

Роль имиджа и репутации в музыкальной сфере

Научный руководитель – Крюкова Юлия Евгеньевна

Топчина Дарья Михайловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: dtopchina@mail.ru

Одним из важных аспектов общего восприятия и оценки публичного человека, а именно музыканта, является впечатление, которое он производит. Имидж и репутация артиста играют важную роль в формировании и продвижении исполнителя, ведь именно эти аспекты создают нужное отношение аудитории к артисту.

По мнению российских психологов А.В. Петровского и М.Г. Ярошевского, имидж - это «стереотипизированный образ конкретного объекта, существующий в массовом сознании. Как правило, понятие имиджа относится к конкретному человеку, но может также распространяться на определенный товар, организацию, профессию и т.д.» [8]. Имидж в музыкальной сфере служит для того, чтобы четко идентифицировать исполнителя в сознании потребителей, дистанцировать его от коллег и соперников, сформировать эмоциональную связь с аудиторией.

В толковом словаре русского языка Ожегова и Шведовой репутация определена как «приобретаемая кем-либо или чем-либо общественная оценка, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках кого-либо или чего-либо» [7]. Репутация способна повышать доверие потребителя, давая тем самым дополнительную психологическую ценность музыкальному продукту. Помимо этого, репутация позволяет оценить процесс продвижения артиста, дать промежуточные и конечные оценки PR-стратегиям, выявить главные достоинства и недостатки этих стратегий.

Более того, в музыкальной сфере имидж и позиционирование имеют ряд особенностей, которые стоит учитывать при работе с артистом и создании его образа. При создании позиционирования всегда стоит помнить о том, что выбранное амплуа должно подходить артисту, выглядеть естественно. Для наиболее продуктивного продвижения в имидже исполнителя одновременно должны быть учтены как желания целевой аудитории, так и особенности самого исполнителя. Главные задачи имиджа в музыкальной сфере: привлечь внимание аудитории, сформировать свою определенную целевую аудиторию, произвести положительное впечатление на эту аудиторию, стать для нее близким, заслужить авторитет и доверие, побудить к нужным действиям.

Так, вопрос о формировании имиджа и репутации музыканта на сегодняшний день как никогда актуален, ведь артисты находятся в ситуации большой конкуренции на музыкальном рынке. Более того, без правильно разработанного образа и позиционирования, будет сложно работать на целевую аудиторию. Успешный имидж артиста обеспечивает процветание, привлекая новых слушателей и удерживая существующих, а правильно созданное позиционирование помогает направлять музыкальный продукт на определенные целевые аудитории, удовлетворяя их потребности.

Таким образом, в своей работе я рассматриваю актуальную ситуацию на музыкальном рынке, инструменты создания и управления имиджем и репутацией артиста, а также анализирую особенности имиджа и позиционирования в музыкальной сфере.

Источники и литература

- 1) Белобрагин В.В. Психология имиджа отечественного шоу-бизнеса: учебно-метод. пособие, Москва, 2017
- 2) Бельских И.Е. Учет и оценка гудвилла: мировой опыт и российская специфика / И.Е. Бельских, И.М. Сметанин // Международный бухгалтерский учет. 2010
- 3) Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. — СПб.: Речь, 2005
- 4) Кочеткова А.В. Теория и практика связей с общественностью, 2009
- 5) Макарова Е.А. Теория и технологии арт-менеджмента: научн.-метод. пособие, 2013
- 6) Меньшиков А.А. Связи с общественностью в кризисных ситуациях: учебное пособие/ Комсомольск-на-Амуре, 2013
- 7) Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. — М., 2010
- 8) Петровский А.В., Ярошевский М.Г. Основы теоретической психологии. М.: ИНФРА-М, 1998
- 9) Маркетинг и Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] URL: <https://intelsib.com/book/Intelsib-book.pdf>. Дата обращения: 21.01.2020.
- 10) The culture trip [Электронный ресурс] URL: <https://theculturetrip.com/europe/united-kingdom/england/london/articles/the-dirty-history-of-parental-advisory-labels/>. Дата обращения 02.11.2019.