

УДК 74.01

ВИЗУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ В КОНТЕНТЕ БРЕНДА MASHA TSIGAL В INSTAGRAM

Хохлова Е.А., студ., Тимохович А.Н., к.пс.н., доц.

*Государственный университет управления,
г. Москва, Российская Федерация*

Торговая марка Masha Tsigal основана в 2003 году и включает в себя как мужские, так и женские коллекции. Одежда от Маши Цигаль предназначена для тех, кто любит жизнь и путешествия. Коллекции Маши Цигаль сочетают в себе оригинальный стиль и веяния современной моды, творческую палитру цвета и изысканное качество ткани, дизайнерский почерк, определяющий уникальное настроение каждой коллекции.

Masha Tsigal является широко известным в обществе модным брендом, который имеет давние отношения со многими крупными российскими и международными ритейлерами, дизайнерами, покупателями и модными СМИ. Одежду Masha Tsigal носят знаменитости – артисты, рок-звезды, певцы, звезды кино, светской и деловой элиты. Марка представлена в ведущих бутиках России и за рубежом. Аккаунт бренда в социальной сети Instagram был зарегистрирован 20 октября 2011 года. На данный момент в аккаунте бренда в социальной сети насчитывается более 210 тысяч подписчиков.

Целевая аудитория бренда – молодежь, которая любит жизнь, спорт, путешествия и отрицает стереотипы. Изделия бренда украшают гардеробы звезд шоу-бизнеса, а также популярны среди представителей светского бомонда. Психологические характеристики потребителя: следят за собой, занимаются здоровьем и внешностью, а также разбираются в моде; являются целеустремленными, индивидуалистами, не боятся чужого мнения.

При проведении анализа визуальной составляющей аккаунта бренда в социальной сети Instagram можно сделать вывод о том, что аккаунт не имеет определенной схемы размещения визуального контента. Преимущественно в фотографиях аккаунта бренда отражаются следующие образы: изображения моделей и селебрити, фотографии Маши Цигаль, фотографии продукции бренда. С точки зрения геометрических решений в фотографических образах бренд чаще всего использует прямоугольник и квадрат. Прямоугольник, расположенный длинной стороной по горизонтали, вызывает ощущение стабильности, покоя, основательности. Единого принципа обработки фотографий у бренда не прослеживается, однако, можно отметить, что лента аккаунта выглядит красочно и контрастно. В аккаунте не представлены черно-белые фотографии, преобладают фотографии с яркими насыщенными цветами. Красочные посты фиксируют внимание аудитории при просмотре ленты аккаунта. В композиционных решениях используются разнообразные контрастные приемы, такие как:

- тоновый прием (различие между темными и светлыми участками изображения, темные объекты размещаются на светлом фоне, а светлые – на темном);
- цветовой прием (использование для выделения объекта его различие по цвету, применение комплементарных цветов);
- динамический прием (использование в изображении элементов статики и динамики, например, на фоне статичного изображения показывается модель в динамиче-

ской позе).

Контент аккаунта содержательно акцентируется на личности создателя бренда – Марии Цигаль. Каждый пост сопровождается определённым текстом, который является лаконичным и увлекательным для чтения. Такие посты создают связь между потребителем и самим брендом. Подписчики могут задавать вопросы в комментариях и непосредственно общаться с дизайнером бренда.

Сделаем вывод о том, что просмотр материалов аккаунта бренда Masha Tsigal вызывает у аудитории положительные эмоции, так как композиционные решения являются гармоничными, посты являются яркими и эксцентричными, но при этом соблюдается баланс эстетики и вдохновения, выделяется творческая составляющая личности дизайнера бренда в каждой фотографии, ее ценностей, интересов, неповторимого стиля и взгляда на жизнь.

УДК 177.2

УЛЫБКА КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Серафимович В.Р., студ., Кириллова И.Л., доц.
*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

*Улыбка ничего не стоит, но много дает.
Она обогащает тех, кто ее получает,
не обедняя при этом тех, кто ею одаривает.
Она длится мгновение,
а в памяти остается порой навсегда.*
Дейл Карнеги

Коммуникация сегодня – это искусство и наука.

Эффективная коммуникация является важным компонентом личностного и профессионального успеха в межличностном, межгрупповом, внутригрупповом и др. уровнях коммуникации.

Коммуникативные навыки – это не только врождённые способности. Их можно успешно тренировать и развивать. Коммуникативные навыки используются ежедневно.

К достоинствам успешного коммуникатора можно отнести: оптимизм и радость жизни, спокойствие и мужество, уверенность в себе, доброжелательность, умение мыслить, обладать достоинством и внутренней свободой, самокритичностью на основе собственных идеалов.

Легкость, спонтанность, свобода, контактность, коммуникативная совместимость, адаптивность и удовлетворенность, общительность считаются основным психологическими критериями эффективности коммуникации.

Не уходить от ответственности, быть внимательным собеседником, уметь слушать и слышать, проявлять заинтересованность, стараться понять не только смысл слов, но и чувства собеседника, быть внимательным не только к словам, но и к невербальным вы-