

أسئلة
وإجابات



مقاطع الفيديو سريعة الانتشار

digital أنا
إعلامي ، تواصل ، مجتمعي

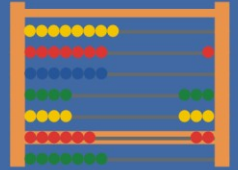
anadigital.org



هو مقطع الفيديو التي يستطيع أن يتحصل على معدلات إنتشار واسعة من خلال تشاركه عبر الإنترنت ، من خلال البريد الإلكتروني، أو من خلال وسائل التواصل الإجتماعي مثل تويتر أو فيسبوك أو وسائل الإعلام الاجتماعية الأخرى.

كم عدد المشاهدات المطلوبة لإعتبار مقطع الفيديو سريع الانتشار؟

ليس هناك عدد محدد من المشاهدات لمقطع الفيديو لإعتباره سريع الانتشار، لأن مصطلح سريع الانتشار يقصد به المشاركة من قبل المشاهدين ، وليس بالضرورة أنها تحظى بشعبية. ومن الممكن أيضا لمقطع فيديو ان يكون شعبيا دون يكون سريع الانتشار ، على سبيل المثال ، غالبا ما يشاهد مقاطع الفيديو التي تظهر على شاشة التلفزيون أو في دور السينما الملايين من الناس ، لكنها ليست سريعة الانتشار بسبب عدم وجود آلية لتشاركتها مع الآخرين . على العموم فإن أي مقطع فيديو معين يتحصل على المزيد من المشاهدات عندما يتم تشاركه مع الآخرين ، لذلك فإن مقطع الفيديو سوف يصبح أكثر شعبية إذا كان "سريع الانتشار"



لماذا يجب أن أهتم بكون مقطع الفيديو الذي انتجته "سريع الانتشار"؟

بالنسبة للعاملين في القطاع الاجتماعي ، فإن مقاطع الفيديو "سريعة الانتشار" هي أداة مفيدة لسببين رئيسيين. أولاً، إن مقاطع الفيديو سريعة الانتشار هي شكل من أشكال الدعاية المجانية ، وهذا يعني أن يشاهدها عدد أكبر من الناس بدون أية تكلفة إضافية ، وهذا شيء مهم نظراً للميزانيات الصغيرة لمعظم منظمات المجتمع المدني غير الحكومية. ثانياً ، عادة ما يقوم المشاهدون بمشاركة مقاطع الفيديو التي يتأثرون بها بشكل أو بآخر ، سواء على المستوى العاطفي أو لأنهم تعلموا شيئاً جديداً. هذا يعني أنه إذا مقطع الفيديو سريع الانتشار، فهو قادر على تغيير أفكار أو سلوكيات جمهورك. و الذي هو الهدف الخاص في تسيير حملات التسويق الاجتماعي في المقام الأول .

ولكن معظم مقاطع الفيديو "سريعة الانتشار" التي شاهدتها على الإنترنت تظهر طفل يضحك أو قطة تسقط. كيف يتم تغيير هذه الأفكار والسلوكيات؟

هذا صحيح. هناك العديد من مقاطع الفيديو "سريعة الانتشار" التي لا تهدف إلى تحقيق هدف معين و هدفها التسلية فقط. ليس هذا النوع من مقاطع الفيديو "سريعة الانتشار" التي نريد أن نتجنبها. لحسن الحظ ، هناك نوع آخر من مقاطع الفيديو "سريعة الانتشار" التي يمكن أن تساعدك على تحقيق أهدافك





حسنا ، أريد أن يصبح مقطع الفيديو الخاص بي " سريع الانتشار " . كيف أعمل على ذلك؟

هناك طرق كثيرة لجعل " سريع الانتشار " مثال: إذا كنت ستيفن سبيلبرغ وكان لديك ميزانية 100 مليون دولار ، باستطاعتك إنتاج فيديو يريد الجميع أن يراه. أو إذا كان لديك فكرة عظيمة عن الفيديو الذي ترغب بإنتاجه لم يتم نشرها من قبل على موقع يوتيوب ، إذا! لديك فرصة جيدة للنجاح. معظمنا ، رغم ذلك ، فإنك لا تملك الموارد أو العبقرية لتحقيق اختراقات مبتكرة في عالم صناعة الأفلام. بالنسبة للبقية منا ، هناك عدد قليل من القواعد البسيطة التي يمكن اتباعها و التي من شأنها أن تعزز فرصنا في إنتاج فيديو " سريع الانتشار ":

أن يكون مقطع الفيديو قصير : عادة ما يتوقف معظم الناس مشاهدة أشرطة الفيديو بعد دقيقة واحدة. إن إبقاء الفيديو ضمن مدة دقيقة واحدة أو أقل من 30 ثانية هو أفضل. إذا الفيديو الخاص بك مدته بين 3 أو 4 دقائق فإنها تعتبر طويلا حتى لو كانت له شعبية. عندها فإن قلة من الناس سوف يشاهدونه حتى النهاية، بعد الإنتهاء، من إنتاج الفيديو ، قم بقصه أكثر من مرة.

00:59

تقديم سؤال متداول بين الناس وتقديم إجابة مفيدة للسؤال في مقطع الفيديو. إضانه : لا أحد يبالي بمؤتمرات المنظمات غير الحكومية المنوي عقده. ولكن على سبيل المثال إن كانت منظماتكم تعمل في قضايا المياه ، قد تجد أن الكثير من الناس يريدون أن يعرفوا ما إذا كانت المياه في مدينة ما صالحة للشرب. يمكنك حينها القيام ببعض البحوث ، والإجابة على هذا السؤال ، وللتأكد من أن المشاهد يدرك القضية التي تريد طرحها . فإن هناك بعض الأسئلة التي قد يرغب الناس العاديين بالحصول على إجابة لها مثل:

كيف يمكن تجنب دفع رشوة للشرطة؟

أي مدرسة في مدينتي هي الأفضل؟

أين / كيف يمكنني الحصول على وظيفة؟

كم من المال في المتوسط يستطيع العامل المهاجر إرسالها لبلده الأم كل شهر؟

هل مياه المدينة آمنة للشرب؟

هل أعطي الفيتامينات لطفلي؟

يمكنك التعرف على الأسئلة الأكثر شعبية من خلال إجراء المسوحات ، و متابعة المنتديات على شبكة الانترنت حول مواضيع تتعلق بعملك ، أو القيام بتحليل رسائل البريد الإلكتروني الواردة. ما هي أهمية معرفة الأسئلة التي يطرحها الناس؟ لأنه إذا كان الجواب الذي تقدمه ذو فائدة للناس على المستوى الشخصي ، فإن المشاهدين سوف يقومون بمشاركة مقطع الفيديو مع أصدقائهم.



العثور على مقطع فيديو ذو شعبية في مجال عملك وجعل الفيديو الخاص بك رداً على هذا المقطع على موقع يوتيوب. مثال : إذا كان هناك شريط فيديو يدعو للمحافظة على المياه لديه عدد كبير من المشاهدات يجعل الفيديو الخاص بك رداً على ذلك المقطع ، حينها سوف يصبح لمقطع الفيديو الخاص بك فرصة جيدة ليتم إدراجه في قائمة "الفيديو ذات الصلة" إلى اليمين من شريط الفيديو ذات الشعبية. وبهذه الطريقة فإن الناس الذين يهتمون في هذا الموضوع سوف يشاهدون المقطع الخاص بك.

العمل على معالجة موضوع واحد فقط في الفيديو. على سبيل المثال ، إذا كنت تحاول تقديم المشورة بشأن الحصول على وظيفة ، يمكن أن يخصص أحد مقاطع الفيديو لتقديم نصائح خاصة بإجراء مقابلة عمل ناجحة. وفي مقطع فيديو آخر يمكنك سرد بعض المهن التي يتزايد عليها الطلب حالياً في سوق العمل. كما يمكنك في مقطع فيديو آخر التطرق لقائمة المواقع التي تنشر الوظائف الشاغرة. لا تقم بإنتاج مقطع فيديو واحد ان يحاول تغطية جميع الموضوعات الفرعية ، لأن هذا سوف يربك المشاهد وسوف يؤدي لنسيان معظم المحتوى.



قم بجعل العنوان والوصف لمقطع الفيديو الخاص بك على YouTube موقع هو السؤال الذي يتساءل عنه الناس. إذا كان احد المستخدمين يرغب بتوجيه سؤال من نوع "كيف يمكنني تجنب دفع رشوة" عبر Google ، وعنوان الفيديو الخاص بك هو "كيف يمكنني تجنب دفع رشوة؟" فإن هنالك فرصة كبيرة للوصول لمقطع الفيديو الخاص بك نتائج البحث.

قم بتضمين دعوة للقيام بفعل ما في نهاية مقطع الفيديو الخاص بك. هذا يتضمن أنه لدى المشاهدين جواب على السؤال الذي قمت بطرحه في البداية ، " و الآن ماذا أفعل؟" في نهاية مقطع الفيديو. أسأل المشاهدين للتوجه إلى الموقع الإلكتروني الخاص بمنظمات غير حكومية معنية ، أو أطلب منهم مشاهدة المزيد من مقاطع الفيديو ذات العلاقة ، أيضا ، اطلب دائما من المشاهدين مشاركة مقطع الفيديو مع أصدقائهم ، وذلك بالنقر على "أعجبنى" أدنى مقطع الفيديو أو عن طريق نشر الرابط من خلال موقع آخر.



قم بوضع روابط لمقطع الفيديو على العديد من مواقع الإعلام الاجتماعية قدر الإمكان. ويجب عمل ذلك في أقرب وقت ممكن بعد نشر مقطع الفيديو على يوتيوب [Youtube]. لأن من شأن هذه الروابط تعزيز فرص مقطع الفيديو في نتائج بحث Google. كما يجب عليك بعد الإنتهاء من تحميل الفيديو الخاص بك على موقع يوتيوب [Youtube] العمل على إضافة الرابط للفيديو على مدونتك و حساب الفيسبوك و حساب التويتر و نشره من خلال قوائم البريد الإلكتروني لأصدقائك و أطلب منهم مشاركته كذلك مع من يتواصلون كما يمكنك دوماً إضافة رابط مقطع الفيديو على المنتديات الالكترونية المخصصة للموضوع، يجب عليك التأكد من وجود رابط فعال و ووصف جيد للفيديو.

لا تقلق بشأن جودة الإنتاج أو المؤثرات الخاصة. إن الرسومات و التحرير المحترف لا تجعل الفيديو بالضرورة " سريع الانتشار ". فقط عليك التأكد من أن الصوت والصورة واضحا بما فيه الكفاية ليكون مفهوما. وهذا يعني استخدام كاميرا HD عالية الجودة ، تأكد من أن هناك الكثير من الضوء ، كما عليك محاولة التخلص من الضوضاء الخلفية أو الصدى من الجدران. قم بالتصوير في الداخل بجوار نافذة كبيرة ، تأكد من وجود نافذة وراء الكاميرا وليس وراء المتحدث. قم باستخدام حامل الكاميرا او ضع الكاميرا على طاولة كبيرة لضمان عدم الإهتزاز



قم بمحاكاة النجاح. إبحث عن مقاطع الفيديو " سريعة الانتشار " الجيدة في القطاع الاجتماعي و حاول تحليل الأسباب التي ساهمت في جعلها ناجحة. قم بمحاكاة التقنيات الناجحة. إن التعلم عن طريق الأمثلة هو الطريقة الأكثر فعالية للتعلم.

قم بإنتاج أكثر من مقطع فيديو واحد! لأن مقطع الفيديو الواحد مدته ليست سوى دقيقة واحدة ، يجب أن تكون قادراً على تقديم 5 منها في يوم واحد. كما يمكنك بسهولة الحصول مشاهدات عديدة لخمسة مقاطع الفيديو مساوية لمشاهدات مقطع فيديو واحد. لأن هناك أكثر من إجابة واحدة عادة على معظم الأسئلة ، في الغالب ليس من الصعب إنتاج أكثر من مقطع فيديو واحد حول موضوع معين.



إذا كنت تريد المزيد من النصائح حول تحسين استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية لديك ، يرجى قراءة المشاركات في Anadigital.org و حين تقوم بإنتاج الفيديو الخاص بك يرجى زيارة Anadigital مرة أخرى و أبلغنا بذلك. حيث هنالك العديد من المنظمات غير الحكومية الأخرى التي تريد أن تتعلم من نجاحاتك.