

# ПОЗИТИВНЫЙ ПРОФИЛАКТИЧЕСКИЙ КОНТЕНТ

Мнение студентов

СВЛО  
НЦПТИ



ФОРПОСТ.  
БЕЛГОРОД

# ЧТО НУЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ

## Статистика и факты

Помимо того, что контент не должен терять свою причинно-следственную связь, он также должен опираться на статистические данные и конкретные факты. Так вы получите больше доверия.



## Практические алгоритмы действий

Полезная и конкретная информация с большей вероятностью привлечет внимание. Особенно контент, где говорится что делать именно в этой ситуации. Добавьте вашему материалу алгоритмической структуры, чтобы сделать его практикоприменимой.



# ЧТО НАДО УЧИТЫВАТЬ



## Наличие причинно-следственных связей

Нельзя говорить о том, что одна вещь влияет на другую, не предоставляя весомых доказательств. Зрителям необходимо показать логическую связь и не привязывать к проблеме множество причин, которые на самом деле никак с ней не связаны.

## Площадка для размещения контента

Разные целевые аудитории пользуются разными площадками для поиска информации: ВКонтакте, Телеграм, Яндекс.Дзен и прочими. Важно выяснить, где ваша ЦА проявляет активность ярче всего.

# ТЕХНИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНТЕНТА

## Преобладание картинки над текстом

Мы живем в эпоху цифровизации и клипового мышления, где пользователь вряд ли будет прикладывать усилия для восприятия объемной текстовой информации.

## Формат контента подходит для разных площадок

Если ваш контент адаптирован под формат разных социальных сетей и видеохостингов, его суммарный охват значительно вырастает.

## Динамичность контента

Если на картинке нет динамики или крючков внимания и в ней ничего не происходит, зритель перелистнет ролик.

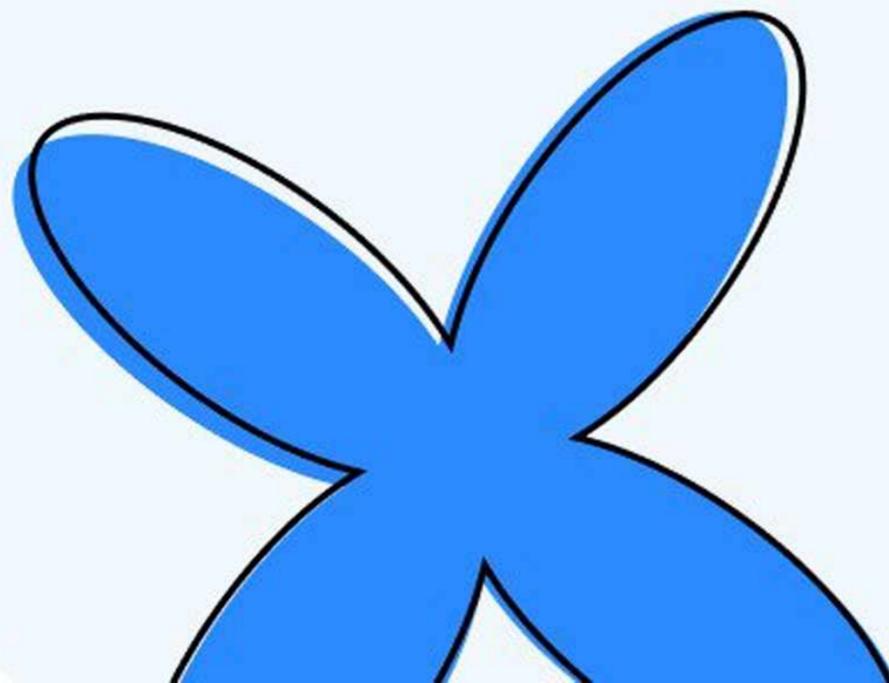
# ЧТО НАДО УЧИТЫВАТЬ

## Ориентация на целевую аудиторию

Кто ваша целевая аудитория? Это люди одного возраста, одной социальной группы или живущие на одной территории? Что им нравится и что привлекает их в контенте?

## Актуальность проблемы и ее понимание

Контент должен быть не просто новым для того, чтобы привлечь внимание, но и четко объясняющим какую проблему он хочет решить. Проблема должна быть злободневной и важной для вашей целевой аудитории.



# ЧТО НУЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ

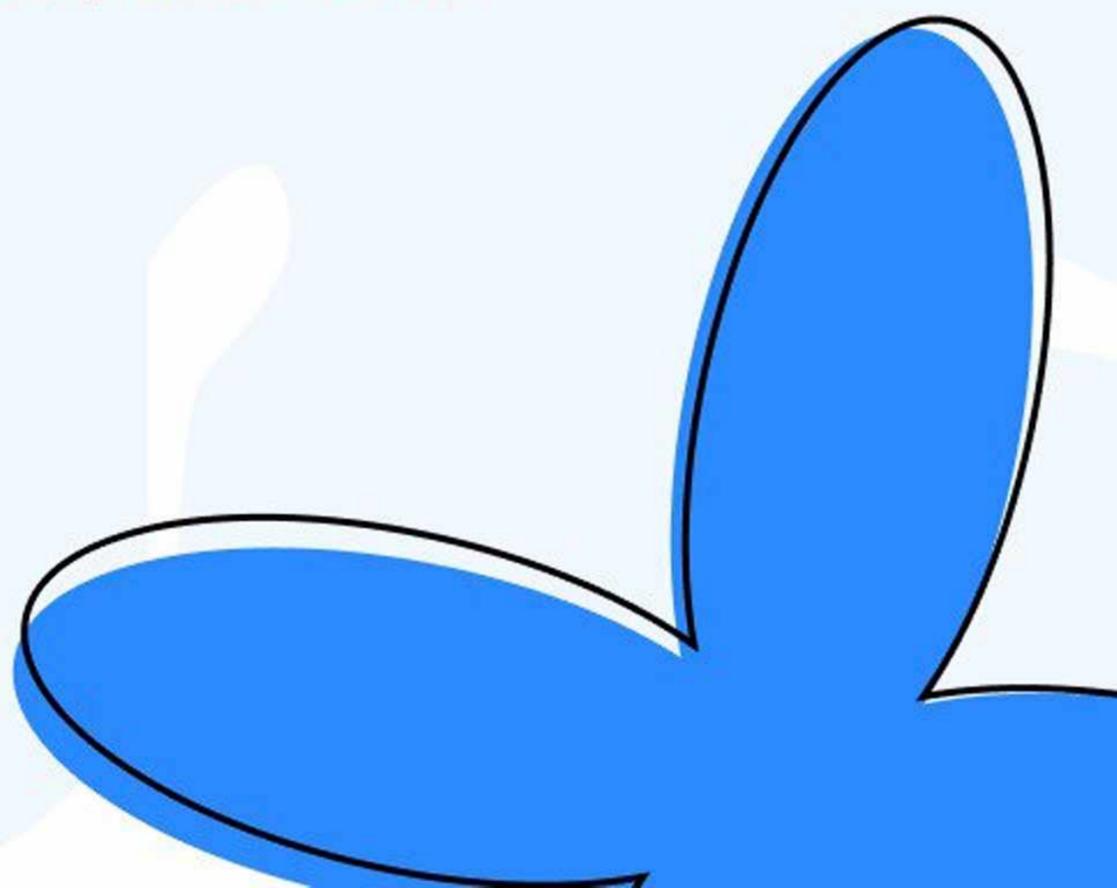
## Простота подачи информации

Чем проще материал выглядит визуально, тем легче его считать. Стоит использовать минималистичные образы, не перегружая контент информацией.



## Интерактивность

Пробуйте использовать интерактивные инсталляции, перформансы и внешние баннеры. Это те форматы, с которыми зрители смогут «соприкоснуться» и повзаимодействовать. В дальнейшем они также могут стать медиаматериалом для размещения на интернет-площадках.

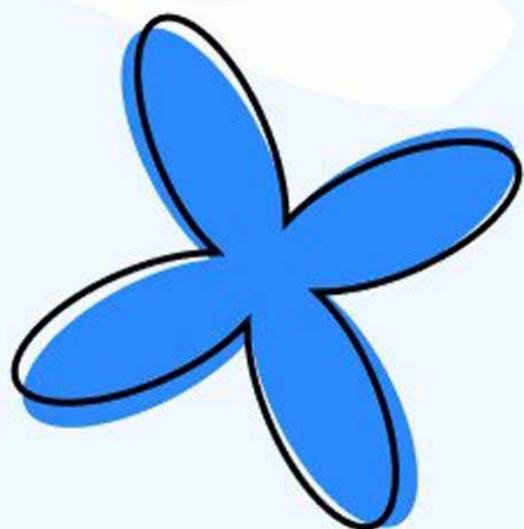


# КАК ПОНЯТЬ, ЧТО КОНТЕНТ НРАВИТСЯ?



**Самый яркий показатель — это обратная реакция.**

Она может проявиться как эмоционально, так и выразиться в определенных действиях — репосты, комментарии, фотосессии с инсталляциями и др. Хорошо, когда контент привлекает внимание зрителей и инициирует бурные обсуждения. Однако важно помнить, что позитивный контент не вызывает негативные эмоции.



# ЧТО НЕ НРАВИТСЯ В КОНТЕНТЕ

- Наличие логических несоответствий;
- Агрессивный подход в подаче материала;
- Однотипность контента;
- Перетекание профилактики в пропаганду;
- Нагромождение смыслов и посылов;
- Мелкий шрифт и много текста;
- Сложные термины;
- Множество интерпретаций смыслов;
- Недостаток конкретики;
- Отсутствие эмоционального отклика;
- Открытый финал.