

موضوع بحث و گفتگو

ویژه جشنواره ملی تولید محتوای دیجیتال دریاچه ارومیه

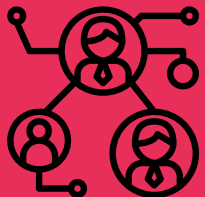
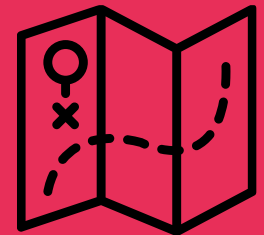
← ← "خشکسالی با محتوای عالی"

بکارگیری سبک روایتگری و شبیه‌سازی آماری در روند عاطفی درک یک پدیده

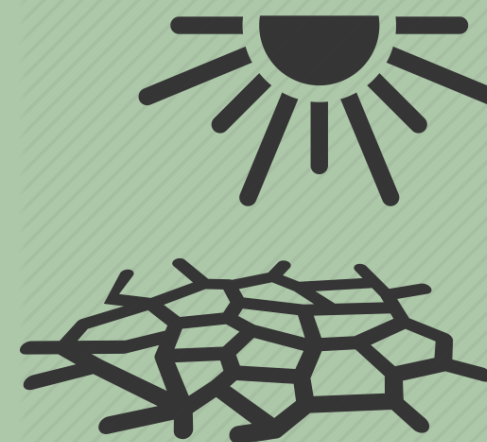
ابراهیم هاشمی

مدیرعامل فرامحتوا

آژانس تخصصی بازاریابی محتوا



خشکسالی با محتوای عالی؟



اشاره به ویژگی محتوای
مورد نیاز این موضوع دارد.



اشاره به موضوع اصلی دارد
که نیاز به تولید محتوا دارد.

چه محتوایی برای «دریاچه ارومیه» عالی به نظر می‌رسد؟

➤ هدفمند باشد؛

➤ مخاطب‌محور باشد؛

➤ قابل درک باشد؛

➤ از بعد عاطفی تأثیرگذار باشد؛

➤ قابلیت وایرال شدن داشته باشد؛

➤ به یک اقدام عملی در نهایت ختم شود.



ایجاد نگرش جدید

محتوای هدفمند

اقدام به عمل

ایجاد تغییر

الهام بخشیدن

Inspire

آگاه کردن
Inform



آموزش دادن
Educate

سرگرمی

Entertain

تصمیم‌گیری بهتر

انتخاب اثربخش

اهداف مستقیم و غیر مستقیم
بازاریابی محتوا

تأثیرگذاری بر محیط

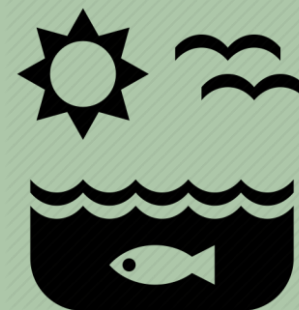
محتوای هدفمند در مورد «دریاچه ارومیه»؟

اهدافی از نوع آگاه کردن:

- آگاهی بخشی در مورد اثرات پدیده خشک شدن دریاچه ارومیه
- آگاهی بخشی در مورد برنامه‌ها و اقدامات احیای دریاچه ارومیه

اهدافی از نوع آموزش و الهام بخشی:

- کمک به حفظ دریاچه ارومیه
- تغییر سبک زندگی، الگوی مصرف آب و رفتار با محیط زیست



محتوای مخاطب‌محور در مورد «دریاچه ارومیه»؟

مسئولین	مردم
<ul style="list-style-type: none"> ▪ مسئولین استان آذربایجان ▪ مسئولین کلان کشوری 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مردمان بومی استان آذربایجان ▪ مردمان سایر نقاط ایران ▪ مردمان سایر نقاط جهان
<ul style="list-style-type: none"> ▪ فرد تأثیرگذار ▪ فرد تصمیم‌گیر ▪ فرد اجرایی 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ کودکان و نوجوانان ایران ▪ افراد جوان و میان‌سال
<ul style="list-style-type: none"> ▪ در مورد ابعاد این پدیده مطلع هستند. ▪ در مورد ابعاد این پدیده مطلع نیستند. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ افرادی که دریاچه ارومیه را می‌شناسند. ▪ افرادی که دریاچه ارومیه را به درستی نمی‌شناسند.

محتوای قابل درک در مورد «دریاچه ارومیه»؟

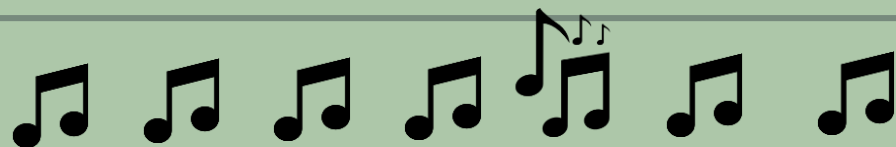


پارادوکس محتوا

تکراری	↔	نو و بکر
آسان	↔	سخت
آشنا	↔	جدید
نزدیک	↔	دور

خلاقیت در تولید محتوا:

در دایره چیزهای آشنا و متعارف برای مخاطب یک نوع نگرش جدید مطرح شود که برای لحظه‌ای مخاطب را متوقف کند!



محتوای تأثیرگذار

یکی از نشانه‌های محتوای تأثیرگذار **وایرال شدن محتوا** توسط مخاطبان است.

بر اساس نظریات روانشناسی:

احتمال انتشار و صحبت کردن مداوم در مورد «**غم**» بیشتر از «**شادی**» است.



اریک برن میگوید: "اگر سوسکی در دفترم پیدا کنم و آن را به پشت برگردانم، سوسک دست و پا میزند تا دوباره روی پاهایش برگردد. در این هنگام او هدفی در زندگیش دارد. مجسم کنیم که این سوسک دارد داستانش را در جمع سوسکها تعریف میکند. غرور او از موفقیت همراه با نوعی ناکامی نیز هست. پس از موفق شدن، دیگر زندگی به نظرش بی هدف میرسد." فکر کردن درباره این مطلب ارزش دارد. **وقتی اتفاقی برای ما می افتد و تا زمانی که درگیر آنیم، احساس میکنیم وجود داریم. متأسفانه هیجانی که جستجو میکنیم بیشتر در فراز و نشیبها و بدبختیها قرار دارد تا در خوشبختی.**

در زندگی ما وقایع خوب و بد وجود دارد اما غالباً ما بیشتر وقت صرف تعریف ناکامیها میکنیم تا لذتها. به ندرت پیش می آید که به تفصیل ماجرای خوشایند را تعریف کنیم. ما هم مثل همان سوسکی هستیم که در دفتر اریک برن بود. تصور میکنیم تا زمانی که خود را با یک بدبختی همسان کنیم، دارای تاریخچه و شخصیت میشویم. این بدبختی موجب شده که ما هدف داشته باشیم، هدف خلاص شدن از آن. به همین دلیل نگران سوسکی هستیم که توانست خودش را از رو کند. بعداً چه بر سر او می آید؟ آیا تا زمانی که بلای دیگری بر سر او نازل نشده حوصله اش سر نمیرود؟



محتوای تأثیرگذار در مورد «دریاچه ارومیه»؟

محتوای تأثیرگذار در مورد دریاچه ارومیه یک تم عاطفی خواهد داشت که به دنبال ایجاد کردن این حس است که:

- در موقعیت بدی قرار داریم؛
- هویت و تاریخ و زیست بوم در خطر است؛
- در صورتی که کاری انجام نشود همه چیز را از دست می دهیم.

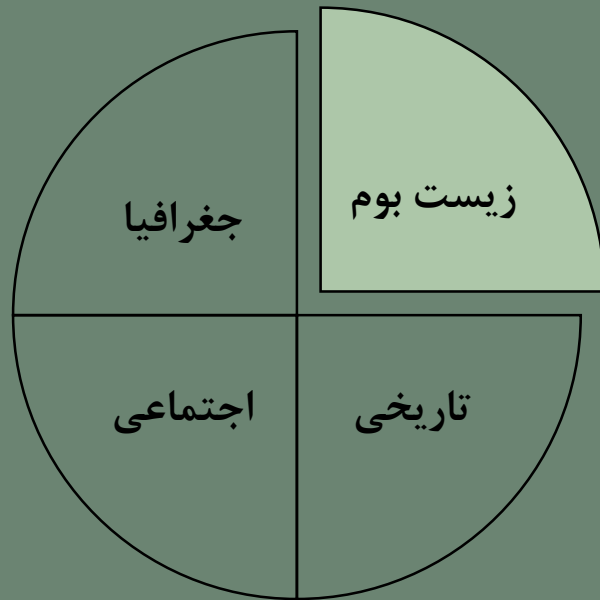


سبک‌های تولید محتوا متناسب با اهداف

<ul style="list-style-type: none">اینفوگرافیک داده‌محورمصاحبه و گزارش خبری	<ul style="list-style-type: none">برنامه‌ها و اقداماتاحیای دریاچه	<ul style="list-style-type: none">اثرات پدیده خشکشدن دریاچه	<ul style="list-style-type: none">روایت‌گری یا استوری تلینگشبیه‌سازی داده‌های آماری
<ul style="list-style-type: none">انیمیشن و موشن گرافیک آموزشیتجربه مشترک در دنیا	<ul style="list-style-type: none">تغییر سبک زندگیفردی و اجتماعی	<ul style="list-style-type: none">اقداماتی در راستاحفظ دریاچه	<ul style="list-style-type: none">انیمیشن و موشن گرافیک آموزشیتجربه مشترک در دنیامصاحبه با متخصصان محیط زیست

آگاهی بخشی در مورد اثرات پدیده خشک شدن دریاچه ارومیه

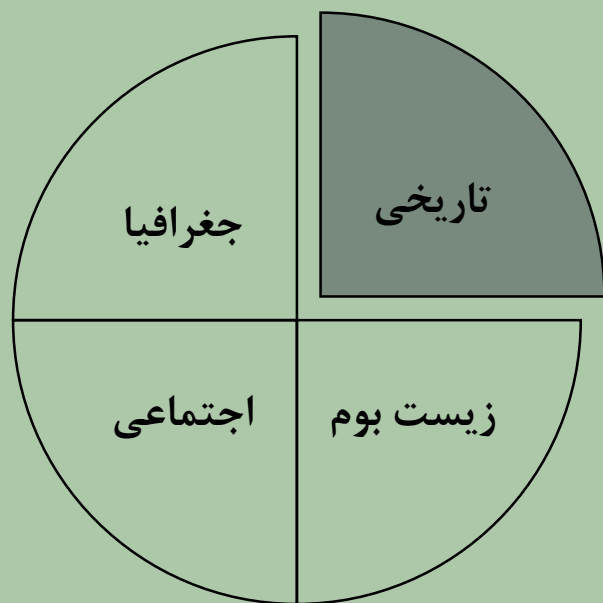
اگر هدف آگاهی بخشی در مورد اثرات پدیده خشک شدن دریاچه ارومیه از بعد «زیست بوم» دنبال شود. هر کدام از گونه‌های موجودات زنده داستانی دارند که به انتها و انقراض نزدیک است:



- ۶۲ گونه باکتری و آرکئوباکتر
- ۴۲ گونه قارچهای میکروسکوپی
- ۲۰ گونه جلبک
- ۳۱۱ گونه گیاه
- ۵ گونه نرم تنان دو کفه‌ای
- ۲۲۶ گونه از پرندگان
- ۲۷ گونه خزنده و دوزیست
- ۲۴ گونه از پستانداران
- دست کم ۴۷ گونه فسیل

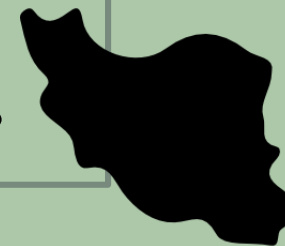
تنوع زیستی (۲۰۱۶):

آگاهی بخشی در مورد اثرات پدیده خشک شدن دریاچه ارومیه

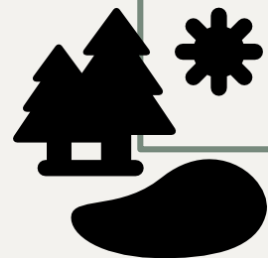
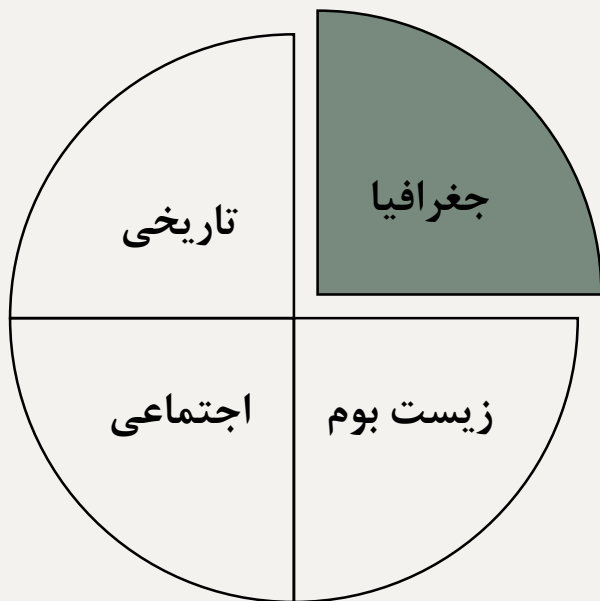


تاریخ و تمدن دریاچه ارومیه:

- یکی از نخستین اشارات به دریاچه ارومیه در کتیبه سده نهم پیش از میلاد مسیح
- دریاچه‌ای با قدمت بیش از ۳۰۰۰ سال
- دوران شلمنسر سوم پادشاه آشور (سلطنت بین ۸۵۸-۸۲۴ قبل از میلاد)
- تمدن‌ها ایران: از زمان آشوریان تا امروز



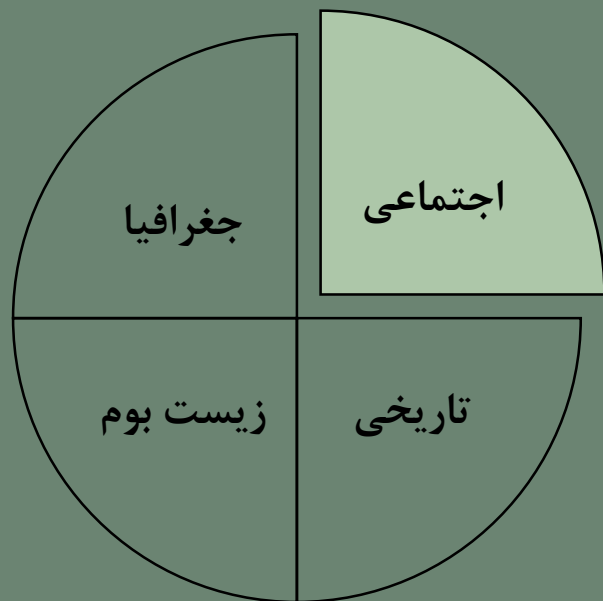
آگاهی بخشی در مورد اثرات پدیده خشک شدن دریاچه ارومیه



مهمترین اطلاعات جغرافیایی دریاچه ارومیه:

- مساحت (۱۳۷۷) در حدود شش هزار کیلومتر مربع
- بیست و پنجمین دریاچه بزرگ دنیا
- بزرگ‌ترین دریاچه داخلی ایران
- بزرگ‌ترین دریاچه آب شور در خاورمیانه
- ششمین دریاچه بزرگ آب شور دنیا

آگاهی بخشی در مورد اثرات پدیده خشک شدن دریاچه ارومیه



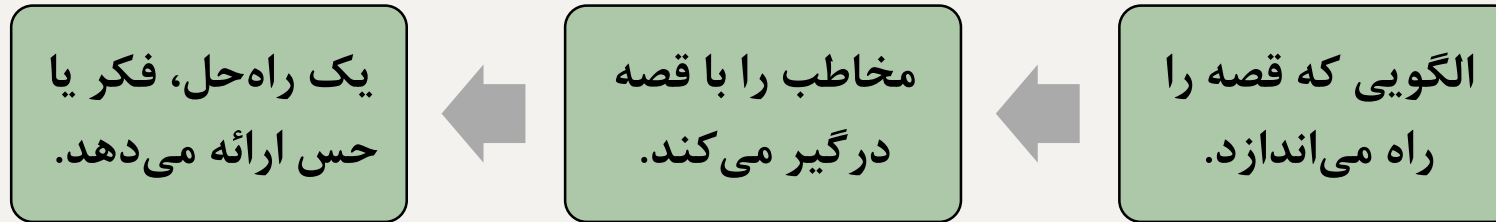
آنچه برای مردمان مهم است شناسایی شود:

- پرده‌ای از زندگی مردم بومی آن منطقه و خاطراتشان
- از بین رفتن معنای دریاچه برای کودکانشان
- از بین رفتن هویت ملی و تاریخی
- پاک شدن دریاچه از خاطرات، نقشه ایران و کره زمین
- داستان‌های واقعی افراد مسن در آن منطقه



روایت‌گری و استوری تلینگ

هر داستان، هرچقدر هم که پیچیده باشد یک قانون دارد و این قانون یک ساختار سه گانه است:



یک روایت خوب باید کاربر را قادر سازد:

ارتباط: با موضوع ارتباط برقرار کرده و آن را به خوبی بشناسد.

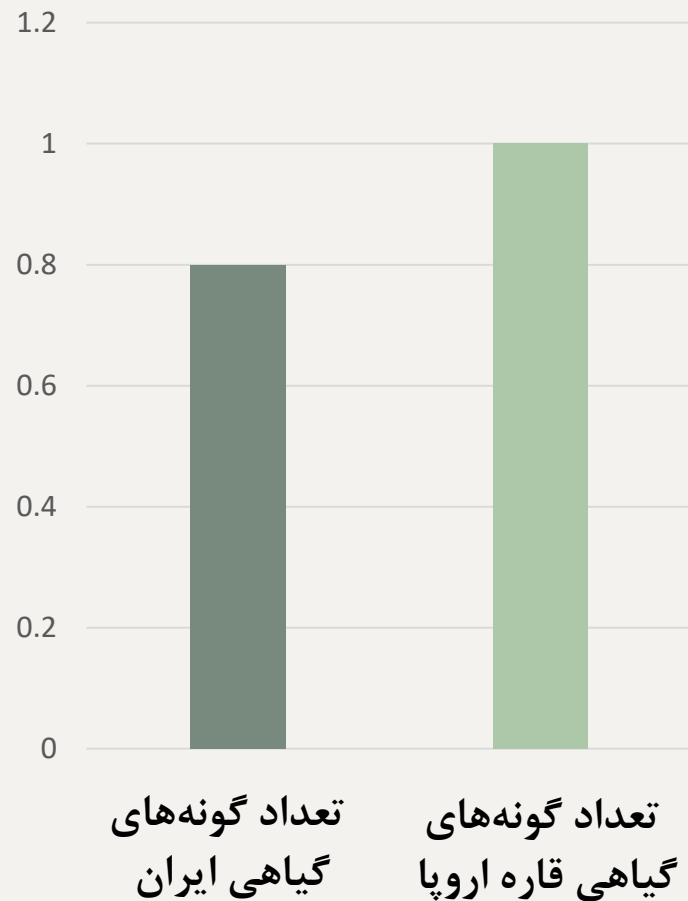
توجه: به داستانی که در حال تعریف شدن است، توجه کند.

منطق و هیجان: برای سؤالات او یک پاسخ منطقی یا عاطفی ایجاد کند.

قدرت بیان: شروع، میانه و پایان خوب داشته باشد.



شبیه‌سازی داده‌های آماری



در کشور ایران حدود ۸۰۰۰ گونه گیاهی (فقط گیاه عالی) تشخیص داده شده است که از این نظر تعداد گونه‌های گیاهی ایران برابر با ۸۰٪ تعداد گونه‌های گیاهی تمامی قاره اروپا است.

جمع‌بندی: فرآیند تولید محتوای اثربخش در مورد دریاچه ارومیه

