

**Е. А. Завадская**

## СПЕЦИФИКА ПРОДВИЖЕНИЯ ЦИФРОВОГО ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО ХУДОЖНИКА

Сегодня социум существует в актуальной и виртуальной реальностях. Виртуальная реальность становится все более значимой, т.к. действующие в ней социальные феномены реализуются с высокой скоростью и с огромным охватом целевой аудитории. Имидж личности, необходимый публичной персоне, завоевав твердые позиции в жизнедеятельности человека, перешел в цифровую среду. Сейчас трудно найти представителя какой-либо профессии, не ведущего цифровой коммуникации, и не ставящего задачи создания и продвижения своего цифрового имиджа.

Цифровой имидж – это образ, который конструируется с помощью цифровых технологий и используется на различных носителях on-line/off-line с целью передачи окружающим определенное послание в закодированном виде.

Цифровой имидж может иметь не только человек, но и социальная группа, институциональная структура, территория, предмет, объект или явление. Цифровой имидж может быть аудиальным, визуальным или синтетическим. Предполагается, что классификация цифровых имиджей может расширяться с использованием цифровых технологий, направленных на органы обаяния и осязания.

Интересным представляется рассмотреть цифровой имидж современного художника, который может сочетать в себе черты реального прототипа и художественного образа.

Анастасия Машрумова – художница-иллюстратор, комиксмейкер из Минска. В основном ее работы включают в себя различных милых существ. В них можно найти котиков, лисичек или лягушек. На данный момент ее рисунки очень распространены и найти их можно на нескольких порталах.

Котечка – это прототип самой Анастасии Машрумовой, через нее она показывает свою жизнь и помогает аудитории узнать ее. Со временем этот персонаж стал развиваться и выходить за рамки прототипа. Через некоторое время Котечка стал отдельным персонажем комиксов Анастасии.

Художница говорит, что успех в ее творчестве появился благодаря тому, что в этих комиксах и картинах люди могут найти себя, ведь если человек ассоциирует что-то с собой, то и реагирует он мгновенно.

Свою популярность комиксмейкер получила благодаря публичной странице ВКонтакте. На данный момент посмотреть ее работы можно в Instagram, Telegram, X и ВКонтакте.

Анастасия любит спонтанные и быстрые решения, она считает, что они всегда самые лучшие, поэтому и ее никнейм сформировался всего за 5 минут. Машрумова – это перевод ее фамилии на английский. Ее настоящую фамилию она не раскрывает. Предпочитает, чтобы люди додумывали сами. Можно сказать, что при выборе имени художница из способов выбора никнейма опиралась на самый простой – именной. Она оставила свое имя – Анастасия, а вот фамилию немного изменила. Девушка перевела ее на английский, что-то добавила, а что-то убрала. Из этого уже можно сделать вывод о творческих чертах пользователя. Во всех социальных сетях у нее одно и то же имя, что позволяет быстро и просто найти ее везде.

Также среди стратегий продвижения аккаунта Анастасии она использует самые простые, эффективные и популярные: использование хештегов, репосты и цитаты, ответы под постами других аккаунтов.

Telegram. Название ее телеграм-канала, как и остальных социальных сетей состоит из ее псевдонима – Машрумова. Это позволяет легко и быстро найти ее среди других пользователей в Telegram.

Instagram. В данной социальной сети следить за жизнью и деятельностью Анастасии можно на двух аккаунтах. В одном из них представлена ее повседневная жизнь, а во втором – деятельность. Это очень правильное решение, которое упрощает людям поиск по страницам.

Профиль для трансляции ее повседневности называется просто Машрумова, как и все остальные аккаунты, в то время как второй аккаунт имеет в названии слово «комикс», что указывает на ее деятельность. Их сразу можно отличить и в зависимости от целей, которые преследует пользователь, выбрать какой профиль просмотреть.

В аккаунте Анастасии, где транслируется ее деятельность нет ее личных фото. На аватарке здесь тот же автопортрет, что и в остальных социальных сетях. А среди контента, который можно найти здесь – только ее работы и продукция.

Что касается стратегий продвижения, которые иллюстратор использует для своего профиля в Instagram, то первым из них можно назвать создание бизнес-профиля. Бизнес-профиль – это аккаунт с расширенными возможностями для SMM, аналитики, привлечения трафика, рекламы. Данная страница Анастасии в Instagram является бизнес-профилем. Зайдя на ее профиль под главной фотог-

рафией аккаунта можно заметить надпись: художник. Такая пометка помогает найти аккаунт человека, занимающегося определенной деятельностью. Стратегия продвижения обеспечивается использованием геотегов, хештегов, конкурсов.

Также среди стратегий продвижения цифрового имиджа, использованных Анастасией можно назвать стратегию широкого или массового имиджа и SMM-стратегию.

Стратегия массового или широкого имиджа направлена на набор популярности, массового признания. При получении массового признания большее количество людей сможет купить продукты, выпускаемые определенным человеком. Такая стратегия направлена не на узкую группу людей, занимающихся определенной деятельностью, а на людей из разных сфер, которые могут являться потенциальными покупателями.

Если учитывать тот факт, что, в большинстве своем, контент в Telegram, Instagram, X Анастасии содержит в себе такую информацию, которая так или иначе указывает на ее профессиональную деятельность, то можно сделать вывод о том, что ее образ создавался с профессиональной целью.

Имидж Анастасии не отталкивает людей, а наоборот привлекает. Именно характеру эмоционального воздействия ее имидж является позитивным. Интерес аудитории к её образу можно заметить по количеству отметок «нравится», комментариев и просмотров, их на страницах Анастасии достаточно для того, чтобы по степени достижения цели назвать ее имидж эффективным.

Для того, чтобы продавать какой-либо продукт, нужно заинтересовать аудиторию, как в продавце, так и в продукте, именно поэтому надо сделать правильный выбор того, на что ориентироваться при публикации контента. В случае с Анастасией в основном ее контент направлен на то, чтобы потенциальный покупатель захотел купить продукт. Поэтому ее образ можно назвать больше конъюнктурным, чем органичным или сбалансированным. В первую очередь она учитывает те сферы, в которых ее аудитория будет заинтересована.

Ее виртуальный образ – простая и позитивная девушка, которая заинтересована в своей деятельности. В основном она показывает свои работы, поэтому и ассоциации у людей возникают соответствующие. Анастасия Машмурова – художница-иллюстратор.

На сегодняшний день Анастасия использует для продвижения в основном три социальные сети и имеет аудиторию в несколько десятков тысяч человек из разных сфер деятельности и разных возрастов, которые проявляют активность под ее постами и покупают ее работы.

Таким образом, цифровой имидж Анастасии Машмуровой обеспечивается современными стратегиями продвижения виртуального персонажа (котечка) и профессиональной деятельности (художник, Создающий и продающий картины).