

Секция «Принятие решений: коммуникационные стратегии и социальные практики»

Инструменты вирусного маркетинга в музыкальной индустрии

Авраменко Кира Юрьевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: kiraavramenko2002@gmail.com

Возможность заявить о продукте в кратчайшие сроки и задержать на нем общественный интерес, спровоцировав дальнейшую активность потребителя, кажется одной из самых выгодных для производителя, музыкальная индустрия не является исключением. Вирусный маркетинг - это одна из технологий продвижения товара или услуги, которая действует в качестве распространителей коммерческой информации о продукте представителей целевой аудитории. Его инструменты дают возможность охватить как можно больше заинтересованных лиц и влиять через них на более широкую аудиторию.

В стремлении продвинуть и закрепить увлечение потенциального потребителя музыкальные исполнители используют методы вирусного маркетинга для активного распространения своего продукта. Такой феномен вызывает научный интерес с точки зрения характерных механизмов, видов и типов вирусного маркетинга, который характерен конкретно для музыкальной индустрии.

Вирусный маркетинг в виде рекламных кампаний начали появляться еще в прошлом веке. Развиваясь и модернизируясь, они показали свою эффективность и влияние на потребителя, закрепление дальнейшего интереса. Стоит отметить существование особенностей вирусного маркетинга в музыкальной индустрии, которые определяют его успех, границы и возможности влияния.

Примерами являются работы зарубежных исполнителей: Radiohead, Twenty One Pilots, Nine Inch Nails. Среди русских исполнителей задействовали инструменты вирусного маркетинга тима ищет свет, Моргенштерн, Big Baby Tare.

Тема инструментов вирусного маркетинга в музыкальной индустрии актуальна в наше время тем, что, изучая и анализируя его механизмы работы, можно понять принципы работы и поведения аудитории, а в дальнейшем определить эффективные методы сбора, анализа и распределения информации.

Инструменты вирусного маркетинга конкретно в музыкальной индустрии перспективна как тема, так как она не была достаточно и отдельно изучена. Многие статьи, книги, которые были посвящены вирусному маркетингу не рассматривают данный феномен конкретно в сфере работы музыкальных исполнителей. Именно поэтому в своей работе я акцентировала внимание на конкретной сфере применения вирусного маркетинга.

Существует множество различных трудов, от небольших статей до диссертаций, которые посвящены теме вирусного маркетинга. Также стоит отметить, что рекламные кампании, проводимые с помощью механизмов вирусного маркетинга, показывают определенные аспекты и технологии с практической точки зрения.

Таким образом, база материала на данную тему достаточна для дальнейшего, более детального изучения и анализа. При написании работы в качестве теоретической основы использовались труды профессоров, таких как Д. Рейпорта¹, а также рассуждения журналистов Д. Зарубиной², А. Алеева³ и других Ю. Лейонхувуд², А. Гуляева³, М. Барата, П. Коэльо⁴. В вышеперечисленных источниках эта проблема рассматривалась с разных точек зрения, что помогает максимально объективно и по-новому ее изучить.

Объектом научной работы выступает вирусный маркетинг в музыкальной индустрии. Предметом же являются его инструменты.

Целью доклада является исследование феномена работы инструмента вирусного маркетинга в музыкальной индустрии.

Источники и литература

- 1) dmaorg.info// dmaorg.info. [Электронный ресурс] URL: http://dmaorg.info/found/15398642_14/clancy.html ;
- 2) The Virus of Marketing // FASTCOMPANY. [Электронный ресурс] URL: <https://www.fastcompany.com/27701/virus-marketing> ;
- 3) Twitter // Twitter. [Электронный ресурс] URL: <https://www.twitter.com/> ;
- 4) Viral marketing // Wikipedia. [Электронный ресурс] URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Viral_marketing ;
- 5) Алексей Алеев: Виральное промо музыки в России и за рубежом: изучаем удачные кейсы // Институт музыкальных инициатив. [Электронный ресурс] URL: <https://i-m-i.ru/post/viral-promo> ;
- 6) Вирусный маркетинг // Calltouch Blog. [Электронный ресурс] URL: <https://www.calltouch.ru/blog/glossary/virusnyj-marketing/> ;
- 7) Дарья Зарубина: «Вы еще спите?»: секретные шифры в клипах Twenty One Pilots // Газета.ru. [Электронный ресурс] URL: https://www.gazeta.ru/culture/2018/09/04/a_11945035.shtml ;
- 8) Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ .