

УДК 316.772.3

СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО КОНТЕНТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

© Тулиев И.И.

Самарский юридический институт ФЦИН России, г. Самара, Российская Федерация

e-mail: ilnar.kukri@bk.ru

В современном мире социальные сети занимают основную часть жизни каждого человека. С развитием социальных сетей образуется гигантское информационное поле, в связи с чем возникает проблема переизбытка информации и трудности продвижения контента в сети Интернет.

В социальных сетях эмоциональный контент набирает большую популярность, так как эмоции человека побуждают его совершать различные действия [1]. Эмоциональный контент представляет собой механизм по влиянию на людей через эмоции для осуществления собственных целей. В основе данного контента лежат три элемента: мотивация, намерения и предпочтения аудитории [2]. Опираясь на указанные элементы, можно сформулировать основные средства по продвижению эмоционального контента.

На наш взгляд, средствами реализации эмоционального контента в социальных сетях могут быть следующие:

– Создание постов-агрессоров, которые побуждают человека проявлять злобное отношение к предоставленной информации, ведь гнев является сильнейшей эмоцией, которая не оставит равнодушным ни одного человека (данный способ подойдет не для всех сообществ, а только для тех, которые хотят собрать активную и разнообразную аудиторию). Например, создание группы по осуждению действий правоохранительных органов во время митинга в социальной сети «ВКонтакте»;

– Широкий анализ целевой аудитории, выявление их предпочтений, возраста и хобби. Эффективным способом анализа является интервью самых активных участников контента и проведение опросов аудитории;

– Использование новейших оборудований для создания контента, а также подбор самых популярных платформ (социальных сетей). На сегодняшний день наибольшую популярность набирает социальная сеть TikTok, которая дает возможность каждому человеку реализовать себя и продемонстрировать свои навыки;

– Создание ярких, необычных изображений, которые будут «цеплять с первого взгляда». Лучше отказаться от стандартного оформления и внести новизну, это привлечет большее внимание;

– Использование противоречивой информации, которая будет собирать большое количество комментаторов;

– Создание ностальгического контента, побуждающего того, кто пережил эти воспоминания, поделиться ими.

Вышеуказанный перечень средств и методов не является исчерпывающим, потому что социальные сети не стоят на месте, с их развитием появляются все более эффективные средства продвижения контента.

Следовательно, можно сделать вывод, что реализовать эмоциональный контент на самом деле несложно, и требует это минимальных вложений. Однако стоит учесть, что использование методов в комплексе повысит результативность их продвижения.

Библиографический список

1. Федорова А.А. Необходимые правила потребления информации для снижения негативного влияния информационного общества // Вопросы студенческой науки. 2020. № 5 (45). С. 158.
2. Богданович Г.Ю., Калугина А.Ю. Эмоциональная природа как аксиологическая составляющая информационного контента регионального телевидения // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2019. № 1. С. 4.