

## SOCIAL MEDIA MARKETING В СЕТИ INSTAGRAM: ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ И РОСТА АУДИТОРИИ

Научный руководитель – Бакеева Диана Анваровна

*Яшина Анастасия Романовна*

*Студент (магистр)*

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, Филологический  
факультет, Саранск, Россия

*E-mail: anast.yaschina2017@yandex.ru*

Цифровое общество и активное развитие отечественной системы цифровых медиа становится одной из важных тем в различных исследованиях (Е.Л. Вартановой [1], М.М. Лукиной и др.) Трансформация традиционных рекламных стратегий превратилась в SMM-менеджмент и расширила границы рекламы на платформах трансмедиа. Блогерство в Instagram – это универсальная площадка для рекламы, которая пользуется популярностью, она имеет свою стратегию и свои виды рекламного продукта. Огромное количество тематических групп и персональных страниц посвящены рекламе продуктов, услуг, мест развлечений и отдыха, брендов, торговых сетей. Развивающаяся в нашей стране платформа Instagram положила начало новым рекламным форматам – обзорам и отзывам от блогеров и простых владельцев аккаунта. Такой подход к рекламированию выигрывает по приоритетности у классической рекламы среди массовой аудитории по трем факторам: 1. Люди больше доверяют блогерам, видя в них простого обывателя; 2. Инновационный дизайн, гипертекстуальность, мультимедийность; 3. Интерактивность и обратная связь; Авторы блогов и специалисты по продвижению стараются найти свой стиль и создают рекламный контент, который подходит для разных категорий аудитории пользователей. Платформа Instagram имеет широкие и эффективные возможности для продвижения товаров или услуг, выступая как мощный инструмент рекламы и саморекламы. Это способ продвижения не только людей (звезды шоу-бизнеса, блогеры, медиаличности), но и СМИ (телеканалы, электронные издания, медиаобразовательные проекты (например, «Школа Первого канала»), владельцев бизнеса и др. Статистика за 2019 год говорит о том, что платформа расширяет аудиторию и привлекает потенциальных покупателей, как товаров, так и самой рекламы. К концу января 2019 года два миллиона клиентов размещают объявления в Instagram каждый месяц. По подсчетам, Instagram имеет 800 миллионов ежемесячных и 500 миллионов ежедневных пользователей [5]. Каждый месяц Instagram используют 1 млрд человек. На сегодня более 80

### Источники и литература

- 1) Вартанова Е.Л. Об основных понятиях «поля цифровых медиа» в российских исследованиях СМИ // МедиаАльманах. 2018. № 2. С. 8–16.
- 2) Ильина Е.Л., Латкин А.Н., Бочарова Э.А. Видеомаркетинг как перспективное направление контент-маркетинга // Символ науки, 2017. № 4. С. 30–33.
- 3) Шурина Ю.В. Жанровое своеобразие социальной сети Instagram // Жанры речи, 2016. № 1. С. 13–18.
- 4) Красуля А.К., Одаренко Т.Е. Преимущества и недостатки продвижения услуг в социальных сетях как одного из инструментов рекламной кампании [Электронный ресурс] // Таврический научный обозреватель. 2016. № 12. С. 17. URL: <http://tavr.science/stat/2016/12/49-Krasulia-Odarenko.pdf> (дата обращения: 16.02.2020).

- 5) Instagram в цифрах: статистика на 2019 год [Электронный ресурс]. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2019/02/28/instagram-v-cifrah-statistika-na-2019-god/> (дата обращения: 18.02.2020).