

The background is a solid black field. On the left side, there is a large, irregular, glowing green shape that resembles a stylized letter 'L' or a modern architectural form. In the upper-middle section, there is a small, bright red sphere with a textured, wireframe-like surface. Faint, thin, green lines radiate from the red sphere, creating a sense of depth and movement.

PORTFOLIO

Arleha Pimenava

ВИДЕО-ЭССЕ «ЖЫВЕ БЕЛАРУСЬ»



ССЫЛКА

Проект посвященный событиям, произошедшим в Беларуси в ночь с 9 на 10 августа после президентских выборов летом 2020 года.

Я написала этот текст в тот день и решила реализовать данное сочинение через визуальные образы, добавив элементы репортажной съемки.

После публикации в инстаграм, мое видео распространилось без рекламы и подписчиков и набрало более 22 000 просмотров. В качестве доказательства могу предоставить только скриншот, так как проект пришлось удалить из интернета.

anniqfx 202 нед. · ❤️ от автора
мурашки по коже и слезы наворачиваются..
Ответить Скрыть 3

fiulover 202 нед. · ❤️ от автора
Достучалась до каждого! Спасибо ❤️❤️❤️
Ответить Скрыть

julhen_fly 199 нед. · ❤️ от автора
Сильно до слёз!!!
Ответить Скрыть 2

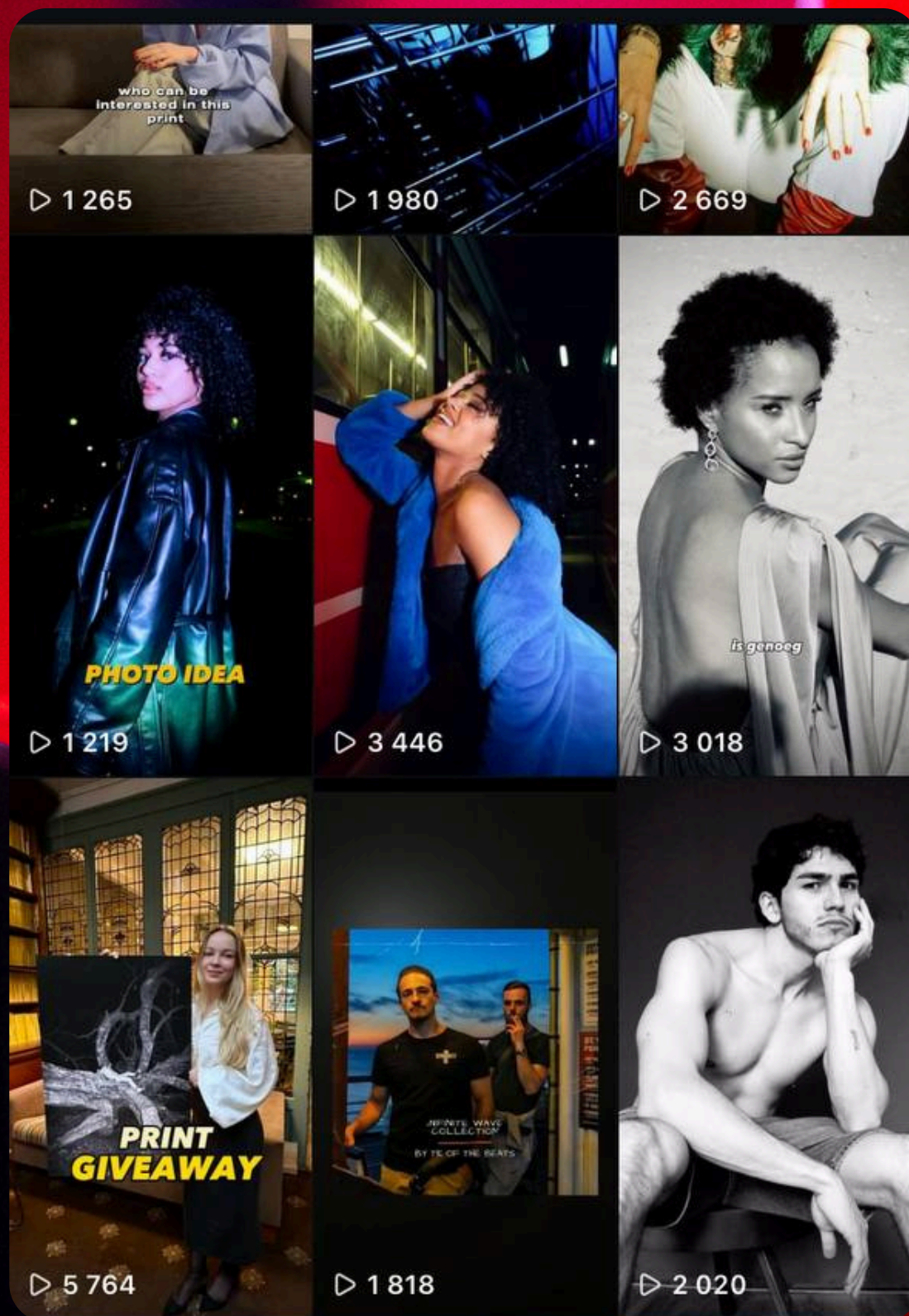
o_khmelevska 199 нед. · ❤️ от автора
Спасибо! Честный, тяжёлый арт! Лучший за последние 38 дней.
Ответить Скрыть 5

PHOTOGRAPHY BLOG

Я бы хотела представить мой фотографический блог, в качестве проекта для портфолио.

Здесь я публикую все свои фото проекты, которые описывают меня как художника, транслируют мой стиль и видение карда. Я развиваюсь на этой платформе уже год и приложила большое количество усилий для того, чтобы креативно рассказать и показать то, что я создаю.

ссылка



Самый большой результат 5 764 просмотра. Моя аудитория насчитывает 355 подписчиков, и хоть это немного, я набрала эти числа за год с нуля, раскачивая алгоритмы и развивая свои навыки медиа продвижения.

На данный момент это является своего рода моей личной галереей, куда приходят новые зрители. Их можно привлечь афишами в метро или медиа инструментами. Например, reels, где ты можешь рассказать историю фотопроекта ([ссылка 1](#)) или разыграть/продать фото принт ([ссылка 2](#)).

Этот формат является современной платформой для распространения искусства, где нет рамок самовыражения и каждый художник может представить свои работы используя ту или иную концепцию.

отдельная ссылка на портфолио с фотопроектами

DreadLabs EVENT

1

DreadLabs event - это мероприятие, которое регулярно проводит креативная команда молодых дизайнеров и музыкантов и Тилбурга под названием DreadLabs ([ССЫЛКА](#)). Данная деятельность направлена на объединение артистов из Тилбурга и прилежащих городов, которые хотят общаться и коллаборироваться с другими артистами или искать способы собственного творческого проявления с помощью поддержкой креативного сообщества Dreadlabs.

Я участвовала в создании концепции улучшения продвижения данного мероприятия. Нашей целью было привлечь к DreadLabs event больше участников, чтобы распространить идею о существующем сообществе, которое объединяет юных художников, способствуя созданию креативных проектов и распространяя искусство среди молодежи.

2

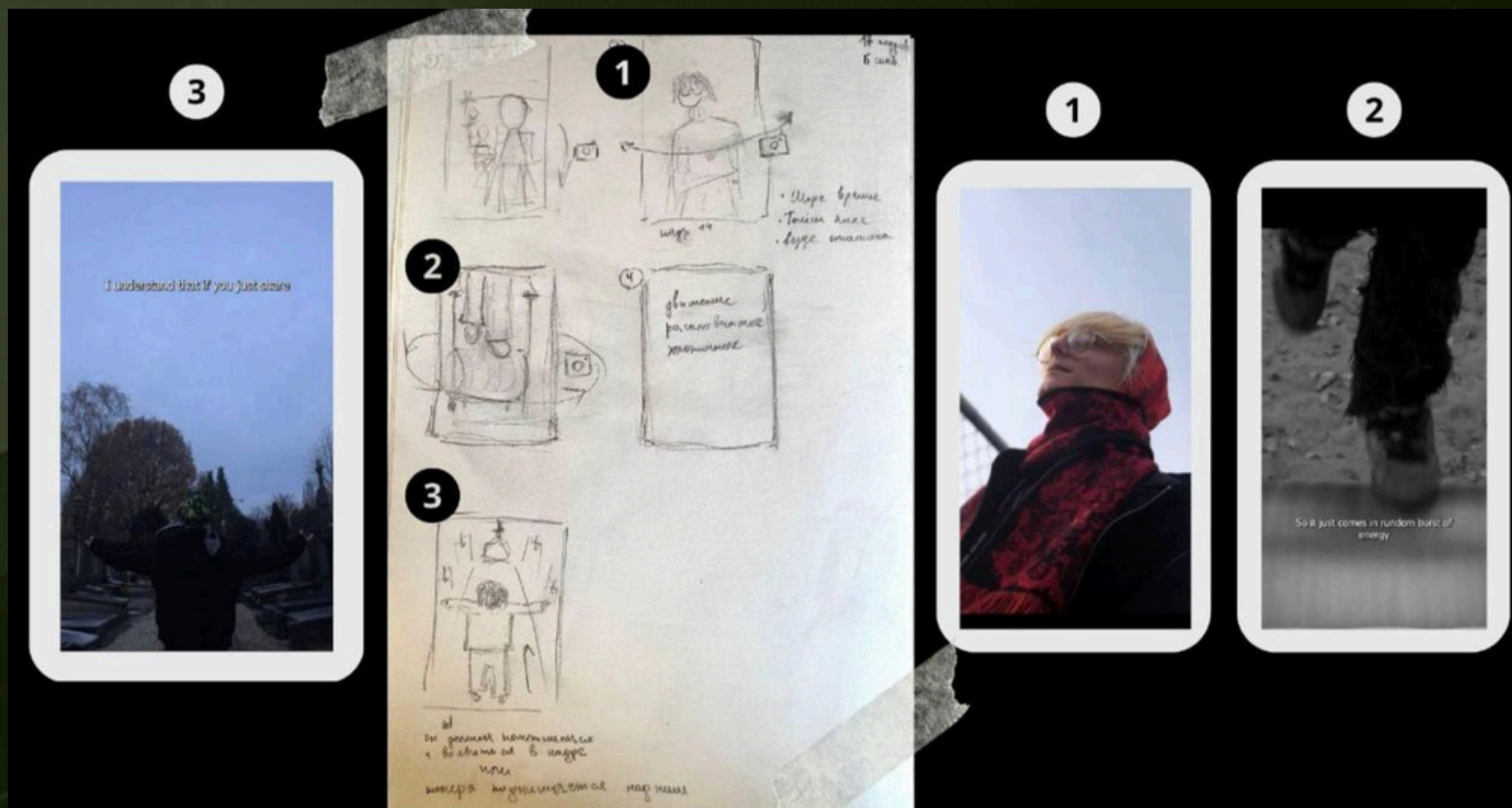
Мой вклад в проектную деятельность:

- разработка концепции мероприятия, анализ аудитории и постановка целей
- участие в разработке инструментов продвижения мероприятия DreadLabs
- **создание видео-продукта для вовлечения аудитории в инстаграм аккаунт и последующего развития узнаваемости мероприятия (идея, сценарий, съемка)**
- организация мероприятия

DreadLabs EVENT

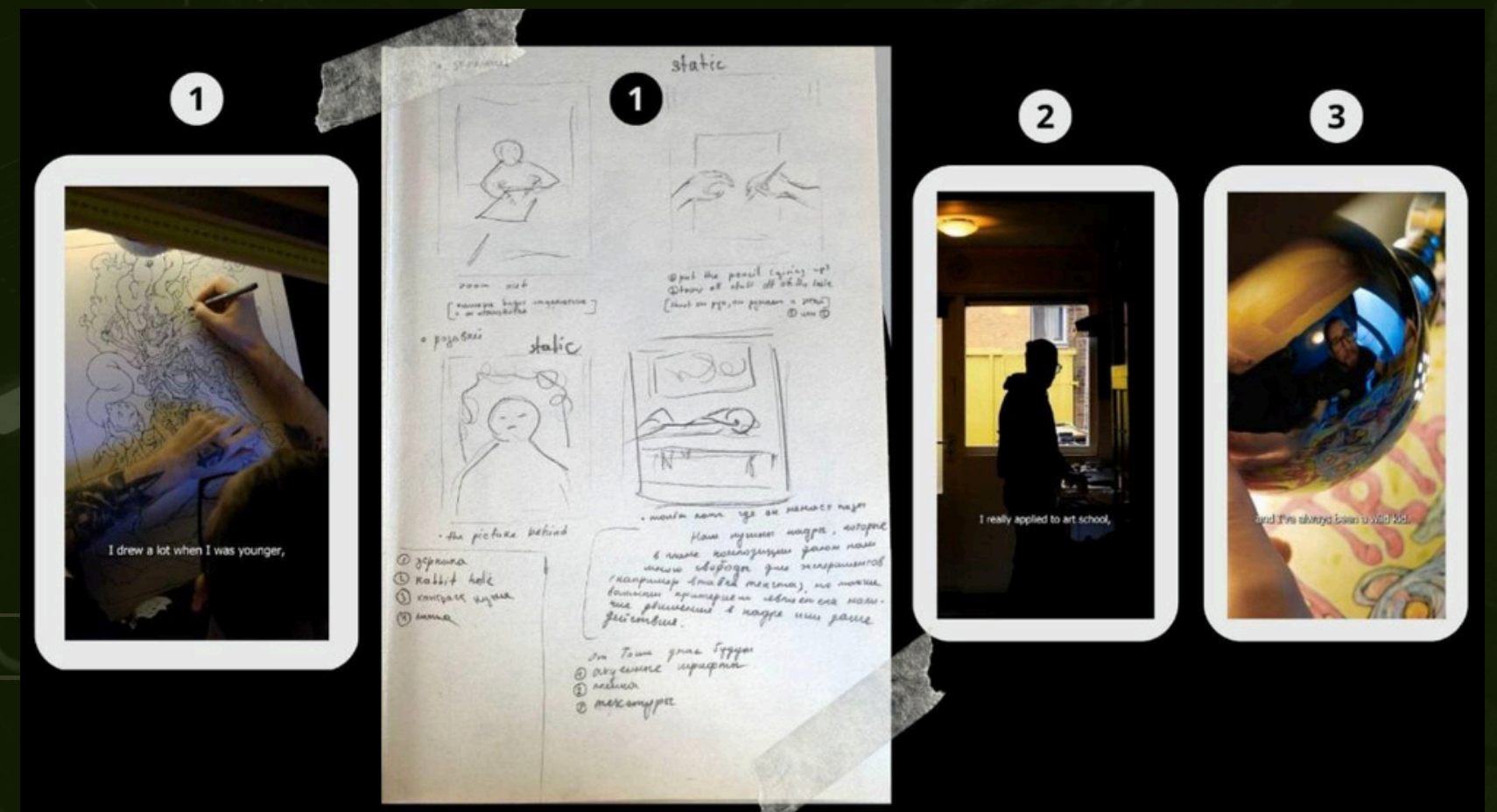
Эти видео-дневники про художников сообщества Dreadlabs раскрывали страхи и слабые стороны героев в их пути к реализации себя в творчестве. Целью этих историй было привлечь аудиторию молодых художников, которые, как и многие начинающие артисты, бояться проявить себя. Мы хотели показать, что это знакомо всем, даже тем, кто уже достиг результата в своем творчестве. Мы предполагали, что эта идея найдет отклик и привлечет интерес ребят к сообществу и мероприятию.

Видео-дневник о Мике ([ссылка](#))



Раскадровка для видео с Микой

Видео-дневник о Шорсе ([ссылка](#))



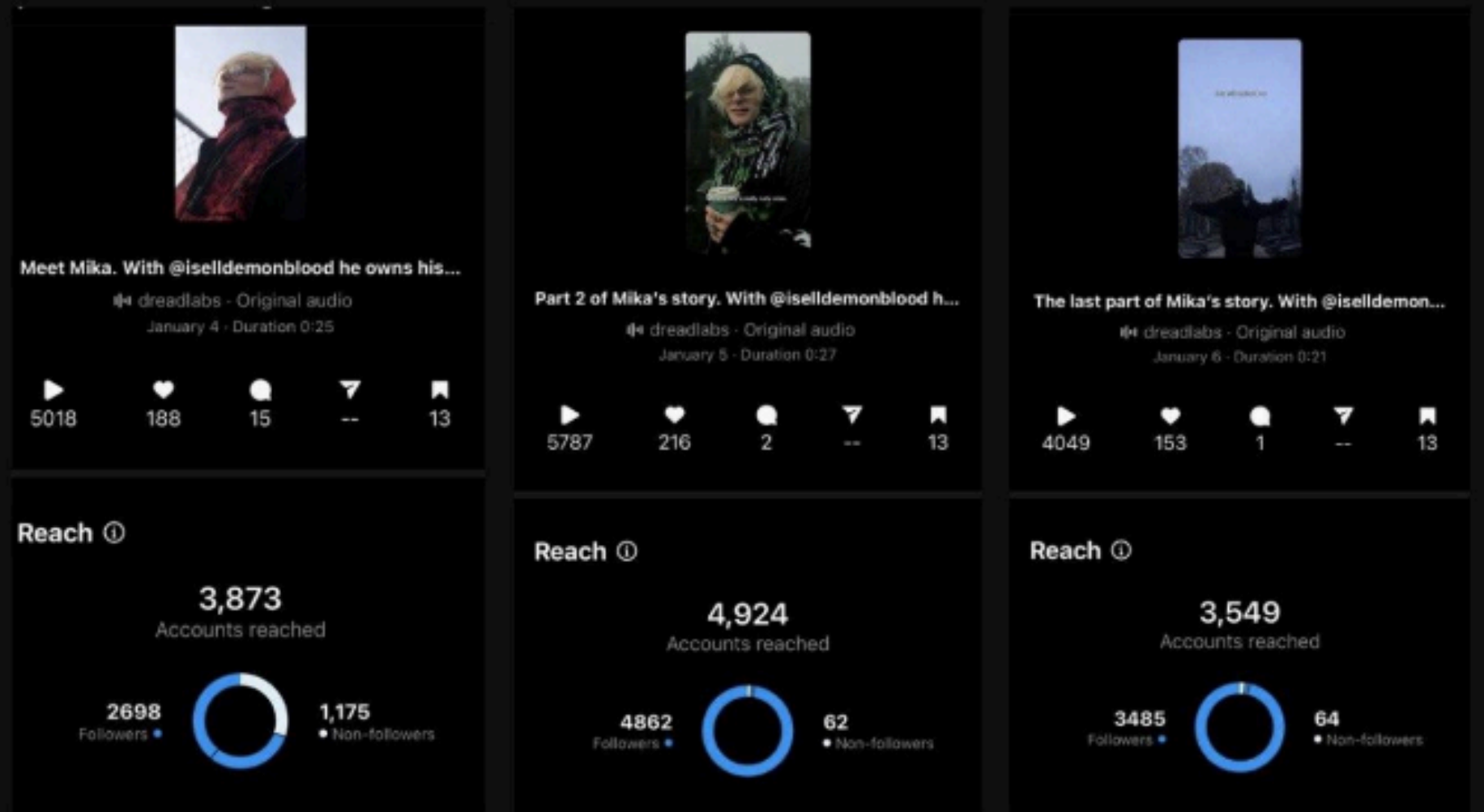
Раскадровка для видео с Шорсом

Результаты

1

Мероприятие прошло успешно и на него пришло около 62 человек, на мероприятие, которое проводили до нашей рекламной компании пришло 30 человек. Участники давали положительные отзывы и говорили, что хотели бы прийти еще раз. Это значит, что наш проект по продвижению мероприятия и его организации прошел успешно.

VIDEO DIARIES: KPI



2

Самое большое количество охваченных аккаунтов — 4924 в Instagram. 1175 из 3873 аккаунтов не были подписчиками. Что является довольно хорошим результатом для первой публикации. Последние два видео были менее успешными с точки зрения привлечения новых аккаунтов, но нам все же удалось охватить в общей сложности 172 новых пользователя.