



#81 Contest:
Virtual Hero/
Spokesperson of Free TON
Author: @Booinitski

Introduction | Введение

A virtual hero is necessary for projects to create an image in the eyes of the target audience, so that they feel a community with the hero, show sympathy for him, and therefore for the project. When creating a character, first it was necessary to answer a few questions:

A real person or a fictional character?

In choosing a hero for the project, preference was given to a fictional creature. A fictional character adapts better to changes in the project itself. He cannot inflict a blow on the reputation of the project, unlike a real person. (example: footballer Ronaldinho who signed a contract with Coca-Cola, became a brand ambassador and appeared at a press conference with two Pepsi cans). The virtual character can be developed and modified with the help of various authors and design agencies depending on the requirements.

Virtual person or virtual animal / creature?

In this issue, priority was given to a virtual animal, since this can to a greater extent ensure the uniqueness of the hero. A cute-looking creature evokes an emotional connection. In the crypto world, where scam projects await at every corner, and technologies are difficult to understand, a cute creature evokes a greater degree of confidence in the project in the subconscious of a person, relaxes and simplifies perception.

Виртуальный герой необходим проектам для создания имиджа в глазах целевой аудитории, чтобы она почувствовала общность с героем, проявила симпатию к нему, а значит и к проекту. Создавая персонажа для начала необходимо было ответить на несколько вопросов:

Реальный человек или вымышленный персонаж?

В выборе героя для проекта предпочтение отдавалось вымышленному существу. Вымышленный персонаж лучше подстраивается под изменения в самом проекте. Он не может нанести удар по репутации проекта, в отличие от реального человека. (пример: футболист Роналдиньо, заключивший контракт с Coca-Cola, ставший послом бренда и появившийся на пресс-конференции с двумя банками Pepsi). Виртуальный персонаж может развиваться и изменяться с помощью различных авторов и дизайнерских агентств в зависимости от требований.

Виртуальный человек или виртуальное животное/существо?

В данном вопросе приоритет отдавался виртуальному животному, так как это в большей степени может обеспечить уникальность героя. Милое с виду существо вызывает эмоциональную связь. В криптомире, где скам-проекты поджидают на каждом углу, а технологии сложны в понимании, милое существо вызывает большую степень доверия к проекту в подсознании человека, расслабляет и упрощает восприятие.



Name: Franky

A character needs a short and sonorous name. We will leave variants of games with words (for example, AnTON FREEdom and TONy) for regional sports tournaments – it looks bad for such a blockchain project. Let's take something classic. Many brands use a similar tactic where the character name is not directly related to the project / brand name: Goldber – Haribo, Snoo – Reddit, Octocat – Github, and others.

Franky means «free» and «free man».

Имя: Фрэнки

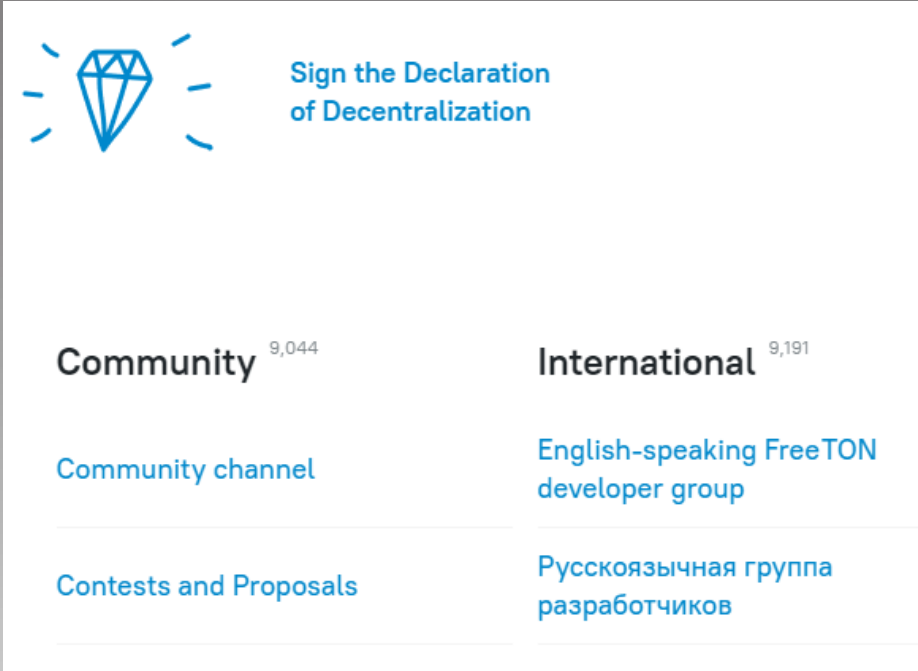
Персонажу нужно короткое и звучное имя. Варианты игр со словами (например AnTON FREEdom и TONy) оставим для региональных спортивных турниров – это выглядит скверно для такого блокчейн-проекта. Возьмем что-то классическое. Многие бренды используют аналогичную тактику, когда имя персонажа не связано напрямую с названием проекта/бренда: Goldber – Haribo, Snoo – Reddit, Octocat – Github и другие.

Фрэнки означает «свободный» и «свободный человек».

Appearance | Внешний вид



The hero uses a number of symbols that provide a connection with the already existing Free TON platform. The colors of some elements are taken from the official site freeton.org, keeping the overall color scheme of the project. Also added contrasting elements in the form of black alien eyes and black sneakers to secure the image. The shape of the crystal (the symbol of the project's cryptocurrency) is used in some elements of the hero and his clothes.



В героя используется ряд символов, обеспечивающих связь с уже существующей платформой Free TON. Цвета некоторых элементов взяты с официального сайта freeton.org, сохраняя общую цветовую гамму проекта. Также добавлены контрастные элементы в виде черных инопланетных глаз и черных кроссовок для закрепления образа. Форма кристалла (символ криптовалюты проекта) использована в некоторых элементах героя и его одежды.

Inner world | Внутренний мир

The theory of archetypes was developed by Carl Jung in the framework of the doctrine of the collective unconscious. The universal images contained in the collective unconscious predispose the individual to experience certain feelings and think in a certain way.

Our virtual hero can also be viewed as a person with his own archetype. He must have an established image in society, he must consist of qualities that cause certain emotions.

There are 12 archetypes in total, and the "wizard" archetype is optimal for our character. The archetype of the wizard allows companies and projects to stand out with their uniqueness, to show that they can do more, that which is beyond the control of others. They are ready to share this magic with society. The wizard archetype is most commonly used by tech companies, as they often make the impossible possible for the end user.

Psychology, new technologies, innovations – everything that is beyond the understanding of the common man in the street. Our hero gives the community that very necessary miracle – technology, decentralization, freedom. Using the selected archetype and adding our own elements, we get the following character portrait:

Теория архетипов была разработана Карлом Юнгом в рамках учения о коллективном бессознательном. Универсальные образы, содержащиеся в коллективном бессознательном, predispose индивида испытывать определённые чувства и мыслить определённым образом.

Нашего виртуального героя также можно рассматривать, как личность, обладающую своим собственным архетипом. У него должен быть сложившийся образ в обществе, он должен состоять из качеств, вызывающих определённые эмоции.

Всего существует 12 архетипов и оптимальным для нашего персонажа является архетип «волшебник». Архетип волшебника позволяет компаниям и проектам выделиться своей уникальностью, показать, что они могут больше, то, что другим неподвластно. Этим волшебством они готовы делиться с обществом. Архетип волшебника чаще всего используется технологическими компаниями, так как они чаще всего делают невозможное возможным для конечного пользователя.

Психология, новые технологии, инновации – все, что находится за гранью понимания простого обывателя. Наш герой дарит сообществу то самое, так необходимое, чудо – технологию, децентрализацию, свободу. Используя выбранный архетип и добавив свои элементы, получаем следующий портрет персонажа:

Inner world | Внутренний мир



The main goal: to make dreams come true, to show the world a miracle.

Dreams: decentralization and respect for rights and freedoms for all.

Strategy: developing your vision and implementing it.

Strengths: friendliness, willpower, wisdom, dedication, sincerity.

Enemies: scam projects, centralized systems.

Weaknesses: a certain amount of eccentricity (hitting Cybertruck with a hammer at a presentation without fear of consequences – that's in his spirit), a pathological passion for crystals (almost like Roquefort's for cheese), which sometimes leads the hero to comical situations.

Основная цель: сделать мечты явью, явить миру чудо.

Мечты: децентрализация и соблюдение прав и свобод для всех.

Стратегия: развитие своего видения и претворение его в жизнь.

Сильные стороны: дружелюбие, сила воли, мудрость, самоотдача, искренность.

Враги: скам-проекты, централизованные системы.

Слабости: некоторая доля эксцентричности (ударить молотком Cybertruck на презентации, не опасаясь последствий – это в его духе), патологическая страсть к кристаллам (почти как у Рокфора к сыру), которая порой приводит героя к комичным ситуациям.

Inner world | Внутренний мир

It is very important that the character does not come to the fore, pushing aside the very concept of a decentralized blockchain, while maintaining its status as a virtual mascot. Many projects sin by shoving their hero wherever they go, coming up with whole stories and stories about him. The hero begins to acquire unnecessary details, turning everything into a theater of the absurd and distracting users from the project itself.

We need a hero who will act as a sweet guide and wise assistant.

It is important that the hero has a combination of friendliness and a certain amount of seriousness, partly even mysteriousness. The duality of the image was initially laid down even in the appearance of the hero – using a combination of the image of a cute cat and non-standard elements (for example, eyes), which clearly say that this hero is something unusual.

Очень важно, чтобы персонаж не выходил на первый план, оттесняя саму концепцию децентрализованного блокчейна, сохраняя свой статус виртуального талисмана. Многие проекты грешат тем, что пихают своего героя куда ни попадя, придумывают целые рассказы и истории о нем. Герой начинает обрастать лишними деталями, превращая все в театр абсурда и отвлекая пользователей от самого проекта.

Нужен герой, который выступит в роли милого проводника и мудрого помощника.

Важно, чтобы в герое было сочетание дружелюбия и некоторой доли серьезности, отчасти даже загадочности. Двойственность образа изначально заложена даже во внешнем виде героя – используя сочетание образа милого кота и нестандартных элементов (например глаза), которые явно говорят, что этот герой – нечто необычное.

Hero story | История героя

Having emerged in the digital environment, as a response to the eternal search for seekers of independence, decentralization and freedom, Franky has become a symbol of all these benefits. He appeared not as a guide, but as a wise comrade who would walk alongside him, and in a difficult moment would help to cope with problems.

Small in appearance and with a huge universe inside. He appeared only half a year ago, so there is still a share of childish behavior in him, but since he is a child of the digital environment, the Internet gave him a lot of knowledge. Combining youthful character and maturity of mind, he is sometimes capable of extraordinary actions. His voice – also an adult – calm and measured, reinforces this image.

In fact, this is an adult hero, wrapped in the image of a cute alien cat. Why he chose this image, if he is a product of the digital environment and can decide for himself how to look – he does not tell. Maybe because everyone loves virtual cats, even allergy sufferers?

Появившись в цифровой среде, как ответ на вечный поиск искателей независимости, децентрализации и свободы, Фрэнки стал символом всех этих благ. Он явился не как поводырь, но как мудрый товарищ, который будет идти рядом, а в трудную минуту поможет справиться с проблемами.

Маленький с виду и с огромной вселенной внутри. Он появился всего пол года назад, поэтому в нем еще присутствует доля ребяческого поведения, но так как он дитя цифровой среды – Интернет дал ему большое количество знаний. Сочетая в себе молодость характера и зрелость ума, он порой способен на неординарные поступки. Его голос – также взрослый – спокойный и размеренный, закрепляет этот образ.

По сути это взрослый герой, завернутый в образ милого инопланетного кота. Почему он выбрал этот образ, если он порождение цифровой среды и может сам решать, как выглядеть – он не рассказывает. Может потому что виртуальных котиков любят все, даже аллергики?

Implementation phase | Фаза реализации

The implementation phase can be divided into 3 stages structured according to the meaning.

Stage 1: Introducing the project audience to the hero.

Stage 2: The hero introduces the project.

Stage 3: The hero entertains the audience.

The main principle of work is to consolidate the created image in the eyes of the audience and only after that work towards changes and customization.

First, you need to create a creative team, which will include illustrators, designers, SMM specialists, and so on. Anyone who has qualifications in the required field or has provided interesting work ideas can join the team. The team works on the hero's image, his actions and behavior, communication with the community, using the principle of voting – the principle of a qualified majority. This option is much more productive than if the behavior and actions of the hero were accepted by the principle of simple majority. Any user has the right to influence the character – you just need to join a creative team – it is enough to offer a productive idea or provide data on your qualifications in the issue being solved.

Фазу реализации можно разбить на 3 структурированных по смыслу этапа.

Этап 1: Знакомство аудитории проекта с героем.

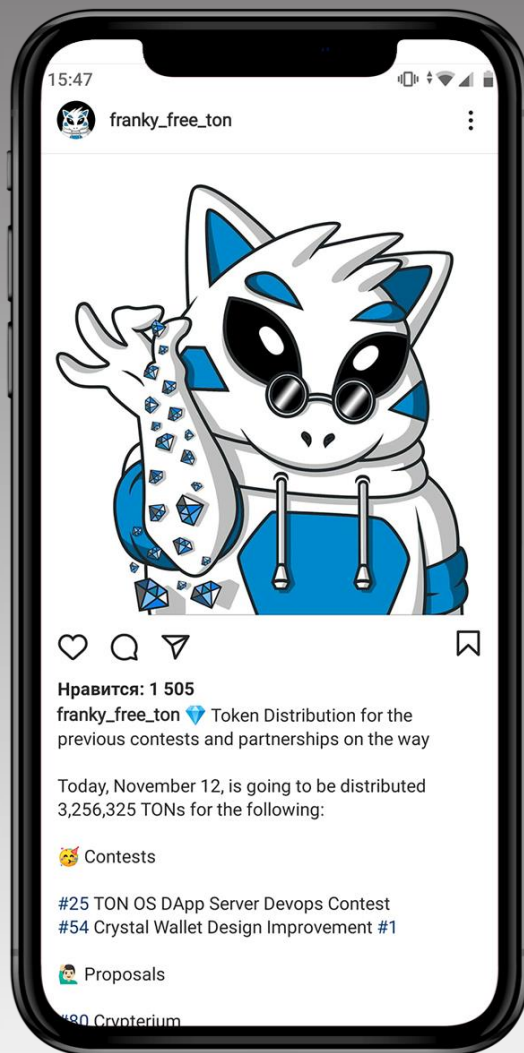
Этап 2: Герой знакомит с проектом.

Этап 3: Герой развлекает аудиторию.

Основной принцип работы – закрепить созданный образ в глазах аудитории и только после этого работать в сторону изменений и кастомизации.

Для начала необходимо создать креативную команду, в которую войдут иллюстраторы, дизайнеры, SMM-специалисты и так далее. Попасть в команду может любой желающий, имеющий квалификацию в необходимой области или предоставивший интересные рабочие идеи. Команда работает над образом героя, его действиями и поведением, общением с сообществом, по принципу голосования – принцип квалифицированного большинства. Этот вариант намного продуктивнее, чем если бы поведение и действия героя принималось принципом простого большинства. За любым пользователем остается право повлиять на персонажа – просто нужно вступить в креативную команду – достаточно предложить продуктивную идею или предоставить данные о своей квалификации в решаемом вопросе.

Implementation phase | Фаза реализации



Stage 1: Introducing the project audience to the hero.

It is important to introduce project users to a new face. Promotion of a project involves maintaining many accounts on social networks and messengers. The virtual character can be used for active communication with the audience, maintaining personal pages, announcing the news of the project.

Stickers should appear in messengers so that the image of the mascot flashed more often in conversation chats.

Этап 1: Знакомство аудитории проекта с героем.

Важно познакомить пользователей проекта с новым лицом. Продвижение проекта подразумевает ведение множества аккаунтов в социальных сетях и месенджерах. Виртуальный персонаж может использоваться для активного общения с аудиторией, ведя персональные страницы, озвучивая новости проекта.

В мессенджерах должны появиться стикеры, чтобы образ талисмана чаще мелькал в разговорных чатах.



Stage 2: The hero introduces the project.

At the second stage, the character is already recognizable among the community and begins to go beyond it. The hero should acquaint people with the project, provide support to newly joined and anyone who has any questions or difficulties, communicate with the participants in a more relaxed manner, naturally explaining all the subtleties of the project.

The best solution would be to create training videos and articles for beginners, for example "Free TON for the little ones 😊". The main idea is complex things in simple words.

Этап 2: Герой знакомит с проектом.

На втором этапе персонаж уже узнаваем среди сообщества и начинает выходить за его пределы. Герой должен знакомить людей с проектом, оказывать поддержку недавно присоединившимся и всем, у кого возникли вопросы или сложности, общаться с участниками в более расслабленной манере, непринужденно объясняя все тонкости проекта.

Оптимальным решением будет создание обучающих видеороликов и статей для новичков, например «Free TON для самых маленьких 😊». Основная идея – сложные вещи простыми словами.

Implementation phase | Фаза реализации



«Privacy is the pillar of security. Trust is the mainstay of comfort. Both underpin freedom» (c) Free Internet by Free TON

«Конфиденциальность – основа безопасности. Доверие – залог комфорта. И то, и другое лежит основе свободы» (c) Free Internet by Free TON

This is followed by the integration of the character into the FAQ sections of the site and applications in the form of a graphic element (photo / video) that simplifies the perception of information.

Another important direction in the development of the project and the character is his participation in video presentations of the project with access to a wide audience. Large-scale promo videos with good visuals and high-quality voice acting will attract many times more attention than even a hundred presentations. Don't forget about 3D graphics, popular masks for online broadcasts. Imagine having an online mascot lead an AMA session or weekly meeting!

Далее следует интеграция персонажа в разделы FAQ сайта и приложений в виде графического элемента (фото/видео), упрощающего восприятие информации.

Еще одно важное направление развития проекта и персонажа – его участие в видеопрезентациях проекта с выходом на широкую аудиторию. Масштабные промо ролики с хорошим визуалом и качественным голосом озвучки привлекут в разы больше внимания, чем даже сотня презентаций. Не стоит забывать и о 3D графике, популярных масках для онлайн-трансляций. Только представьте, как АМА-сессию или еженедельную встречу ведет талисман сети в режиме онлайн!



Implementation phase | Фаза реализации

Stage 3: The hero entertains the audience.

Creation of applications and games aimed at entertaining the audience. At this stage, the general appearance and character of the character is already firmly entrenched in the minds of the community, so you can move on to the possibility of customization.

One of the options is an application on the Free TON blockchain with the ability to create your own pocket hero, edit it and exchange it with other participants. For developers of casual games, a lot of opportunities will open up to implement their projects, using the already beloved and familiar image of the hero.

Этап 3: Герой развлекает аудиторию.

Создание приложений и игр, направленных на развлечения аудитории. На данном этапе общий вид и характер персонажа уже крепко закрепился в сознании сообщества, поэтому можно переходить к возможности кастомизации.

Один из вариантов - приложение на блокчейне Free TON с возможностью создания своего собственного карманного героя, его редактирование и обмен с другими участниками. Для разработчиков казуальных игр откроется масса возможностей реализации своих проектов, используя уже полюбившийся и привычный всем образ героя.



Roadmap | Дорожная карта

- Character presentation | Презентация персонажа;
- Maintenance of social networks | Ведение социальных сетей;
- Creating a sticker pack | Создание стикерпака;
- Integration in the form of a virtual assistant (FAQ) | Интеграция в виде виртуального помощника (FAQ);
- Information and training videos | Информационные и обучающие видеоролики;
- Participation in video presentations | Участие в видеопрезентациях;
- Creation of models for live broadcasts | Создание моделей для проведения прямых трансляций;
- Development of applications for the creation, customization and exchange of characters based on the Free TON blockchain | Разработка приложений по созданию, кастомизации и обмену персонажами на базе блокчейна Free TON;
- Game development | Разработка игр.

Merchandise | Мерч



In conclusion, it is worth noting that our hero perfectly adapts to various types of merchandise, opening up a wide range of opportunities for working with the audience. Gifts, clothing advertisements, and more.

И в заключение стоит отметить, что наш герой замечательно адаптируется под различный вид мерча, открывая широкий спектр возможностей для работы с аудиторией. Подарки, реклама в виде одежды, и многое другое.

Contacts | Контакты

@Booinitski

booinitski2020@gmail.com

Surf:

0:4191eaa61b1d112f04a5cc8b49fd38531c4cb4b60
8c227dac40c8823ddc4b3a6

