

Технологии продвижения музыкальных исполнителей в социальной сети и стриминговом сервисе «ВКонтакте»

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Панфилов Илья Дмитриевич

Студент (бакалавр)

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

E-mail: ilyaflvv@gmail.com

Внедрение в российский музыкальный рынок стриминговых сервисов и дистрибьюторов в конце 2010-х годов привело к существенному изменению музыкального рынка. Исполнители перестали зависеть от лейблов и получили возможность самостоятельно публиковать свою музыку на стриминговых платформах, воспользовавшись услугами музыкальных дистрибьюторов. Вследствие чего был значительно расширен выбор композиций, доступных слушателям, что стало причиной более высокой конкуренции на музыкальном рынке. В условиях высокой конкуренции тема продвижения музыкальных исполнителей является актуальной.

В течение весны 2022 года в качестве антироссийских санкций российским пользователям отключили доступ к стриминговым сервисам иностранных компаний. Также на территории Российской Федерации была запрещена социальная сеть «Инстаграм». Так на российском музыкальном рынке в качестве основных платформ остались социальная сеть и стриминговый сервис «ВКонтакте», видеохостинг «Ютуб», мессенджер «Телеграм» и стриминговый сервис «Яндекс Музыка».

Каждую из перечисленных платформ и музыкальных площадок стоит использовать в продвижении музыкального исполнителя. В данной работе исследуются технологии продвижения музыкантов в социальной сети и стриминговом сервисе «ВКонтакте». Объектами исследования являются социальная сеть и стриминговый сервис «ВКонтакте». Предметом исследования является продвижение музыкальных исполнителей в социальной сети и стриминговом сервисе «ВКонтакте».

Целью исследования является выработка наиболее эффективных методов в продвижении музыкальных исполнителей во «ВКонтакте». Для достижения поставленной цели в работе решаются следующие задачи: проанализировать составляющие социальной сети «ВКонтакте», имеющие связь с музыкальной сферой; проанализировать работу музыкального стримингового сервиса «ВК Музыка»; выявить и рассмотреть наиболее эффективные технологии продвижения музыкального исполнителя в социальной сети и стриминговом сервисе «ВКонтакте»; выработать эффективные способы продвижения музыкальных исполнителей на основе рассмотренных технологий и дать рекомендации по применению имеющихся инструментов.

Тема продвижения музыкантов во «ВКонтакте» является недостаточно разработанной, однако темы продвижения музыкантов и продвижения в социальных сетях были затронуты многими авторами научных статей и литературы. Тема продвижения музыкальных исполнителей рассматривалась в других работах автора данного исследования. Также в работе рассматриваются предоставленные администрацией «ВКонтакте» руководства и инструкции по применению имеющихся инструментов.

Источники и литература

- 1) Зинин И. — Я музыкант. Что делать? Первые шаги в музыкальной индустрии Инструкция — Институт музыкальных инициатив, 2021 — 144 с.
- 2) Новожилова И. — SMM: эффективное продвижение в социальных сетях. Практическое руководство. — СПб.: БХВ-Петербург, 2022. — 448 с.
- 3) Пассман Д. — Все о музыкальном бизнесе — Альпина Паблишер, 2015 — 420 с.
- 4) Румянцев Д. — Продвижение бизнеса ВКонтакте — Издательство “Питер”, 2019. — 439 с.
- 5) Фоллс Дж., Декерс Э. — Маркетинг в социальных медиа. Просто о главном — Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 336 с.
- 6) Югова А. — Продвижение ВКонтакте — АСТ, 2022. — 320 с.