

## Особенности продвижения художественной литературы Анны Джейн в цифровой среде

Научный руководитель – Гурнак Александра Владиславовна

*Волжанина Елена Леонидовна*

*Студент (бакалавр)*

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в  
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан  
E-mail: *elenavolzanina5@gmail.com*

Цифровое продвижение художественной литературы становится одним из ключевых факторов формирования читательского спроса на современном книжном рынке. Художественная литература как объект продвижения обладает рядом специфических характеристик, отличающих её от других культурных продуктов: высокая степень субъективности восприятия, зависимость от авторского бренда и эмоциональная вовлечённость читательской аудитории [1]. В условиях цифровизации эти особенности определяют выбор инструментов продвижения и характер взаимодействия с аудиторией.

Цифровой маркетинг в сфере книжной культуры опирается на совокупность инструментов, включающих контент-маркетинг, СММ, работу с отзывами и рекомендательными сервисами [2]. Специфика книжного рынка в интернет-пространстве состоит в том, что решение о покупке книги в значительной мере определяется читательским сообществом, а не рекламными каналами. Формирование читательского спроса в цифровой среде происходит через механизмы сарафанного радио, книжных блогов, тематических сообществ и рекомендательных алгоритмов платформ [3].

Показательным примером реализации данных механизмов служит кейс Анны Джейн — российской писательницы, возглавившей рейтинг самых издаваемых авторов России по итогам 2023 и 2024 годов с тиражом свыше 870 тысяч экземпляров [4]. Творческий путь автора отражает характерную для цифровой эпохи траекторию: от публикаций на интернет-площадках — к многомиллионной читательской аудитории и контракту с крупным издательством. Ядро читательской аудитории Анны Джейн составляют молодые женщины в возрасте 16–25 лет, активно взаимодействующие с книжным контентом в социальных сетях [5].

Механизмы поддержания читательского интереса к произведениям автора реализовывались через несколько цифровых каналов: сообщество ВКонтакте, Телеграмм-канал, страницу в Инстаграм и профиль на платформе Литрес. После смерти Анны Джейн в феврале 2023 года фан-сообщество самостоятельно продолжило продвижение её книг, обеспечив устойчивый рост читательского интереса. Цифровые каналы оказали прямое влияние на динамику издания книг автора: тираж продолжал расти даже в постмортальный период, что свидетельствует об эффективности сформированного авторского бренда.

Посмертное продвижение творческого наследия Анны Джейн включает переиздания, выпуск коллекционных бонусных изданий, проведение литературных фестивалей и первую экранизацию романа «Твоё сердце будет разбито» (РБК лайф, 2026). Совокупность данных инструментов демонстрирует, что цифровой бренд автора способен существовать и развиваться независимо от физического присутствия создателя, опираясь на активность читательского сообщества и издательскую стратегию.

Таким образом, кейс Анны Джейн подтверждает, что эффективное цифровое продвижение художественной литературы строится на сочетании авторского присутствия в социальных сетях, работы с читательским сообществом и трансмедийного расширения бренда.

Данная модель представляет теоретический и практический интерес для понимания закономерностей современного книжного рынка.

### Источники и литература

- 1) Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван А. Маркетинг 4.0: разворот от традиционного к цифровому / пер. с англ. — М.: Эксмо, 2019 URL: <https://www.litres.ru/book/filip-kotler/marketing-4-0-razvorot-ot-tradicionnogo-k-cifrovomu-tehnologii-40753159/>
- 2) Буйкевич А. SMM. Social Media Marketing. — М.: RUGRAM, 2022. — URL: <https://www.litres.ru/book/a-buykevich/smm-social-media-marketing-67themebook/>
- 3) Акулич М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров. — М.: Дашков и К°, 2016. — URL: <https://www.litres.ru/book/mikhail-akulich/internet-marketing-21736598/>
- 4) Рубанова Т. Д. Поддержка чтения в пространстве книжных социальных сетей. — 2018. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podderzhka-chteniya-v-prostranstve-knihnyh-sotsialnyh-setey>
- 5) Мамиконян О. Анна Джейн стала самым издаваемым автором в России в 2024 году // Forbes Life. — 2025. — 12 февраля. — URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/530736-anna-dzejn-stala-samym-izdavaemym-avtorom-v-rossii-v-2024-godu>