В условиях конкуренции рекламной и продвигающей информации есть необходимость создания контента на основе принципов и закономерностей, а не только отдельных успешных примеров, частного опыта. Определение стратегии, выработка принципов продвижения основывается на общей терминологии. Поэтому исследовательской проблемой является разрозненность трактовок понятий «способ продвижения» и «инструмент продвижения» а также их воплощений в профессиональной коммуникации.

Представления о содержании понятий и их специфике представлены в исследовательских статьях. Самостоятельные трактовки данных понятий и отделение инструментов от способов продвижения редки; как правило, авторы анализируют отдельные практические решения с использованием способов и инструментов продвижения.

В ходе аналитического чтения научных источников последних лет было установлено, что единой трактовки того, что относится к способам, а что к инструментам продвижения нет, как и нет четкого их разделения.

Рассматривается применение и содержание отдельных способов продвижения контента в социальных сетях. В работах о маркетинге разных авторов 2010-х годов описаны следующие инструменты: комплекс действий по созданию и продвижению тематических сообществ, продвижение через мобильные приложения социальных сетей, проведение интерактивных акций, теневой маркетинг, работа с лидерами мнений, взаимореклама и взаимопиар, таргетированная реклама [Мингазов 2016]. Отмечены также способы продвижения, например, поисковая оптимизация (SEO), контекстная реклама, таргетированная реклама, работа с лидерами мнений и продакт-плейсмент [Меджитов 2016].

В качестве способов продвижения также рассматривается качественный контент, таргетированная реклама и ретаргетинг, реклама в пабликах, интеграция в приложениях, работа с лидерами мнений, взаимодействие с пользователями, конкурсы и розыгрыши [Тихонова 2019]. Чтобы являться инструментом контент-маркетинга, информационное наполнение социальных медиа должно соответствовать тематике бренда, необходимо определенное соотношение постов различной тематики [Шикула 2021].

В ходе обзора научных исследований было выявлено, что способы продвижения частично сходны между собой у рассмотренных авторов. Например, к способам продвижения относят таргетированную рекламу и работу с лидерами мнений. Что касается инструментов, то здесь взгляды исследователей не совпадают.

Прикладные тексты, создаваемые специалистами в сфере маркетинга и рекламы и адресованные массовому читателю, чаще обращаются к понятию «инструмент продвижения». В статье «Введение в продвижение бренда: как разработать стратегию и выбрать подходящие инструменты» из курса «Skillbox» дано следующее определение инструментам продвижения: «отдельные механики и маркетинговые активности» [Чепурнова 2023]. Инструментами названы нативная реклама и игровые спецпроекты, PR, co-branding. Также включают в состав инструментов контент, целевой таргетинг, рекламу у популярных блогеров [Шадрина 2018]. В материале для клиентов рекламного агентства «Бесплатные способы продвижения в социальных сетях 2023» описывают поисковую оптимизацию, короткие видео, взаимообмен аудиторией, конкурсы и розыгрыши, создание пользовательского контента [Дорохина 2023].

В ходе анализа работ практиков в сфере маркетинга и рекламы было выявлено, что чаще всего, как и в отношении научных исследований, разделения понятий «способ продвижения» и «инструмент продвижения» не происходит. Перечисляются одинаковые действия, при этом один автор обозначает их как способы, а другой – как инструменты. Например, в статье «Skillbox» игровые спецпроекты (т. е. конкурсы и розыгрыши) и реклама относятся к инструментам продвижения, а директор рекламного агентства относит их к способам [Дорохина 2023]. Кроме того, определение «инструмент продвижения» удалось найти только в «Skillbox», целью которого является обучение».

Отсутствие единства в определениях и содержании понятий как в исследовательских, так и в прикладных материалах мотивирует обратиться к лексическому значению слов как отправной точке для формулирования маркетинговых терминов. Толковый словарь определяет способ как «совокупность и порядок действий, используемых для решения какой-либо задачи»; инструмент - «это орудие для производства каких-нибудь работ» [Словарь 2012].

Основываясь на закрепленном в языке лексическом значении, можно сделать вывод, что способ продвижения связан с вопросом «Как продвигать?», а инструмент продвижения – «Чем продвигать?». Поэтому к способам продвижения отнесем воздействующий на потребителя контент, работу с лидерами мнений, взаимодействие с пользователями, конкурсы и розыгрыши, а к инструментам – таргетированную рекламу, ретаргетинг, рекламу в пабликах, алгоритмы социальных сетей, хештеги.

**Источники и литература**

Меджитов Г. С. Способы продвижения товаров и услуг в сети Интернет // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Общественные и гуманитарные науки. 2016. Т. 10. №3. С. 109–113.

Мингазов И.М., Макашова В.Н. Социальные сети как инструмент продвижения // Материалы VIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». 2016. Т.1. С. 105–110.

Словарь русского языка / С. И. Ожегов; Под общ. ред. проф. Л. И. Скворцова. М., 2012.

Тихонова А. В. Способы продвижения в социальных сетях и их преимущества // Вестник магистратуры. 2019. № 4–4(91). С. 69–71.

Шикула С. Р. Контент-маркетинг в социальных сетях как один из эффективных способов продвижения товара // Скиф. Вестник студенческой науки. 2021. № 6(58). С. 130–136.

Дорохина В. Бесплатные способы продвижения в социальных сетях 2023 // Рекламное агентство Gazeta Agency. URL: <https://vc.ru/u/1406283-reklamnoe-agentstvo-gazeta/629520-besplatnye-sposoby-prodvizheniya-v-socialnyh-setyah-2023?ysclid=lshrwkviqo731337687>

Чепурнова Д. Введение в продвижение бренда: как разработать стратегию и выбрать подходящие инструменты // Skillbox Media. 2023. URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/vvedenie-v-prodvizhenie-brenda-kak-razrabotat-strategiyu-i-vybrat-podkhodyashchie-instrumenty/?ysclid=lshrpy0wue517801981>.

Шадрина А. Инструменты продвижения в социальных сетях // Образовательный портал «Справочник». 2018. URL: https://spravochnick.ru/marketing/prodvizhenie\_produkcii\_marketingovye\_kommunikacii/instrumenty\_prodvizheniya\_v\_socialnyh\_setyah