

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Кампус, Э. Ю. О мюзикле / Э. Ю. Кампус. – Л. : Музыка, 1983. – 128 с.
2. Белорусский государственный академический музыкальный театр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://musicaltheatre.by/tekushchiy-repertuar>. – Дата доступа: 06.03.2020.
3. Мюзикл как часть танцевальной культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.elementdance.ru/headings/musical_as_part_of_dance_culture. – Дата доступа: 07.03.2020.
4. Танцевальное искусство и мюзикл [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studbooks.net/607482/kulturologiya/rol_horeografii_horeograficheskogo_postroeniya_myuzikle#89. – Дата доступа: 05.03.2020.

Болбот Я. А., БГУКИ, студент 101 группы
очной формы обучения
Научный руководитель – Смоликова Т.М.,
кандидат культурологии, доцент

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM

Социальная сеть «Instagram» является одной из наиболее популярных платформ в мире, ее история начинается с октября 2010 года. Именно в это время программисты из США Кевин Систром и Майк Кригер, разрабатывая проект «Burbn», переориентировали его на мобильные фотографии. Приложение было настолько популярным, что за первые сутки его скачали 25 тысяч пользователей [1].

Изначально предполагалось, что это будет платформа, на которой люди смогут делиться своими фотографиями и видеозаписями. В 2011 году разработчики добавили фильтры, помогающие преобразить фото под

требования пользователя, а также хэштеги для быстрого поиска пользователя или фотографий.

Данным приложением заинтересовался Марк Цукерберг, основатель социальной сети «Facebook». Он увидел в приложении серьёзного конкурента и объявил о покупке Instagram в 2012 году за 1 млрд долларов.

Интеграция с Facebook позволила в техническом плане усовершенствовать инструменты работы с визуальным контентом (короткие видеоролики, таргетинговая реклама, сторис (Stories), прямые эфиры, бизнес-аккаунты, статистика и т.д.), благодаря чему Instagram стал ещё более привлекательным для пользователей.

Если в январе 2013 года число активных пользователей было 90 миллионов, то уже к июню 2018 года их количество увеличилось до 1 миллиарда [2].

Сейчас Instagram не просто социальная сеть, где люди делятся визуальным контентом, – это активная площадка по развитию своего бизнеса. Различные компании и предприниматели используют данную площадку для привлечения внимания, расширяя свою клиентскую базу, а также продвигают свои бренды.

В 2020 году социальная сеть Instagram ещё больше расширила свой функционал. В приложении появились личные аккаунты пользователей, блогеров, паблики (тематические сообщества, подборки фото и видео), офлайн и интернет-магазины, бизнес-аккаунты (кафе и рестораны, туристические бюро, производство), аккаунты брендов, селебрити (аккаунт знаменитости), аккаунты-лединги (боты) [3].

Необходимо учитывать, что при работе в социальной сети необходимо использовать разнообразные инструменты и делать акцент на уникальность темы. Профиль должен отличаться стилистикой, интересными и яркими постами, живой и актуальной информацией, привлекательными фото и видео материалами.

Бизнес-аккаунты в Instagram имеют расширенные инструменты для позиционирования и продвижения бренда на рынке:

- расширенная статистика по записям подписчиков;
- удобные связи с клиентами;
- продвижение публикаций.

Также, эффективным способом продвижения является наличие гостевого блоггинга и коллаборации – процесса совместной деятельности в какой-либо сфере нескольких людей (организаций) для достижения общих целей, при котором происходит обмен знаниями.

Критерий для подобного взаимного партнерства: приблизительно одинаковый охват аудитории, с похожими интересами. С помощью данного способа один блогер знакомит свою аудиторию с другим блогером, и они обмениваются подписчиками.

Массфолловинг, масслайкинг и массовые комментарии – способ привлечь внимание других аккаунтов.

Данные способы продвижения в социальной сети Instagram используются бесплатно, главное условие – системность и активность.

К платным способам продвижения бренда можно отнести:

1. *Авторство в пабликах* – это аккаунты, в которых пользователи пишут на определённую тему. Сотрудничество эффективнее и выгоднее за счет того, что реклама стоит дешевле. Главное – найти паблик нужной тематики и заинтересованную аудиторию.

2. *Реклама у блогеров или звёзд* – стоимость рекламы в аккаунтах зависит от численности аудитории. В среднем стоимость рекламы у популярного блогера в Instagram составляет от 100 до 2085 долларов США за публикацию. Стоимость видео с рекламой продукта – 114 – 3138 долларов США, в «Stories» – 43 – 721 долларов США [4].

3. *Бартер* – вид рекламной деятельности в процессе, которого происходит обмен товара или услуги на рекламу. Бартер отлично подходит различным коммерческим аккаунтам: брендам одежды и

украшений, производителям косметических средств, фотографам, визажистам и т. д.

4. *Таргетированная реклама* – online реклама, в которой используются сложные методы настройки и поиска целевой аудитории.

Все перечисленные способы продвижения универсальны и показывают свою эффективность.

Таким образом, социальная сеть Instagram в 2020 году продолжает развиваться и остается одной из самых востребованных площадок в интернет-пространстве. Это популярный сервис позволяет легко и удобно снимать фото/видео материалы, быстро и легко распространять их через другие социальные сети; получать новых пользователей, которых сегодня в мире насчитывается более 5 млрд. Если учитывать, что динамика роста интернет-аудитории продолжает расти, то Instagram остается эффективным инструментом в популяризации и продвижении бренда.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Полторацкий, А. История создания и развития Instagram [Электронный ресурс] // Официальный портал Dnative. – Режим доступа: <https://dnative.ru/istoriya-instagram/>. – Дата доступа: 24.02.2020.
2. Instagram в цифрах: статистика на 2019 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/2019/02/28/instagram-v-cifrah-statistika-na-2019-god/>. – Дата доступа: 24.02.2020.
3. Продвижение в инстаграме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tilda.education/articles-instargam-promotion#rec99085680>. – Дата доступа: 18.02.2020.
4. 37 Instagram Stats That Matter to Marketers in 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/>. – Дата доступа: 24.02.2020.