

УДК 378:003.077

**ПРОДВИЖЕНИЕ КРЕАТИВНОГО ПРОЕКТА
СРЕДСТВАМИ НЕЙРОСЕТЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ НА ПРИМЕРЕ КОМИКСА**

Низамутдинова З.Ф., научный сотрудник Института Татарской энциклопедии и регионоведения Академии наук Республики Татарстан;

ORCID: 0000-0002-6933-5867;

Халикова Р.Ф., студент Института филологии и межкультурной коммуникации ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», г. Казань, Россия;

ORCID: 0009-0000-2700-0279

**PROMOTION OF A CREATIVE PROJECT
BY MEANS OF NEURAL NETWORK TECHNOLOGIES
IN SOCIAL ADVERTISING ON THE EXAMPLE OF A COMIC BOOK**

Nizamutdinova Z.F, researcher of the Institute of Tatar Encyclopedia and Regional Studies of the Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan;

ORCID: 0000-0002-6933-5867;

Khalikova R.F., student of the Institute of Philology and Intercultural Communication, Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia;

ORCID: 0009-0000-2700-0279

Аннотация

В данной статье рассматриваются эффективные методы и подходы для популяризации комикса, которые разработаны для помощи студентам с тайм-менеджментом. Исследуются стратегии продвижения, основанные на увеличении аудитории. Разбираются такие эффективные маркетинговые приемы, как использование медиа-платформ, сотрудничество с лидерами мнения, участие в выставках, мерчендайзинг и розыгрыши. Важно создать качественный и креативный продукт, опираясь на потребности и предпочтения целевой аудитории. Итак, статья представляет собой полный обзор различных современных методов продвижения комикса средствами нейросетевых технологий, которые помогут создателям контента привлечь больше читателей, достичь успеха на конкурентном рынке и увеличить узнаваемость продукта.

Abstract

This article is devoted to discuss effective methods and approaches for popularizing the comic, which is designed to help students with time management. Explores promotion strategies are based on increasing the audience. Effective marketing techniques such as the use of media platforms, collaboration with opinion leaders, participation in exhibitions, merchandising and sweepstakes are being analyzed. The authors' of the article think, that it is important to create a high-quality and creative product based on the needs and preferences of the target audience. So, this article is presented a complete overview of various modern methods of promoting comics using neural network technologies that will help content creators attract more readers, achieve success in a competitive market and increase product awareness.

Ключевые слова: комикс, продвижение, тайм-менеджмент, маркетинг и нейросеть
Keywords: comics, promotion, time management, marketing and neural network

Одна из самых популярных и востребованных форм в креативном направлении последних десятилетий является комикс, как инструмент продвижения социальной рекламы. Он сочетает в себе текст и иллюстрацию, создавая уникальное и интересное средство передачи информации. Современные технологии продвижения комиксов играет важную роль в их популяризации.

Комикс доступен для широкой аудитории, что способствует распространению, выделению на рынке и привлечению внимания потенциальных читателей. Более того, продвижение данного вида искусства содействует развитию одного из направлений литературы. Ведь комиксы – это не просто развлечение, но и отличный метод выражения, способное передать сложные и важные идеи. Чтение комиксов обогащает культурное развитие населения, развивает их воображение и креативность.

Таким образом, продвижение комиксов имеет особое значение в распространении и популяризации креативных-социальных проектов. В данной статье мы рассмотрим современные, эффективные методы проектного решения распространения социального комикса по теме «тайм-менеджмента» средствами нейросетевых технологий в рамках обучения студентов бакалавриата по образовательной программе 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Копирайтинг и брендкоммуникации, с целью оценки выбранной тематики как одной из важных для читателя.

Комикс – это форма искусства, которая использует комбинацию текста и иллюстраций для рассказа истории. В основном комиксы состоят из панелей, каждая из которых содержит изображение и соответствующий текст. Комиксы бывают разных жанров, от супергеройских приключений до драматических историй. Они могут быть как в печатном виде, так и в электронном [4].

В современном мире, где у студентов огромное количество задач и обязанностей, умение управлять своим временем становится все более важным. Однако, не всегда студенты осознают важность тайм-менеджмента и могут столкнуться с различными проблемами, например, стресс, переутомление, отсутствие времени на важные дела, прокрастинация и т.д.

Чтобы привлечь внимание к данной проблеме и помочь студентам улучшить свои навыки тайм-менеджмента, мы решили, что будет целесообразно создать и разработать комикс на эту тему (рис. 1).



Рис. 1. Обложка и разворот комикса «Гармония во времени», автор: Р.Ф. Халикова, руководитель: З.Ф. Низамутдинова, ИФМК КФУ, май, 2024

Сначала мы провели опрос у более 100 респондентов, чтобы комикс был эффективным. Мы старались обратить внимание на то, с какими проблемами чаще всего сталкиваются студенты из-за нехватки времени, причины отсутствия времени, также узнали, какой дизайн

оформления комикса привлек бы их внимание. Например, по собранным данным 89% студентов осознают важность правильной организации своего времени; 71,8% отмечают, что их бодрят желтые и зеленые цвета. Опираясь на результаты опроса и понимая потребности целевой аудитории, мы разработали уникальный комикс, чтобы помочь решить возникшие проблемы или предотвратить их.

Продвижение нашего комикса позволит привлечь внимание широкой аудитории и донести важность эффективного управления временем. Благодаря простому и доступному формату комикса, информация будет усвоена легче и быстрее, а уникальные иллюстрации помогут сделать тему более запоминающейся [3].

Какие же современные методы эффективны для продвижения комикса по теме «тайм-менеджмента»?

Методы продвижения – это средства и приемы маркетинга, направленные на достижение определенной цели [1].

1. Использование социальных сетей.

Создание страницы комикса в таких социальных сетях, как Вконтакте, регулярное ведение страницы, а именно размещение фото и видео-контента, арты, процесс создания иллюстраций, интересные факты и анонсы помогут подогреть и привлечь внимание аудитории. Также отличным способом продвижения являются короткие вертикальные видеоролики в Shorts и Вк Клипах, данный формат способствует привлечению новой потенциальной аудитории.

2. Influence-маркетинг.

Influence-маркетинг – это вид маркетинга, в котором продукты или услуги компании продвигаются от имени влиятельных общественных деятелей (блогеров, лидеров мнений, знаменитостей), которым доверяют потребители. Сотрудничество с лидерами мнений значительно увеличит аудиторию. Блогеры в социальных сетях могут делать обзоры на комикс и продвигать продукт. Медийные личности часто являются признанными экспертами в своей области и пользуются доверием своей аудитории. Их рекомендации и отзывы о продукте стимулируют их подписчиков к приобретению этого товара. Важно выбрать правильного инфлюенсера, который идеально подходит бренду и целевой аудиторией [2]. В этой области применимы нейросетевые технологии, которые способны создать сложные математические модели, которые очень легко использовать. Они быстро создают картины, тексты и музыку, пишут и тестируют код – и всё это непросто отличить от труда человека. А ещё нейросети вдохновляют людей на новые идеи в бизнесе, науке и творчестве и помогают их воплотить!

3. Участие в тематических мероприятиях.

Посещение выставок, фестивалей и конференций содействует не только охвату новой аудитории, но знакомству с партнерами. Екатерина Морозова – организатор русской программы на фестивале «Ком-Миссия», считает, что эффективным методом продвижения комиксов является публикация на специализированных ресурсах – выставки («Comic-Con International 2018» в США, «Comic – Salon 2018» в Германии, «Старкон 2018» в России – Санкт-Петербург, «Комикс – андеграунд 2018» в России – Москва) и фестивали («КомМиссия» в России – Москва, «Котмонавт» в России – Самара) [5].

4. Мерчендайзинг.

Создание средствами нейросетевых технологий креативных рекламных постеров, стикеров, различных сувениров, а также выпуск эксклюзивного мерча, связанного с комиксом способствует большего привлечения внимания и вызывания интереса к продукции.

5. Розыгрыши.

Розыгрыш может быть устроен на различных площадках, например, на веб-сайте или в социальных сетях, где аудитория может принять участие и выиграть комикс. Такой подход привлечет новых читателей, повысит узнаваемость и укрепит лояльность существующей аудитории. Кроме того, данный способ создаст позитивный имидж продукции.

Как поставить задачу нейросети, чтобы получить результат? Практика – главный акцент в понимании. Поэтому в рамках обучения студенты практикуются в общении с искусст-

венным интеллектом: делают рекламный баннер, пишут код и не только. Определяют, к какой нейросети обращаться в конкретной ситуации и как грамотно сформулировать запрос.

Таким образом, продвижение комикса по теме «тайм-менеджмента» имеет важное значение для эффективного распространения. Сочетание креативности, грамотного маркетинга и интересной подачи материала, и контента позволит не только охватить большую аудиторию, но и помочь студентам с управлением времени и делать этот процесс более интересным.

Список литературы

1. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика / Е. Б. Галицкий. – Москва: Юрайт, 2016. – 570 с.
2. Еремин, В. Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации: учебник для вузов / В. Н. Еремин. – Москва : КноРус, 2006. – 224 с.
3. Назаров, М. М. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации / М. М. Назаров, М. А. Папантиму. – Москва : Либроком, 2016. – 216 с.
4. Носков Д. История комиксов [Электронный ресурс] / Д. Носков // Мир Тесен. – 2014. – Режим доступа: <https://s30556663155.mirtesen.ru/blog/43590964828/ISTORIYA-KOMIKSOV> (дата обращения: 01.07.2024).
5. Онкович, Г. В. Комикс как средство медиаобразования / Г. В. Онкович // Медиаобразование : журнал истории, теории и практики медиапедагогике. – Москва, 2016. – № 2. – С. 52-60.
6. Официальный сайт фестиваля «КомМиссия» [Электронный ресурс] – 2017. – Режим доступа: <https://www.kommissia.ru/> (дата обращения: 05.07.2024).
7. Полякова, К. А. Словарь комикса и манга / К. А. Полякова. – Санкт-Петербург : Проект «Сборка», 2007. – 120 с.
8. Репьев, А. П. Как продавать продукты трудного выбора / А. П. Репьев. – Москва : Библиос, 2016. – 207 с.
9. Сахно, И. М. «Комсомолия» Телингатера / Безыменского – пропагандистский комикс или шедевр конструктивистской типографики? // Журнал ВШЭ по искусству и дизайну / HSE University Journal of Art & Design, 2024. № 1 (1). – С. 56–83. DOI: 10.17323/3034-2031-2024-1-1-56-77
10. Сенаторов, А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях / А. Сенаторов. – Москва : Альпина Паблишер, 2017. – 153 с.

УДК 373.2

СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ СТАРШИХ ДОШКОЛЬНИКОВ

*Новик Н.Н., к.пед.н., доцент;
ORCID: 0000-0003-4751-911X;*

Шайдуллина А.И., магистрант 2 года обучения кафедры дошкольного образования Института психологии и образования ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», г. Казань, Россия

A MODERN APPROACH TO ASSESS THE QUALITY OF DIGITAL PLATFORMS FOR SENIOR PRESCHOOL CHILDREN

*Novik N.N., candidate of pedagogical sciences, associate professor;
ORCID: 0000-0003-4751-911X;*

Shaydullina A.I., 2nd year master's student at the Department of Preschool Education, Institute of Psychology and Education, Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia