

Аниськов Д.Н. студент

Научный руководитель – Жилинская Т.С.

## **ПРОДВИЖЕНИЕ МУЗЫКАЛЬНОГО КОЛЛЕКТИВА В ИНТЕРНЕТЕ**

Интернет является одним из самых доступных источников получения информации. В январе этого года количество пользователей интернета в мире достигло 4,021 миллиарда человек (на данный момент население планеты составляет 7,6 млрд). Рост числа пользователей интернета за год составил 7%. Об этом сообщается в отчете «Global Digital 2018» от We Are Social и Hootsuite [3]. Распространенность и доступность интернета позволяет получать информацию людям практически любого возраста. В последние годы, широкое распространение и развитие получил мобильный интернет, что значительно увеличило и расширило круг пользователей всемирной сети.

Продвижение – это неотъемлемая часть существования любого музыкального коллектива или исполнителя. Начинающим коллективам особенно необходимо обращать внимание на эту составляющую. Продвижение даёт возможность распространения информации о коллективе, расширению аудитории, появлению новых полезных знакомств и связей, что значительно увеличивает темпы развития коллектива в сфере музыкального бизнеса.

Самым удобным, доступным и оперативным источником для получения информации о музыкальных исполнителях и коллективах, на данный момент, является интернет. В сети можно найти практически любую информацию, начиная от творческой деятельности и заканчивая личной жизнью исполнителей. На данный момент личная жизнь и общественная деятельность популярных исполнителей, уже является поводом для поддержания интереса у публики к их творчеству. Новую информацию об изменении в жизни кумиров своевременно распространяют средства массовой информации. Таким образом, популярные исполнители в меньшей мере нуждаются в самостоятельном продвижении, это более актуально для коллективов и исполнителей,

находящихся на начальном этапе своей музыкальной карьеры. У начинающего коллектива появляется возможность оперативно делиться своим творчеством с заинтересованными слушателями, проинформировать потенциальную аудиторию о ближайших концертах и выступлениях, получить обратную связь со слушателем и многое другое.

Интернет постепенно вытесняет с лидирующих мест более привычные средства массовой информации, такие как телевидение, радиовещание и печатные издания. Глобальная сеть диктует свои правила продвижения музыкальных коллективов и исполнителей. Если первоначально интернет-пространство, в контексте средств массовой информации, представляло собой виртуальный аналог газет и журналов, где читатель получал информацию практически таким же способом, как и из печатной продукции, то сейчас медиа-контент и способ донесения информации несколько изменился. Всё ещё актуальны сайты музыкальных коллективов, люди читают текст, однако на данном этапе изменения интернет-пространства, аудитория предпочитает мультимедийность, красочность, эффектность и максимально удобную для восприятия подачу информации.

Таким образом, интернет практически вытеснил привычные источники информации и стал обязательной частью жизни любого человека. В связи с этим возникает необходимость использовать его как гибкий коммерческий инструмент для продвижения любого продукта как в области образования [1], так и в области культуры, включая информирование, стимулирование спроса и рекламирование деятельности музыкального коллектива.

Инструменты для продвижения появляются в настоящее время регулярно. Одни из них используются, другие остаются невостребованными. Рассмотрим наиболее эффективные средства продвижения для музыкального коллектива на настоящем этапе. Характерной чертой этих средств является то, что практически все являются бесплатными, что позволяет пользоваться ими начинающим артистам без ущерба для их финансового положения. Одними из наиболее популярных и эффективных площадок для самостоятельных

публикаций и организации социальных взаимоотношений в Интернете являются **социальные сети**. Наиболее востребованными социальными сетями в Беларуси являются: Вконтакте, Facebook и Одноклассники [4].

Каждый молодой музыкальный коллектив должен иметь группу в социальных сетях, посвященную их творчеству. Это позволит не только делиться информацией и творчеством со слушателями, но и просматривать статистику посещения, выявлять интересы и потенциальную целевую аудиторию. Многие из перечисленных возможностей социальные сети предоставляют сами.

Важное место в продвижении музыкального коллектива занимает **создание собственного канала на видео хостинге YouTube**. Эта площадка удобна и проста в использовании для размещения видеоклипов, концертных выступлений, коротких видео-анонсов. Есть очень много полезных функций которые способствуют продвижению коллектива, рекламе и даже получения прибыли от своего канала. Со временем на портале добавляются новые полезные функции, которые помогают владельцам канала следить за статистикой просмотров, подпиской, комментариями. Даже есть возможность видеообработки файлов встроенным видео редактором.

Обязательным атрибутом является **использование стриминговых платформ**, которые являются интеллектуальными сетевыми музыкальными библиотеками со множеством полезных функций, которые мгновенно предоставляют материал любого жанра» [2].

Наиболее популярные среди них: SoundCloud, Bandcamp, Last.Fm, Spotify, Apple Music, Google Play, Amazon music, Deezer и другие. Чем больше стриминговых платформ имеют в наличии музыкальный материал коллектива, тем больше количество прослушиваний. Ко всему прочему у каждой платформы есть свои особенности, которые одновременно являются отличительной чертой среди других платформ и плюсом в продвижении коллектива (у кого-то бесплатная регистрация, а у кого-то предоставляется возможность оплаты за количество прослушиваний).

**Размещение фотографий и видеозаписей в Instagram.** Многие относят это приложение к социальным сетям (и на это есть основания), но так же можно охарактеризовать это как приложение для обмена фотографиями, с элементами социальной сети, причем эти элементы приложение приобрело сравнительно недавно. Тем не менее, приложение является один из самых популярных на сегодняшний день. Парадокс и успех этого приложения в том, что оно является в тренде уже не первый год и пока основательно держится в лидирующих позициях. Инстаграм очень удобен для преподнесения краткой информации о деятельности артиста, т.к. включает в себя возможность размещения фото, ссылок на другие социальные сети, краткую контактную информацию, коротких видео роликов, всплывающей рекламы, и прочих новинок.

Создание персонального сайта всё еще обязательно для музыкального коллектива, хотя многие начинающие коллективы вполне удачно обходятся и без него. Сайт, как необходимый атрибут, скорее должен появиться на последующих этапах, когда появится возможная необходимость иметь контакт с иностранными организаторами концертов и других мероприятий. В начале творческого пути, с задачей популяризации справляются вышперечисленные платформы и социальные сети.

Главной залогом успеха для развития любого музыкального коллектива является интересный и оригинальный контент. Для успешного продвижения в первую очередь нужен (что касается исполнителя) качественный контент. Если музыкальный коллектив имеет интересный материал, выделяющийся из основной массы, харизматичных участников коллектива, хорошее портфолио в виде фото и видео материалов, высокое исполнительское мастерство и умение держаться на сцене, то заинтересует слушателей и обратит их внимание.

Таким образом, интернет дает безграничные возможности для продвижения музыкального коллектива, но нужно знать, как правильно действовать и какими способами руководствоваться. Современные музыкальные коллективы все больше отдают предпочтение интернету и его возможностям для продвижения. Но не все артисты и их менеджеры обладают

знаниями об актуальных способах продвижения, одной из причин является то, что средства и методы постоянно видоизменяются и совершенствуются. Помимо положительного влияния на популярность артиста или коллектива, интернет может стать возможностью получения дополнительного дохода как для самих участников коллектива, так и для человека, занимающегося продвижением. В статье нами рассмотрены наиболее популярные инструменты для продвижения музыкального коллектива, правильное использование которых будет способствовать повышению уровня популярности, укреплению интереса, саморазвитию и совершенствованию коллектива.

---

1. Жилинская, Т.С. Социальные сетевые сервисы как средства обучения информационным технологиям будущих культурологов / Жилинская Т.С. //Физико-математическое образование: цели, достижения и перспективы: материалы Международной научно-практической конференции, Минск, 10-13 мая, 2017 г./ Белорус. гос. пед. ун-т им. М. Танка; редкол. С.И.Василец (отв. ред.) [и др.]: Минск : БГПУ, 2017. - С. 139 – 140.

2. Музыка в сети [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.redbull.com/ru-ru/7-best-online-music-services>. – Дата доступа : 15.02.2018.

3. Пользователи интернета в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.bizhit.ru/index/polzovateli\\_interneta\\_v\\_mire/0-404](http://www.bizhit.ru/index/polzovateli_interneta_v_mire/0-404). – Дата доступа : 10.02.2018.

4. Социальные сети в Беларуси: статистика по белорусскому сегменту социальных сетей в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://targeting.by/2017/06/09/sotsialnye-seti-belarusi-statistik/>. – Дата доступа : 10.02.2018.