

УДК 659.127

Селезнева С.В.

студент

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

г. Санкт-Петербург

ОСОБЕННОСТИ АЛГОРИТМА ГЕНЕРАЦИИ КРЕАТИВНЫХ ИДЕЙ ПРИ РАЗРАБОТКЕ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Аннотация: в статье рассматриваются теоретические основы понимания коммуникационного продукта в сфере рекламы и связей с общественностью. Приводится используемый алгоритм генерации креативных идей для выбранного предприятия ООО «Буше». Изучаются особенности применения алгоритма при работе с коммуникационным продуктом разного типа. В статье также рассматриваются методы генерации креативных идей в ходе применения алгоритма.

Ключевые слова: коммуникационный продукт, медиапродукт, коммуникационный проект, креативные технологии, креативные идеи, производство контента.

Selezneva S.V.

student

St. Petersburg State University of Economics

St. Petersburg

FEATURES OF THE ALGORITHM FOR GENERATING CREATIVE IDEAS IN THE DEVELOPMENT OF A COMMUNICATION PRODUCT

Abstract: the article discusses the theoretical foundations of understanding a communication product and the algorithm used to generate creative ideas for the selected company «Bouche» LLC. The features of the algorithm application

when working with a communication product of various types are studied. The article also discusses methods for generating creative ideas during the application of the algorithm. The article also discusses methods for generating creative ideas during the application of the algorithm.

Keywords: *communication product, media product, communication project, creative technologies, creative ideas, content production.*

Сфера рекламы и связей с общественностью стремительно развивается вместе с появлением новых способов для бизнеса взаимодействовать с аудиторией. Способом донесения информации от компании к потребителю в том числе является коммуникационный продукт. По своей сути, коммуникационный продукт – это результат профессиональной деятельности в сфере публичных и массовых коммуникаций по производству медиапродукта, ивент-продукта, рекламного и PR-продукта [4]. В вопросах места, занимаемого коммуникационным продуктом в сфере рекламы и связей с общественностью, принято отделять его от понятия медиапродукта, так как необходимо учитывать, что медиапродукт является скорее результатом журналистской деятельности. Несмотря на это, эти два понятия взаимосвязаны и медиапродукт можно назвать частным случаем коммуникационного продукта. Коммуникационный продукт может быть представлен в формате текстового продукта, поликодового текста, а также принимать различные визуальные формы. Целью создания коммуникационного продукта является донесение с его помощью определённых идей до целевой аудитории, которые выгодны компании, производящей продукт.

В разработке коммуникационного продукта на данный момент необходим подход, отвечающий актуальным тенденциям рынка и запросам

потребителей. Так как с каждым днём производится всё больше коммуникационного контента, специалисты в сфере рекламы и связей с общественностью должны подстраивать под динамику ниши и учиться разрабатывать креативные концепции, которые не только будут продвигать продукт или услугу, но и будут формировать положительный имидж компании у целевой аудитории. Существует большое множество подходов, применяемых для генерации креативных идей коммуникационного продукта. В определённой степени это зависит от индивидуальных способностей специалиста к творческому мышлению и его собственным способам поиска идей. Тем не менее, после изучения необходимой теории был разработан алгоритм, с помощью которого креативная идея может формироваться не как творческая единица, а как способ достижения коммуникационной цели разработки продукта. Алгоритм представлен следующей последовательностью действий [3]:

1. Анализ коммуникационной цели (анализ поставленной задачи, проблемы).
2. Составление возможных вариантов решения проблемы с помощью применения методов генерации креативных идей.
3. Поиск оптимального решения.
4. Обсуждение, презентация, внесение правок.

Данный алгоритм в ходе работы был применён при разработках коммуникационного продукта для Санкт-Петербургской сети кафе и кондитерских ООО «Буше». Целью создания коммуникационного продукта для данной компании заключалась в создании креативных, но понятных концепций для продвижения продукции предприятия. В ходе работы над поставленными задачами с помощью алгоритма были разработаны концепции для: презентации лимитированной праздничной продукции, презентации новых позиций, презентации проекта,

отражающего ценности и вид деятельности компании. На втором этапе алгоритма были предложены следующие методы генерации идей:

1. Декомпозиция основного продукта на его составляющие, которые потребитель будет декодировать как состав продукции и испытывать чувство доверия.
2. Поиск ассоциаций, отражающих не суть продукта, а идею и образ, которые можно с ним связать.
3. Использование интерактивного подхода, при реализации которого потребитель сможет напрямую взаимодействовать с продуктом.

В заключение можно сказать, что особенностью применения алгоритма генерации идей для разработки коммуникационного продукта для компаний в сфере общественного питания является необходимость создания креативной идеи, которая будет работать на продвижение продукта и компании. Креативная идея не должна существовать отдельно от продвигаемой продукции, если используется компанией, основной целью которой является получение прибыли и формирование позитивного имиджа. Предложенные технологии создания коммуникационного продукта должны быть неразрывно связаны с объектом коммуникации.

Использованные источники:

1. Каверина Е. А. «Креативные» идеи в коммуникационных технологиях // Вестник РГГУ. – 2010. – №15(58). – С. 79-86.
2. Быстрова Н. Г. Реклама как психологическая коммуникация: креативный аспект // Гуманитарный трактат. – 2017. – № 13. – С. 3-6.
3. Петрова С. Большая идея. Как победить муки творчества и создать шедевр. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 184 с.
4. Киуру К. В., Кривоносов А. Д. Поликодовый коммуникационный продукт: проблемы терминологии // Коммуникативные исследования. 2018. – №3(17). – С. 37-46