميم مقاطع الفيديو التوضيحية بأسلوب الموشن جرافيك عندما يكون الجمهور غير متأكد من موضوع أو منتج أو خدمة. (فاتن إبراهيم، ٢٠٢١م، ص٢٣) فتتناول مقاطع الفيديو التوضيحي المواقف، والعمليات المعقدة، وذلك بهدف تقسيم هذه العمليات والمواقف إلى أجزاء يمكن التحكم فيها لكي يتم إيصال الصورة الكاملة، (أية مناع، ٢٠٢٠م، ص٢٥)

هناك سمات رئيسية يتميز بها أسلوب الموشن جرافيك، عن غيرها من مقاطع الفيديو التوضيحية الأخرى تتمثل في النقاط التالية:

- **التبسيط:** فمن خصائص الموشن جرافيك، أنه يعمل على تبسيط الأفكار المعقدة، والبيانات الصعبة، بكل سهولة ويسر.
- **الألوان الزاهية:** فهي تستخدم الألوان الزاهية مجتمعة؛ لأغراض تعليمية.
- **التشويق والإثارة:** إذ إنه من الممكن تحويل العديد من المحتويات، أو الموضوعات المملة، إلى فيديوهات ممتعة، ومرحة في الوقت نفسه
- **شرح الأفكار المعقدة:** يجعل من السهل شرح المفاهيم المجردة والصعبة.
- **إمكانية المزج بين الموشن جرافيك وغيرها من أساليب الفيديو التوضيحية الأخرى:** إذ إنها تضيفي على العمل مشاعر وروحًا وحيوية، فقد يكون الموشن جرافيك فيه شيء من الجمود في بعض الأحيان، فعلى سبيل المثال، الاستعانة بإضافة شخصية متحركة إلى الموشن جرافيك يضيفي على العمل متعة وجاذبية وتأثير. (أية مناع، ٢٠٢٠م، ص١٩)

٦-٤-٢ استخدامات مقاطع الفيديو التوضيحية بأسلوب الموشن جرافيك لتحقيق الأهداف الإتصالية:

- عند الترويج لمنتج أو خدمة تتطلب فيديو جذابًا وديناميكيًا بصريًا .
- عند محاولة خلق إحساس بسرد القصص، والذي يمكن أن يساعد في جعل الفيديو أكثر ارتباطًا ولا يُنسى للجمهور. (Animation, 2023)
- العديد من العلامات التجارية لا تريد مظهرًا كاريكاتوريًا. يمكن أن يساعد الموشن جرافيك في ذلك. (Groves, 2023)

وهذا الفيديو من Google هو كل ما يمكن أن يكون عليه فيديو الموشن جرافيك. رسوم متحركة ثنائية الأبعاد بسيطة تشرح كيف يقدم محرك البحث Google خدمات يمكن استخدامها لتتقيف الجمهور وربطهم. إن الوتيرة السريعة جنبًا إلى جنب مع الموسيقى ذات الإيقاع المرتفع تحافظ على مشاركة المشاهد، فهي ليست سريعة جدًا أو بطيئة جدًا، وهذا أمر بالغ الأهمية لجذب الانتباه. والرسومات ليست معقدة للغاية. كذلك الطريقة التي يستخدمون بها ألوان Google المألوفة. (Wdc_Dev, 2022)

- تُستخدم بشكل كبير في الخطابات. فيمكن للنص المتحرك التعبير عن الشعور وراء الكلمات لتأثير تحفيزي وإلهام المشاهدين لاتخاذ إجراءات.
- عادة ما يكون لدى المؤسسات الخيرية موضوعات صعبة لتغطيتها في حملاتها. فقد تلجأ في بعض الأحيان إلى التايوجرافيا الحركية للتعبير عنها.

يُظهر الفيديو بالشكل (١١) لشركة النظارات Eyemart Express للجمهور ثلاث خطوات للعثور على النظارات الملائمة المثالية. يتم استخدام التايوجرافيا الحركية، جنباً إلى جنب مع الرسوم التوضيحية المصاحبة، لتوضيح كل خطوة وتسهيل فهم النقاط. (Ferguson, 2024)



الشكل رقم (١١) إعلان فيديو توضيحي لشركة النظارات Eyemart Express يستخدم أسلوب التايوجرافيا الحركية. (Ferguson, 2024 (Accessed: Nov 10,2023)

٨-٦ أسلوب الرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد 2D Animation : ١-٨-٦ تعريف أسلوب الرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد:

الرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد هي عرض سريع متتابع من الصور ثنائية الأبعاد لإظهار إحياء بالحركة. (أية مناع، ٢٠٢٠م، ص٩)

٢-٨-٦ استخدامات مقاطع الفيديو التوضيحية بأسلوب الرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد لتحقيق الأهداف الاتصالية:

- غالبًا ما تكون الرسوم المتحركة هي التنسيق المفضل لشرح الخدمات أو المنتجات التقنية غير الملموسة مثل البرامج.
- عند محاولة جذب مجموعة ديموغرافية أصغر سنًا.

وفي المثال رقم (١٢) لمديرية الطيران المدني في لوكسمبورغ، تقدم الفيديو التوضيحي الذي أنشأته وكالة سلامة الطيران التابعة للاتحاد الأوروبي (EASA)، وهو يشرح اللائحة الأوروبية الجديدة لاستخدام الطائرات بدون طيار. (Gouvernement LU, 2021)



الشكل رقم (١٢) إعلان فيديو توضيحي بأسلوب الرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد لمديرية الطيران المدني في لوكسمبورغ يشرح لائحة استخدام الطائرات بدون طيار.

Gouvernement LU, 2021 (Accessed: Nov 11,2023)

تصويرها بشكل فردي، مما يخلق الوهم بالحركة عندما يتم تشغيل سلسلة الإطارات كتسلسل سريع. (Maselli, 2018, Pg.54)

٢-٦-٦ استخدامات مقاطع الفيديو التوضيحية بأسلوب إيقاف الحركة لتحقيق الأهداف الاتصالية:

- هي أفضل تقنية لتصوير أشياء ملموسة مثل الطعام والنباتات والأزهار وغير ذلك، والتي يجب استخدامها أيضًا في بعض السياقات كضرورة. فقد تكون الخيار الصحيح إذا أردت العلامة إحداث تأثير أكبر وأن تبرز بين منافسيها.
- هذا النوع من الرسوم المتحركة يحظى بشعبية كبيرة في الإعلانات والمنتجات، فهو من أفضل التقنيات لاستخدامها في الرسوم المتحركة لإضفاء الحيوية على الكائنات الثابتة على الشاشة.

في هذا الفيديو المتحرك لطيران الإمارات بالشكل رقم (١٠). قاموا بدمج الرسوم المتحركة التقليدية بسلاسة مع نماذج إيقاف الحركة ثلاثية الأبعاد 3D Stop Motion. ويقدموا في هذا الإعلان فكرة مرحة عن قضية مزعجة في السفر بالطائرة: وهي الأطفال الصاخبون الذين لا يحبون الطيران. من خلال نبرة مرحة وخفيفة، يحرص الفيديو على عدم الإساءة إلى أي شخص من خلال التعاطف مع جميع الأطراف، مع توضيح وشرح حلول الشركة لهم: وهو المزيد من خيارات الترفيه لإبقاء الأطفال سعداء. (Santiago, 2023)



الشكل رقم (١٠) إعلان فيديو توضيحي لطيران الإمارات المملكة لحكومة دبي للاستثمار بدمج الرسوم المتحركة التقليدية مع نماذج إيقاف الحركة ثلاثية الأبعاد. Broadcast2World - Animated Video Production, 2022 (Accessed: Nov 12,2023)

٧-٦ أسلوب التايوجرافيا الحركية Kinetic Typography : ١-٧-٦ تعريف أسلوب التايوجرافيا الحركية :

النص الذي يستخدم الحركة أو غيرها ظهر مؤخرًا كشكل جديد من أشكال الاتصال. (Lee, Forlizzi and Hudson, 2002, Pg.81) والتايوجرافيا الحركية هي الرسوم المتحركة للحرف المصنوع بواسطة الكمبيوتر. ويمكن أن يعبر تحريك حرف بواسطة الكمبيوتر عن الشعور والاتجاه، والتعبير عن الصورة وشرح الموقف. (Uekita, Harada and Furukata, 2003, Pg.230)

٢-٧-٦ استخدامات مقاطع الفيديو التوضيحية بأسلوب التايوجرافيا الحركية لتحقيق الأهداف الاتصالية:

- التايوجرافيا الحركية هي وسيلة رائعة لرواية القصص: بالإضافة إلى جذب انتباه الأشخاص الذين يختارون المشاهدة بلا صوت.

• الأهداف الاتصالية	الأسلوب الجرافيكي
• تلخيص المعلومات وتحقيق أهداف تعليمية.	أسلوب السبورة البيضاء
• شرح المفاهيم والعمليات التقنية.	أسلوب تسجيل الشاشة
• استهداف مجموعة ديموغرافية معينة ، وخلق ارتباط عاطفي مع الجماهير.	أسلوب العرض الحي
• خلق إحساس بسردي القصص.	أسلوب الموشن جرافيك
• استهداف جمهور يعتمد على البيانات والاحصاءات.	أسلوب الإنفوجرافيك
• تصوير الأشياء الملموسة لإضفاء الحيوية عليها على الشاشة.	أسلوب إيقاف الحركة
• رواية القصص والخطابات.	أسلوب التايوجرافيا الحركية
• شرح المنتجات والخدمات الغير ملموسة، وعند جذب مجموعة ديموغرافية أصغر سنًا.	أسلوب الرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد
• اظهار رؤية واقعية للعناصر التي يصعب وصفها.	أسلوب الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد

المخطط رقم (1) مخطط يوضح العلاقة بين الأساليب الجرافيكية في تصميم الفيديو التوضيحي والأهداف الاتصالية التي يحققها كل أسلوب.
(من تصميم الباحثة)

ثانيًا: الإطار التحليلي للبحث:

من خلال الدراسة النظرية قامت الباحثة بدراسة تحليلية لنماذج من إعلانات الفيديو التوضيحية. وتم اختيار نماذج تستخدم أساليب جرافيكية متنوعة وموضوعات مختلفة وتستهدف جمهور متنوع.

تم اختيار نموذجين يتناولان موضوع الزكاة بالمملكة العربية السعودية؛ وذلك لتطور هذا النوع من الفيديوهات بالمملكة واستخدامه في أغلب المؤسسات الحكومية السعودية، وتم استخدام أساليب جرافيكية مختلفة في التصميم للنموذجين؛ لاختلاف طبيعة الجمهور المستهدف في كل نموذج. وتم اختيار نموذج لمصلحة الضرائب المصرية ونموذج آخر لبنك مصر.

تم اختيار النماذج من منصة اليوتيوب؛ وذلك لأنها المنصة الأشهر لمشاركة مقاطع الفيديو التوضيحية ومقاطع الفيديو بشكل عام، كما أنها الأيسر والأسهل في التعامل وأغلب الشركات والمؤسسات تنشئ قنوات خاصة بها على منصة اليوتيوب لعرض إعلاناتها والتواصل مع جماهيرها.

٦-٩ أسلوب الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد 3D Animation: ٦-٩-١ تعريف أسلوب الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد:

رسوم الكمبيوتر ذات البعد الثالث هي تصوير ثنائي الأبعاد لعالم محاكاة ثلاثي الأبعاد. (Beane, 2012, Pg.4) فهي عملية إنشاء صور متحركة في بيئة ثلاثية الأبعاد، مما يعطي الوهم بأن هذه الأجسام الرقمية تتحرك عبر مساحة ثلاثية الأبعاد. يتم ذلك باستخدام برامج الكمبيوتر لإنشاء ومعالجة الأشياء الرقمية، أو باستخدام أجهزة متخصصة مثل أجهزة التقاط الحركة (Mo-Cap).
يتم إنشاء الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد باستخدام برامج وأدوات مختلفة مثل Maya، Cinema 4D، Blender، و3D Max لإنشاء رسوم متحركة ثلاثية الأبعاد.

٦-٩-٢ استخدامات مقاطع الفيديو التوضيحية بأسلوب الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد لتحقيق الأهداف الاتصالية:

• إنها الأداة المثالية لعرض المنتجات أو الأجزاء المادية التي يصعب وصفها - مثل المنتج الميكانيكي- وإظهارها من كل زاوية في رؤية واقعية. فلن تعطي الرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد رؤية دقيقة لهذا، ولن يتمكن العرض الحي من إعطاء نفس النوع من (المظهر الداخلي)، أو إظهار كل التفاصيل الصغيرة ما لم تقم بعمل فيديو أطول وأكثر تعقيدًا.

في المثال رقم (١٣) فيديو توضيحي متحرك ثلاثي الأبعاد لصالح شبكات الطاقة في المملكة المتحدة ضمن حملة السلامة الإعلانية التي أصدرتها بعنوان (ابق آمنًا). وهذا الفيديو لتسليط الضوء على أهمية معدات السلامة الخاصة بمعدات الحماية الشخصية وفحوصات معدات الحماية الشخصية والاستخدام الصحيح لها. وتم تصميم هذا الفيديو بأسلوب شبه واقعي. بعد النظر في تفاصيل الجمهور المستهدف ومكان عرض الفيديو، تقرر أن الأسلوب ثلاثي الأبعاد سيكون أفضل لإيصال رسالة الصحة والسلامة. نظرًا لأن الجمهور المستهدف من مهندسين وعمال الموقع، فقد تم اتخاذ النهج المباشر إلى حد ما مع المرئيات الرقمية التقنية. (Stormy Studio Ltd, 2022)



الشكل رقم (١٣) إعلان فيديو توضيحي متحرك ثلاثي الأبعاد لصالح شبكات الطاقة في المملكة المتحدة.

Stormy Studio Ltd, 2017 (Accessed: Nov 10,2023)

٧-٧ فاعلية الأساليب الجرافيكية في تصميم الفيديو التوضيحي لتحقيق الأهداف الاتصالية:

تتنوع الأساليب الجرافيكية المستخدمة في تصميم مقاطع الفيديو التوضيحية والتي تلبي احتياجات وأهداف الاتصال المختلفة. ويوضح المخطط رقم (١) الأساليب الجرافيكية التي تم تناولها في البحث والأهداف الاتصالية التي يمكن أن يحققها كل أسلوب.

النموذج الأول:

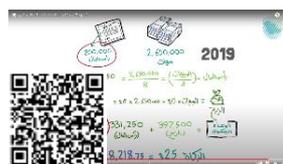
خلال اليد التي ترسم على الشاشة محتوى جديد كما موضح بالشكل (١٥-٤).	مدى ملائمة الأسلوب الجرافيكي المستخدم للرسالة الإعلانية
استخدام أسلوب السبورة البيضاء هنا ملائم للموضوع، فهو أسلوب سريع وسهل وغير مكلف بالنسبة للمؤسسة ومثير للاهتمام بصرياً، كذلك تعد الفيديوهات التوضيحية بأسلوب السبورة البيضاء مواد مرجعية مثالية وطريقة فعالة لشرح الموضوعات المعقدة كعملية حساب الزكاة عبر الوعاء الزكوي، ففي الفيديو تم شرح عملية الحساب بمثال تطبيقي مستخدماً الاستعارات المرئية والرسوم البيانية لمساعدة الجمهور على معالجة المعلومات من حيث فهمها.	



(٢-١٤)



(١-١٤)



(٤-١٤)

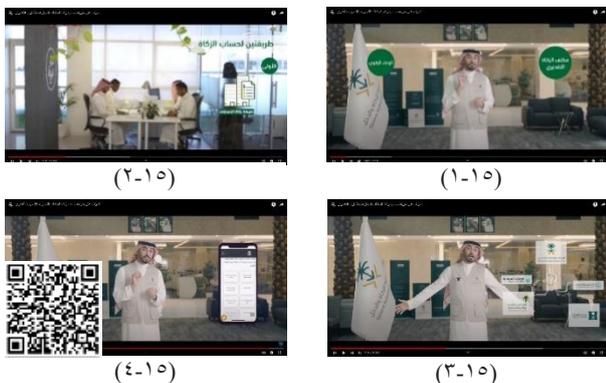


(٣-١٤)

الشكل رقم (١٤) إعلان فيديو توضيحي لصالح هيئة الزكاة والضريبة والجمارك بالسعودية يشرح أنواع مكفي الزكاة وكيفية حسابها. (Accessed: Nov 10,2023) هيئة الزكاة والضريبة والجمارك، ٢٠٢١م.

النموذج الثاني:

الجدول رقم (١) جدول تحليل النموذج الأول



(٢-١٥)

(١-١٥)



(٤-١٥)



(٣-١٥)

الشكل رقم (١٥) إعلان فيديو توضيحي لصالح هيئة الزكاة والضريبة والجمارك بالسعودية يشرح طريقة حساب زكاة المنشآت التجارية بالأسلوب التقديري. (Accessed: Nov 10,2023) هيئة الزكاة والضريبة والجمارك، ٢٠٢١م.

الجدول رقم (٢) جدول تحليل النموذج الثاني

توصيف الإعلان	الشركة أو المؤسسة المعلنه
هيئة الزكاة والضريبة والجمارك السعودية.	المنتج أو الخدمة
خدمة حساب الزكاة عبر الوعاء الزكوي.	الدولة
المملكة العربية السعودية.	سنة الإعلان
١٧ أغسطس عام ٢٠٢١م.	مدة الفيديو
ثلاث دقائق و٢٣ ثانية.	الرسالة الإعلانية
فيديو توضيحي يشرح طريقة حساب زكاة المنشآت التجارية الصغيرة والمتوسطة بالأسلوب التقديري.	المشاهدات
حقق الفيديو التوضيحي أكثر من ٢٨,٥١٣ من المشاهدات على موقع اليوتيوب حتى تاريخ ٢٧ يناير عام ٢٠٢٤م.	هدف الفيديو التوضيحي
هدف تعليمي وتوضيحي.	

توصيف الإعلان

توصيف الإعلان	الشركة أو المؤسسة المعلنه
هيئة الزكاة والضريبة والجمارك السعودية.	المنتج أو الخدمة
خدمة حساب الزكاة عبر الوعاء الزكوي.	الدولة
المملكة العربية السعودية.	سنة الإعلان
٢٩ نوفمبر عام ٢٠٢١م.	مدة الفيديو
أربع دقائق و٣٣ ثانية.	الرسالة الإعلانية
فيديو توضيحي يشرح بأسلوب بسيط أنواع مكفي الزكاة بالمملكة العربية السعودية وطريقة حسابها عبر الوعاء الزكوي.	المشاهدات
حقق الفيديو التوضيحي أكثر من ٢٢,٦٨٦ من المشاهدات على موقع اليوتيوب حتى تاريخ ٢٧ يناير عام ٢٠٢٤م.	

إعلان الفيديو التوضيحي كوسيلة اتصال

هدف الفيديو التوضيحي	هدف تعليمي وتوضيحي.
الجمهور المستهدف	كل من هو مكلف بدفع الزكاة. (رأى الباحثة)
نوع الأسلوب الجرافيكي المستخدم	- أسلوب السبورة البيضاء. وقد حقق هنا بعض مبادئ ريتشارد ماير لتصميم الوسائط المرئية وهي: مبدأ التواصل المكاني: فتم وضع النصوص والرسوم المعبرة عنها على الشاشة معاً، مما يؤدي إلى بناء علاقة بين الأفكار داخل الفيديو. مبدأ الإشارة: استخدم هنا اللون الأحمر لتسليط الضوء على المعلومات المهمة. كما أنه يوجه المشاهد إلى معلومات مهمة، من خلال استخدام الأسهم أو من

المشاهدات	حقق أكثر من ٣٥٧٠ من المشاهدات على موقع اليوتيوب حتى تاريخ ٩ مارس عام ٢٠٢٤م.
هدف الفيديو التوضيحي	هدف تعليمي وتوضيحي.
الجمهور المستهدف	التجار ومقدمي الخدمات. (رأى الباحثة)
نوع الأسلوب الجرافيكي المستخدم	أسلوب الموشن جرافيك، مع استخدام عناصر ثلاثية الأبعاد.
مدى ملائمة الأسلوب الجرافيكي المستخدم للرسالة الإعلانية	- عادة ما يتم تصميم مقاطع الفيديو التوضيحية بأسلوب الموشن جرافيك عندما يكون الجمهور غير متأكد من موضوع أو منتج أو خدمة. وذلك بهدف تقسيم العمليات المعقدة إلى أجزاء يمكن التحكم فيها لكي يتم إيصال الصورة الكاملة، وهو ما يلائم الفكرة والرسالة الإعلانية هنا؛ فهو يشرح منظومة ضريبية معقدة وهي منظومة الإيصال الإلكتروني الجديدة وقسمها إلى أجزاء، فشرح ماهية الإيصال الإلكتروني وطريقة تطبيقها ومزاياها وكيفية شراء ماكينات نقاط البيع. ويفيد هذا النوع من الفيديوهات باستخدام الموشن جرافيك في مساعدة الأشخاص على التواصل والتفاعل مع منظومة الإيصال الإلكتروني الجديدة. واستخدام عناصر توضيحية ثلاثية الأبعاد مناسب لعرض العناصر المادية كماكينه نقاط البيع فتعطي إحساس بالواقعية

الجمهور المستهدف	جمهور محدد وهم أصحاب المنشآت التجارية. (رأى الباحثة)
نوع الأسلوب الجرافيكي المستخدم	أسلوب العرض الحي مع أسلوب الموشن جرافيك.
مدى ملائمة الأسلوب الجرافيكي المستخدم للرسالة الإعلانية	- أسلوب العرض الحي هنا ملائم لطبيعة الرسالة الإعلانية والجمهور؛ فالإعلان هنا يستهدف مجموعة محددة من الجمهور وهم أصحاب المنشآت التجارية المتوسطة والصغيرة على عكس النموذج السابق بالشكل (١٤) الذي يستهدف مجموعة واسعة من الجمهور؛ وذلك لأن هذا أسلوب العرض الحي يخلق إحساس بالمصادقية والارتباط والتي يمكن أن يساعد في بناء الثقة مع الجمهور وهو ما تحتاجه المؤسسة المعلنه هنا . - كما ساعد دمج أسلوب الموشن الجرافيك مع العرض الحي في توضيح تفسيرات المتحدث فمن خصائص أسلوب الموشن جرافيك تبسيط الأفكار والموضوعات المعقدة.

النموذج الثالث:



الشكل رقم (١٦) إعلان فيديو توضيحي لصالح مصلحة الضرائب المصرية، يشرح منظومة الإيصال الإلكتروني. (Accessed: Nov 10, 2023) هيئة الزكاة والضريبة والجمارك، ٢٠٢١م.

الجدول رقم (٣) جدول تحليل النموذج الثالث

توصيف الإعلان	
الشركة أو المؤسسة المعلنه	وزارة المالية، مصلحة الضرائب المصرية.
المنتج أو الخدمة	خدمات الإيصال الإلكتروني.
الدولة	مصر.
سنة الإعلان	١٧ أغسطس عام ٢٠٢١م.
مدة الفيديو	ثلاث دقائق وست ثواني.
الرسالة الإعلانية	فيديو توضيحي يشرح منظومة الإيصال الإلكتروني ومزايا تطبيق هذه المنظومة الجديدة، في إطار مشروع تحديث وميكنة الضرائب.

النموذج الرابع:



الشكل رقم (١٧) إعلان فيديو توضيحي يوضح طريقة تفعيل محفظة بنك مصر. (Accessed: Nov 10, 2023) مصلحة الضرائب المصرية، ٢٠٢٢

الجدول رقم (٤) جدول تحليل النموذج الرابع

توصيف الإعلان	
الشركة أو المؤسسة المعلنه	بنك مصر.
المنتج أو الخدمة	خدمة تفعيل محفظة بنك مصر الرقمية.
الدولة	مصر.
سنة الإعلان	٢٨ يونيو عام ٢٠٢٢م.
مدة الفيديو	٥٣ ثانية.
الرسالة الإعلانية	فيديو توضيحي يوضح بالخطوات طريقة تفعيل محفظة بنك مصر الرقمية على الهاتف.
المشاهدات	حققت أكثر من ١١٤,٥٥٤ من المشاهدات على موقع اليوتيوب حتى تاريخ ٨ مارس عام ٢٠٢٤م.
إعلان الفيديو التوضيحي كوسيلة اتصال	
هدف الفيديو التوضيحي	هدف تعليمي وتوضيحي.
الجمهور المستهدف	الجمهور المهتم بالأمور التقنية من عملاء بنك مصر. (رأى الباحثة)
نوع الأسلوب الجرافيكي المستخدم	أسلوب تسجيل الشاشة مع عناصر الموشن الجرافيك.
مدى ملائمة الأسلوب الجرافيكي المستخدم للرسالة الإعلانية	- استخدم أسلوب تسجيل الشاشة مع عناصر الموشن جرافيك من أسهم وأيقونات؛ لشرح عملية تفعيل محفظة بنك مصر، وهو ما يلائم الفكرة والرسالة الإعلانية؛ فهو الأسلوب الأمثل لشرح العمليات والتطبيقات بسهولة ووضوح.

- وعند الترويج لمنتج أو خدمة تتطلب عرض بيانات أو إحصاءات معقدة.
- مقاطع الفيديو التوضيحية بأسلوب التاييوجرافيا الحركية تستخدم الكلمات والرسومات المتحركة والانتقالات لاستحضار المشاعر وفي رواية القصص والخطابات.
- الفيديو التوضيحي بأسلوب Stop Motion هي أفضل تقنية لتصوير أشياء ملموسة مثل الطعام والنباتات لإضفاء الحيوية عليها على الشاشة. على عكس أسلوب الرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد، فهي التنسيق المفضل لشرح الخدمات أو المنتجات التقنية غير الملموسة مثل البرامج.
- مقاطع الفيديو التوضيحية بأسلوب الرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد مثالية لعرض المنتجات أو الأجزاء المادية التي يصعب وصفها - مثل المنتج الميكانيكي- وإظهارها من كل زاوية.

ومما سبق توصي الباحثة بضرورة اطلاع المصمم على كل ما هو جديد في مجال تصميم الفيديو التوضيحي وأن يكون على دراية بالأساليب الجرافيكية المختلفة في تصميمه واستخدامات كل أسلوب لتحقيق الأهداف الاتصالية الاعلانية المرجوة منه؛ حيث تزداد قائمة الأساليب عاماً بعد عام. كما توصي أيضاً بضرورة التوجه لمزيد من الدراسات البحثية في مجال الفيديو التوضيحي والموشن نظراً لندرة الأبحاث العلمية العربية في هذا المجال والتي تكاد تكون منعقدة والاستفادة من نتائج هذه الأبحاث. وتوصي بمزيد من الاهتمام باستخدام مقاطع الفيديو التوضيحية في جمهورية مصر العربية بعد أن أثبت نجاحه في الدول المجاورة.

مراجع البحث:

أولاً: المراجع العربية:

- ١- خميس، فتن إبراهيم عوض (٢٠٢١م)، "توظيف تقنيات الموشن جرافيك كأحد الاتجاهات الحديثة في تصميم الإعلان - دراسة حالة على المعرض التصميمي (إشراقات) لفن الموشن جرافيك"، مجلة الفنون والعلوم التطبيقية، مجلد (٨)، العدد ٤، ص ٢٠٨ - ٢٢٨.
- ٢- شلتوت، محمد (٢٠١٦م)، "الإنفوجرافيك من التخطيط إلى الإنتاج"، الطبعة الأولى، الرياض، السعودية: شركة مطابع هلا.
- ٣- مناع، آية هاشم صالح (٢٠٢٠م)، "درجة تأثير استخدام الرسوميات المتحركة في تعزيز عملية التعلم الإلكتروني بالجامعات الأردنية الخاصة"، رسالة ماجستير. كلية العمارة والتصميم. جامعة الشرق الأوسط، مصر.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

4. Angus, A. And Mckibbon, H. (2014), "The Definitive Guide to Corporate Explainer Video. Createspace." Available At: <https://www.amazon.com/Definitive-Guide-Corporate-Explainer-Video/Dp/1495977501>
5. Beane, A. (2012), "3d Animation Essentials." Available At: <http://ci.nii.ac.jp/ncid/Bb15435347>.

ثالثاً: نتائج البحث:

- الأسلوب الجرافيكي يعتبر أحد أهم العوامل التي يجب مراعاتها عند تصميم الفيديو التوضيحي لتحقيق الأهداف الاتصالية.
- يجب أن يكون الأسلوب الجرافيكي المستخدم معبراً عن شخصية البراند؛ بحيث عندما يشاهده المتلقي يجعله يفكر مباشرة في البراند.
- من أجل اختيار الأسلوب الجرافيكي المناسب لمقطع الفيديو التوضيحي، يجب التفكير في عدة نقاط: طبيعة المحتوى والرسالة المطلوب إيصالها والتأثير الذي نريد الحصول عليه من الفيديو وطبيعة الجمهور المستهدف.
- مقاطع الفيديو التوضيحية على السبورة البيضاء لا تكون فعالة للشركات التي تستهدف جمهوراً أكثر جدية أو احترافية، حيث يمكن أن يجعل استخدام الرسوم التوضيحية والرسومات الخاصة بهذا النوع يبدو أقل جدية. على عكس أسلوب الموشن الجرافيك الذي له هذا المظهر "الجاد" الذي تبحث عنه الشركات التجارية.
- الفيديو التوضيحي بأسلوب تسجيل الشاشة فعال عند محاولة استهداف جمهور أكثر اهتماماً بالتقنيات، حيث يمكن استخدام مقاطع فيديو تسجيل الشاشة لشرح المفاهيم والإجراءات التقنية خطوة بخطوة.
- استخدام أسلوب الإنفوجرافيك في الفيديو التوضيحي له تأثير فعال عندما نريد إظهار البيانات أو الإحصائيات بطريقة جذابة

16. Angus, A. (2023), “Why Explainer Videos Increase Conversion Rates By 20%,” Unbounce” [Preprint]. Available At: <https://Unbounce.Com/Conversion-Rate-Optimization/Explainer-Videos-Increase-Conversions/>. (Accessed: Nov 10,2023)
17. Anh, M. (2021), “5 Ways to Ensure Explainer Videos Increase Conversion Rate - F. Learning Studio,” F. Learning Studio, 25 October. Available At: <https://Flearningstudio.Com/Explainer-Videos-Increase-Conversion-Rate/#>.(Accessed: Nov 10,2023)
18. Anmotion. (2023), “7 Types of Explainer Videos and When to Use Them | Anmotion Studio.” Anmotion Studio, 10 July. Available At: <https://Anmotionstudio.Com.Au/Types-Of-Explainer-Videos-When-Use-Them/>.(Accessed: Nov 10,2023)
19. Ank, S. (2023), “Top 10 Animated Infographic Video Examples,” Buzzflick [Preprint]. Available At: <https://Buzzflick.Com/Top-Animated-Infographic-Videos> (Accessed: Nov 10,2023)
20. Anna Schorn. (no date), <https://www.ikmz.uzh.ch/en/research/divisions/mediapsychology-and-effects/team/employees-current/anna-schorn.html>. (Accessed: Nov 10,2023)
21. Banque Misr. (2021), “أزاى تحجز دورك في الفرع عن طريق تطبيق الموبايل البنكي الجديد” <https://www.youtube.com/watch?v=g16dUy1TtM0>. (Accessed: Oct 25,2023)
22. Biteable. (2023), “Explainer Video Software I Make Explainer Videos with Biteable.” Available At: <https://Biteable.Com/Explainer/>.(Accessed: Nov 10,2023)
23. Channel Panasonic – Official. (2017), “Panasonic 3-Blade Wet/Dry Shaver” ES-SL33 (English). <https://www.youtube.com/watch?v=JZWAK3G4btg>. (Accessed: Oct 25,2023)
24. Common Craft. (2007), “RSS in plain English.” <https://www.youtube.com/watch?v=0klgLSxGsU>. (Accessed: Oct 23,2023)
25. Common Craft. (2008), “Twitter in plain English.” <https://www.youtube.com/watch?v=d09idmax0o>. (Accessed: Oct 20,2023)
26. Commoncraft. (2007), “Google Docs in Plain English.” <https://www.youtube.com/watch?v=mUvUA-sKcc4>. (Accessed: Nov 10,2023)
27. Dollar Shave Club. (2012), “DollarShaveClub.com - Our Blades Are
6. Delil, S. (2017), “The Impact of Infographic Animation Videos on Data Visualization,” International Journal of Social Sciences and Education Research, 3(4), Pp. 1178–1183. Available At: <https://Doi.Org/10.24289/Ijsser.312933>.
7. Fesher, T. (2017). “Motion Graphic Design Academy -The Basics,” Germany.
8. Kramer, A. And Böhrs, S. (2017), “The Use of Explainer Videos as A Learning Tool: An Internal and External View,” In Springer Ebooks, Pp. 189–202. Available At: https://Doi.Org/10.1007/978-3-319-62776-2_15.
9. Lee, J.C., Forlizzi, J. And Hudson, S.E. (2002), “The Kinetic Typography Engine” Human Computer Interaction Institute and School of Design,” [Preprint]. Available At: <https://Doi.Org/10.1145/571985.571997>.
10. Maselli, V. (2018), “The Evolution of Stop-Motion Animation Technique Through 120 Years of Technological Innovations,” International Journal of Literature and Arts, 6(3), P. 54. Available At: <https://Doi.Org/10.11648/J.Ijla.20180603.12>.
11. Schorn, A. (2022) “Online Explainer Videos: Features, Benefits, And Effects.” Frontiers Media. Available At: <https://Doi.Org/10.3389/Fcomm.2022.1034199>
12. Sedej, T. (2019) “The Digital Economy: The Use of Explainer Videos in SMES’ Communication,” International Journal of Diplomacy and Economy [Preprint]. Available At: <https://Doi.Org/10.1504/Ijdipe.2019.10028461>.
13. Smiciklas, M. (2012) “The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audiences.” Available At: <http://Cds.Cern.Ch/Record/1515581>.
14. Uekita, Y., Harada, Y. And Furukata, M. (2003) “The Possibility of Kinetic Typography Expression in The Internet Art Museum,” Ieee Smc’99 Conference Proceedings [Preprint]. Available At: <https://Doi.Org/10.1109/Icsmc.1999.812405>.
15. Yans. (2021) “The A-To-Z Guide of Animated Explainer Video for You.” Available At: <https://Flearningstudio.Com/What-Is-An-Explainer-Video/>.

: ثالثا: مواقع الأنترنت WEB SITES

- Explainer, 16 March. Available At: <https://Simplyexplainer.Com/19-Animated-Coronavirus-Videos-You-Must-Watch/>. (Accessed: Nov 10,2023)
39. Kasparova, K. (2023), “**The Ultimate Guide to Making an Explainer Video**,” <https://www.Synthesia.io/>, 6 September. Available At: <https://www.Synthesia.io/Post/Explainer-Video>. (Accessed: Nov 10,2023)
40. Kokate, K. (2023), “**The Ultimate Explainer Video Guide for All Businesses**,” Motiongility, 1 August. Available At: <https://Motiongility.Com/Explainer-Video-Guide/>.(Accessed: Nov 10,2023)
41. Kolodny, L. (2018), “**Start-up factory Y Combinator notched its first IPO with Dropbox, and others are on the horizon, CNBC**”. <https://www.cnbc.com/2018/03/23/y-combinator-notched-its-first-ipo-with-dropbox.html#:~:text=Tech-,Start%20Dup%20factory%20Y%20Combinator%20notched%20its%20first%20IPO%20with,ot%20others%20are%20on%20the%20horizon&text=Founded%20in%202005%2C%20Y%20Combinator,%2C%20Stripe%2C%20Instacart%20and%20Coinbase>. (Accessed: Nov 10,2023)
42. Krum, R. (2019), “**Waiting for Superman - Infographic video trailer — Cool infographics**.” <https://coolinfographics.com/blog/2010/10/25/waiting-for-superman-infographic-video-trailer.html>. (Accessed: Nov 22,2023)
43. Motiongility. (2023), “**How to Write an Engaging Explainer Video Script [2023]**,” Motiongility, 31 May. Available At: <https://Motiongility.Com/Write-An-Engaging-Explainer-Video-Script/>.(Accessed: Nov 10,2023)
44. Renderforest (2022), “**What Is an Explainer Video and How It Works?**” Renderforest Llc [Preprint]. Available At: <https://www.Renderforest.Com/Blog/What-Is-An-Explainer-Video>. (Accessed: Nov 10,2023)
45. Richard Mayer | Psychological & Brain Sciences | UCSB. (2022), <https://psych.ucsb.edu/people/faculty/richard-mayer>. (Accessed: Nov 10,2023)
46. Santiago, M. (2023), “**16 Best Deeply Moving and Uniquely Creative Stop Motion Animation Videos**,” Broadcast2world, 29 August. Available At: <https://www.B2w.Tv/Blog/Best-Stop-Motion-Animation-Videos>. (Accessed: Nov 12,2023)
- F***ing Great.” <https://www.youtube.com/watch?v=ZUG9qYTJMsI>. (Accessed: Oct 20,2023)
28. DropDaBox. (2009), “**Dropbox intro video**.” <https://www.youtube.com/watch?v=w4eTR7tci6A>. (Accessed: Aug 11,2023)
29. F.Learning Studio. (2021), “**MODO Platform | Intro Animation by F. Learning Studio**.” https://www.youtube.com/watch?v=7Eaw_oir5y4. (Accessed: Nov 10,2023)
30. Ferguson, S. (2024). **Kinetic Typography: 50+ amazing video examples** | Wyzowl. Wyzowl. <https://www.wyzowl.com/kinetic-typography/>. (Accessed: Nov 10,2023)
31. Gouvernement LU. (2021), “**DONNIE & PAUL - Drone Information Campaign 2021 (EN) / Direction De l’Aviation Civile Luxembourg**.” Available At: <https://www.youtube.com/watch?v=Wwqkfltzdnq>. (Accessed: Nov 11,2023)
32. Groves, G. (2023), “**Motion Graphics Explainer Video Production**.” Available At: <https://Piehole.Tv/Motion-Graphics-Explainer-Videos/>. (Accessed: Nov 10,2023)
33. How Explainer Videos Can Help Your Business. Available At: https://Purpose-Built.Com/My/Insights/Strategy_Explainervideos/. (Accessed: Nov 10,2023)
34. Irene. (2023), “**The Use of Explainer Videos as Tools Of E-Learning | Explain Ninja**,” Explain Ninja, 23 June. Available At: <https://Explain.Ninja/Blog/The-Use-Of-Explainer-Videos-As-Tools-Of-E-Learning>. (Accessed: Nov 10,2023)
35. Ivan Andrianko. (2023), “**The Psychology Behind Whiteboard Explainer Videos**.” Available At: <https://www.Rocketwheel.Com/Post/Psychology-Behind-Whiteboard-Explainer-Videos#:~:Text=These%20were%20the%20main%20findings,Animation%20was%2033%25%20more%20entertaining>. (Accessed: Nov 10,2023)
36. Iveta. (2022), “**10 Best Explainer Video Styles For Your Business + Bonus | Graphicmama**.” <https://graphicmama.com/blog/best-explainer-video-styles/>. (Accessed: Nov 10,2023)
37. Jain, V. (2023), “**11 Impressive Live Action Video Examples That Will Blow Your Mind**,” Webdew, 1 July. Available At: <https://www.Webdew.Com/Blog/Live-Action-Video-Examples>. (Accessed: Nov 10,2023)
38. John, D. (2021), “**19 Animated Coronavirus Videos You Need to Watch**,” Simply

57. WordStream. (2023), **Conversion rate: What is a conversion rate?** <https://www.wordstream.com/conversion-rate>. (Accessed: Feb 16,2024)
58. World Health Organization (WHO). (2020), **“Coronavirus disease (COVID-19)”**. <https://www.youtube.com/watch?v=i0ZabxXmH4>. (Accessed: Oct 25,2023)
59. أنواع مكلفي، (2021). هيئة الزكاة والضريبة والجمارك الزكاة وطريقة حسابها عبر الوعاء الزكوي <https://www.youtube.com/watch?v=DjSiZPuCmdu>. (Accessed: Nov 10,2023)
60. تعرّف على طريقة، (2021). هيئة الزكاة والضريبة والجمارك حساب زكاة المنشآت التجارية بالأسلوب التقديري <https://www.youtube.com/watch?v=PT113-5R0Uo>. (Accessed: Nov 10,2023)
61. فيديو. (2022, May 15). مصلحة الضرائب المصرية تعريفى عن - الايصال الالكتروني- واحد من خدمات منظومة التعاملات الالكترونية الضريبية فى مصر [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=udQcNapl17Y> (Accessed: Nov 10,2023)
62. طريقة تفعيل محفظة بنك مصر على موبايلك. (2022, June 28). [Video]. Youtube. Retrieved April 2, 2024, from <https://www.youtube.com/shorts/Xec7E7CQUMU> (Accessed: Nov 10,2023)
47. Schreiber, D. (2010), **“Sunday Video: Common Craft sells explanation.”** <https://siliconprairienews.com/2010/07/sunday-video-common-craft-sells-explanation/>. (Accessed: Nov 10,2023)
48. Staff. (2020), **“History of The Explainer Video and Why You Should Make One Today”** Pixelperfect Studios [Preprint]. Available At: <https://Pixelperfect-Studios.Com/History-Of-The-Explainer-Video-And-Why-You-Should-Make-One-Today/>. (Accessed: Nov 10,2023)
49. Stormy Studio Ltd. (2022), **“Health & Safety Video Production • Stormy Studio.”** Available At: <https://Stormystudio.Com/Health-And-Safety-Animation>. (Accessed: Nov 10,2023)
50. Sutantyo, A. (2014), **“The Science Behind Explainer Videos and Why They’re So Effective.”** Ispionage [Preprint]. Available At: <https://Blog.Ispionage.Com/Science-Behind-Explainer-Videos-Theyre-Effective.Html>. (Accessed: Nov 10,2023)
51. Tenzer, S. (2018), **“History and Future of The Explainer Video,”** Tenzer Animation [Preprint]. Available At: <https://Tenzeranimation.Com/2018/04/26/History-And-Future-Of-The-Explainer-Video>. (Accessed: Nov 10,2023)
52. The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2023), **“RSS | Definition, Meaning, & Facts.”** <https://www.britannica.com/technology/RSS>.
53. Tiwari, V. (2022), **“10 brilliant explainer video examples in education industry,”** What a Story, 2 September. <https://whatastory.studio/10-explainer-video-examples-in-education-industry/>. (Accessed: Nov 12,2023)
54. Tony. (2021). **ما هو (SEO)، وما هي فائدته للمواقع الإلكترونية؟** <https://www.sendiancreations.com/ar/what-is-search-engine-optimization-seo/>. (Accessed: Nov 10,2023)
55. Wdc_Dev. (2021), **“How Explainer Videos Can Increase Your Conversion Rate,”** Animated Explainer Video Experts [Preprint]. Available At: <https://Animationexplainers.Com/How-Videos-Can-Increase-Your-Conversion-Rate/>. (Accessed: Nov 10,2023)
56. Wdc_Dev. (2022) **“13 Awesome Motion Graphic Videos,”** Animated Explainer Video Experts [Preprint]. Available At: <https://Animationexplainers.Com/Motion-Graphic-Videos/>. (Accessed: Nov 10,2023)