

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
«Гуманитарно-эстетическая гимназия №11
г. Дубны Московской области»

Проектная работа с элементом исследования в рамках
«Индивидуального проекта»

Тема: «Продвижение творчества на интернет платформах»

Автор работы:
Скляренко Екатерина Владиславовна, 11 «А» класс

Руководитель: Дударева Ирина Александровна

Координатор:
Буздавина Едена Львовна, заместитель директора по УВР

2020 г.

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. Создание и оформление страницы	4
1.1. Выбор площадки	4
1.2. Процесс создания страницы	6
ГЛАВА 2. Привлечение аудитории	8
2.1. Способы привлечения аудитории	8
2.2. Проверка и анализ действенности способов	8
2.3. Результат привлечения аудитории	9
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	10
ССЫЛКА НА ПРОДУКТ.....	10
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	10
ПРИЛОЖЕНИЯ	11

ВВЕДЕНИЕ

Многие творческие люди хотят делиться своим искусством с другими и получать качественную оценку проделанного труда. Современные ресурсы позволяют сделать это каждому желающему, но у большинства возникают трудности уже на этапе создания страницы, посвященной своему творчеству. Выполняя проект, я провела исследование, в котором выяснила: «Где начать выкладывать работы?» и «Как привлечь аудиторию к своему проекту?».

Актуальность

Данное исследование полезно для деятелей визуального искусства, а именно художников, так как в моем проекте, в качестве эксперимента, выставлялись рисунки.

Цель работы: создать творческую страницу в одной из социальных сетей и привлечь к ней внимание людей, интересующихся данной темой.

Для достижения поставленной цели мне необходимо решить следующие **задачи:**

1. Изучить творческие страницы на разных ресурсах.
2. Выбрать наиболее удобный сайт.
3. Создать страницу.
4. Привлечь как можно больше активной аудитории.

ГЛАВА 1. Создание и оформление страницы

С первого взгляда, кажется, что в современном мире очень просто создать творческую страницу. Зарегистрировался на любом сайте, выложил свои работы, вот и всё! Но это совсем не так. В этой главе будут рассмотрены трудности, с которыми сталкивается любой, кто хочет поделиться своим творчеством.

1.1. Выбор площадки

Перед тем как выбрать наиболее подходящую социальную сеть, необходимо найти все возможные варианты площадок для демонстрации творчества. Выводы, приведенные ниже, сделаны на основе моих собственных наблюдений.

1) YouTube - видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки и показа видео.

Плюсы:

- Огромная аудитория.
- Большой простор для идей и творчества .

Минусы:

- Сложно привлечь и удивить аудиторию.
- Необходимо оборудование и программное обеспечение для монтажа роликов.

2) Instagram - приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей.

Плюсы:

- Много возможностей для взаимодействия с другими художниками.
- Популярный сервис.
- Другие пользователи проводят много конкурсов и челленджей, в ходе которых, можно найти себе аудиторию.

Минусы:

- Тяжело найти свою аудиторию. Часто подписываются те, кому творчество не интересно с целью получить бесплатный арт или предложить взаимоподписку.
 - Тяжело привлечь внимание масс.
- 3) ВКонтакте - российская социальная сеть со таб-квартирой в Санкт-Петербурге. Сайт доступен более чем на 90 языках; особенно популярен среди русскоязычных пользователей.

Плюсы:

- Платформа помогает создателем контента: интересным записям и сообществом дается знак «Прометей», который помогает авторам хорошего контента найти свою аудиторию.
- Огромное количество групп, готовых бесплатно помочь художникам найти подписчиков.
- Много возможностей для взаимодействия с другими художниками
- При наличии интересных работ и приятного оформления найти скромную аудиторию очень легко.

Минусы:

- Тяжело набрать большую активную аудиторию.
- 4) Твиттер - социальная сеть для публичного обмена сообщениями при помощи веб-интерфейса, SMS, средств мгновенного обмена сообщениями или сторонних программ-клиентов для пользователей интернета любого возраста.

Плюсы:

- Особо уважительное отношение к художникам.

Минусы:

- Мало русскоязычного комьюнити.
- Тяжело найти первую аудиторию.

- 5) Amino - социальная сеть, где каждый участник может создать своё маленькое сообщество по интересам и развить его или присоединится к уже существующему.

Плюсы:

- Легко найти аудиторию.

Минусы:

- Много ограничений для визуального контента из-за рейтинга приложения (12+).

- 6) Pinterest - социальный интернет-сервис, фотохостинг, позволяющий пользователям добавлять в режиме онлайн изображения, помещать их в тематические коллекции и делиться ими с другими пользователями.

Плюсы:

- Максимально простой и удобный интерфейс.

Минусы:

- Мало взаимодействий между подписчиками и автором, а так же между авторами.
- Тяжело набрать аудиторию.

- 7) DeviantArt - это интернет-сообщество, созданное специально для художников, в котором представлены иллюстрации, видео и фотографии.

Плюсы:

- Легко набрать аудиторию.
- Уважительное отношение к художникам.

Минусы:

- Необходим высокий уровень владения английским языком.

- 8) Patreon - онлайн-сервис, помогающий всевозможным создателям контента, творческим людям получать финансовую поддержку от своих поклонников.

Плюсы:

- Автор получает прибыль с того, что за его творчеством наблюдают.

Минусы:

- Доступен только совершеннолетним пользователям.

Между этими площадками я отобрала те, на каких сама слежу за творчеством других художников чаще: YouTube, Instagram, ВКонтакте, Pinterest, Твиттер.

Из этих приложений я выбрала наиболее удобные для меня в использовании (Твиттер, ВКонтакте, Instagram) и создала страницу/группу в каждой из них. После нескольких месяцев ведения творческих блогов, я пришла к выводу, что мне проще работать в ВКонтакте.

1.2. Процесс создания страницы

Для начала необходимо изучить сообщества других авторов: подчеркнуть, как они оформляют и ведут свою группу. К примеру, многие художники в описание вставляют свой арт-статус (Рис 2). Благодаря этому людям, которые уже состояли в других творческих группах, будет проще сориентироваться в новом сообществе.

Не стоит пренебрегать названием группы и ее аватаром. Это одни из важнейших критериев, по которым люди запоминают автора. Если паблик слишком часто меняет главную картинку группы, людям становится труднее найти сообщество, так как они уже привыкли к другой. Запоминающиеся аватраки также привлекают большее внимание. Название сообщества чаще всего является никнеймом автора, если в нем не публикуются более одного художника. Часто встречаются группы, где названия сообществ представляют собой иероглифы или непонятные символы. Лучше всего придумать понятные и простые ники, чтобы люди называли автора по нему, а не «Вон тот художник, не знаю, как его зовут». Описание должно быть кратким, указывающим на сферу деятельности художника (используемые материалы, инструменты, техники). Другой вариант: предоставить в описании арт-статус (перечень услуг, которые может предоставить художник, или те предложения, с которыми к нему лучше не обращаться).

ГЛАВА 2. Привлечение аудитории

2.1. Способы привлечения аудитории

- 1) Группы, созданные для помощи художникам.
- 2) Трейды /коллабы/конкурсы (Рис 5).
- 3) Платная реклама.

2.2. Проверка и анализ действенности способов

1) Для того, чтобы рекламу группы опубликовали в специальном сообществе, необходимо выполнить условия, которые устанавливают администраторы. Обычно в таких группах просят сделать взаиморекламу (вставить пиар-группу в ссылки сообщества автора) и написать пост с рекламой, используя хештеги пиар-сообщества.

Такие группы пользуются большим спросом. Именно с их помощью я смогла набрать основную часть аудитории на данный момент. На количество прибывающих подписчиков влияет множество факторов от времени, когда реклама была опубликована, до уровня рисования автора. В моем случае прирост составлял около 9 подписчиков за одну рекламную запись.

2) Трейд - ситуация, когда художники по договорённости рисуют друг для друга (Рис 4, Рис 6)

Коллаб - совместная работа двух и более художников, когда каждому из них выделяется свой этап работы над рисунком

Очень часто по завершении таких работ художники выкладывают рисунки друг друга в свои группы и указывают ссылку на автора. Таким образом, часть аудитории одного художника может подписаться на другого и наоборот.

В моем случае способ оказался наименее действенным, но моей знакомой художнице повезло больше и к ней переходили от других художников немало людей.

Коллабы и трейды устраиваются, чаще, не ради рекламы, поэтому появление новых подписчиков в результате таких мероприятий можно считать приятным бонусом.

3) Для полноты эксперимента я купила платную рекламу у ВКонтакте (так же рекламу можно покупать у популярных художников).

За три дня публикации моей рекламы в ленте других людей с меня взяли 300 рублей. Итог вышел таким: на группу подписались около 30 человек, а количество активных подписчиков возросло почти в два раза.

Насколько результат оправдывает вложение, каждый решает сам.

2.3. Результат привлечения аудитории

В промежуток времени с 1 июня 2019 года по 7 мая 2020 мне удалось добиться:

- 95 подписчиков (Рис 1).
- 16-21 активных людей, которые оценивают почти каждую запись в группе.
- Самый популярный пост в группе набрал 138 оценок «мне нравится» (Рис 3).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мне удалось создать сообщество, которое интересно людям. Думаю, что этот результат неплох для начала пути, который мне еще предстоит пройти как художнику. Моя работа поможет, желающим найти своего «слушателя», творцам сделать первый, самый сложный, шаг к достижению своей цели.

ССЫЛКА НА ПРОДУКТ (Страница в VK)

<https://vk.com/13darkness13>

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. <https://ru.wikipedia.org/wiki/YouTube>
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Instagram>
3. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B5>
4. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B2%D0%B8%D1%82%D1%82%D0%B5%D1%80>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Рис 1

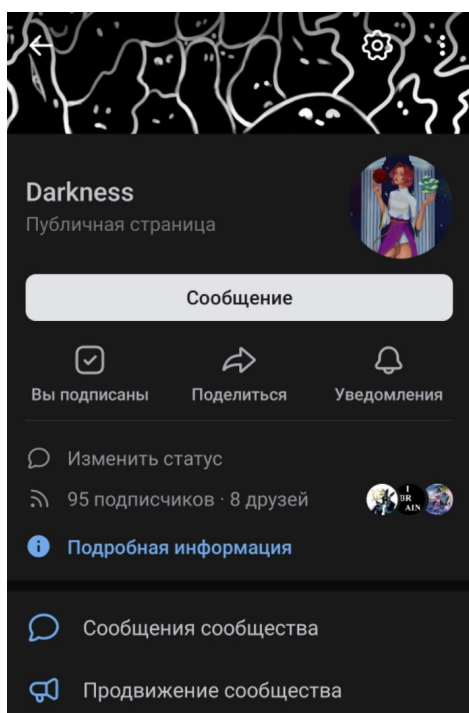


Рис 3

Рис 2

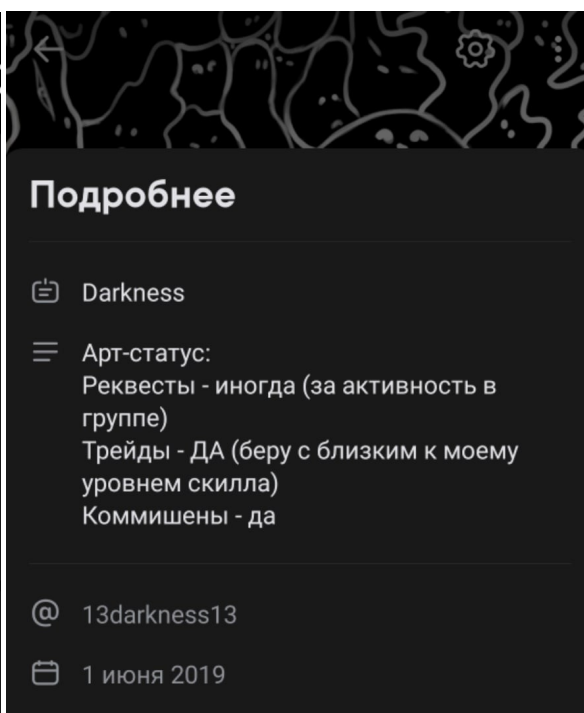


Рис4

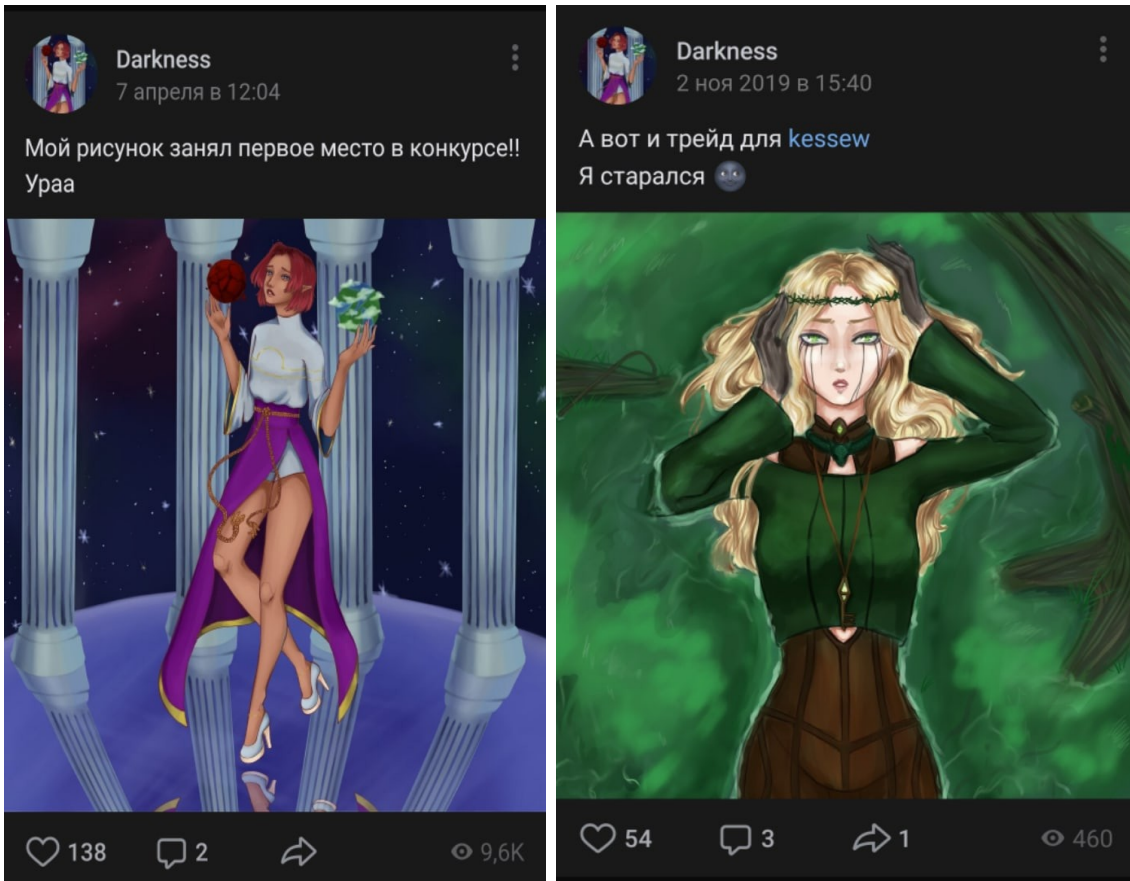


Рис 5



Рис 6

