С. А. Данилова

Санкт-Петербургский государственный университет

SMM ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ НОВОГО ЛИЦА В СОВРЕМЕННОЙ ПОЭЗИИ

Современность изобилует различного рода пошаговыми гайдами по пиару артистов: танцоров, художников, музыкантов. По запросу «Продвижение поэтов» поисковые системы выдают ряд сомнительных агентств и несколько поэтических групп, предназначенных для обмена творчеством, в то время как о пиаре музыканта можно найти грамотные мануалы с аргументацией необходимости каждого из шагов: от рекомендуемой тематики первого сингла до хронометража ротации на радио. Мы рассматриваем сценическую поэзию как медийное явление, для продвижения которого нужно прописать отдельный гайд. Необходимость создания такого гайда обусловлена проблемой настоящего исследования: законы и приёмы пиара из музыкального мира в мире поэтическом не работают или не оказывают желаемого эффекта. Сценическая поэзия как медиажанр набирает популярность в геометрической прогрессии на протяжении десятилетия, начиная с 2008 года, когда vero4ka, поэтесса Вера Полозкова, путём публикации своих стихотворений в Живом Журнале и рассказов о своей деятельности стала первым «поэтом-тысячником». Актуальность настоящего исследования заключается в том, что современность насчитывает около 30 активно гастролирующих по России и зарубежью поэтов, собирающих залы; около 200 авторов читаемых индивидуальных поэтических страничек в интернете, и более тысячи менее известных авторов; эти три категории объединяет одно: все они продвигают себя «методом тыка» за неимением гайда, мануала, книги именно по продвижению поэзии как полноценного жанра со своими законами пиара. Первые две категории просто знают о пиаре немного больше третьей.

Цели нашей работы заключаются в создании свода правил продвижения, актуальных конкретно для автора поэтических текстов, желающего стать по-настоящему читаемым и узнаваемым.

Задачи настоящего исследования заключаются в сборе данных о методиках продвижения современных поэтов и последующем их анализе; в подборе приёмов продвижения, релевантных и актуальных именно для представителей современной сценической поэзии, а не для представителей граничащих творческих категорий; в поэтапном составлении первого в России пошагового гайда по продвижению современного поэта в сценическом пространстве и интернете.

Методика данной работы будет основана на живых опросах целевой аудитории, личном опыте опрашиваемых поэтов, применяющих в своей деятельности различные приёмы продвижения, и самиздат-методичках о продвижении, выпущенных гастролирующими поэтами, входящими в 30-ку наиболее читаемых и узнаваемых сетевых авторов.