

УДК 659

Шао Куйцун

студент

Московский государственный университет имени Ломоносова

ВЛИЯНИЕ НОВЫХ МЕДИА НА РАЗВИТИЕ РЕКЛАМЫ

Аннотация. Данная статья будет посвящена рассмотрению основ влияния новых видов медиа на развитие рекламы, в частности, будут рассмотрены основные тенденции данного процесса, и также его перспективные направления.

Ключевые слова: медиа, новые медиа, реклама, развитие рекламы, влияние медиа.

Shao Kuicong

student

Lomonosov Moscow State University

IMPACT OF NEW MEDIA ON THE DEVELOPMENT OF ADVERTISING

Annotation. This article will be devoted to the consideration of the fundamentals of the influence of new types of media on the development of advertising, in particular, it will consider the main trends in this process, as well as its promising directions.

Key words: media, new media, advertising, advertising development, media influence.

Можно начать с того, что отношение людей к продвижению разное. Некоторые считают, что рекламная деятельность, особенно реклама, рисует искаженную картину реальности, поскольку предоставляет потребителю только избранную информацию о товаре или услуге. Ввиду этого повторение сходных тем в рекламе привело к изменениям в социальной ценности, например, к материализму.

Реклама обеспечивает рекламные акции, которые действуют как средство коммуникации с отдельными лицами, группами или организациями с целью облегчения обмена путем информирования и убеждения аудитории принять продукт или услугу фирмы.

Нравится нам это или нет, но новые медиа, такие, например, как социальные сети никуда не денутся, и они определенно оставили свой след в мире цифровой рекламы. В то время как традиционные средства, такие как телевидение, радио и печатная реклама, по-прежнему являются жизненно важными инструментами, компании, которые не могут адаптироваться к роли социальных сетей в рекламе, ставят себя в невыгодное положение.

Даже самый беглый взгляд на окружающий мир дает множество доказательств того, что социальные сети — это главное. Мы постоянно проверяем наши устройства на наличие уведомлений от платформы за платформой, будь то по работе или по личным причинам — часто и то, и другое. Объявления в Facebook стали повсеместными, влиятельный маркетинг является жизненно важной частью отрасли, а пользовательский контент продолжает набирать обороты.

Большинство рекламодателей согласятся с тем, что маркетинг — это коммуникация и создание ценности. Что ж, социальные сети созданы именно для этого. Социальные сети функционируют как способ объединить огромное количество людей из всех слоев общества и со всего мира, а это означает, что они объединяют бренды и потребителей. Со встроенной

аудиторией социальные сети предоставляют удивительный потенциал для повышения узнаваемости бренда¹.

Но социальные сети не просто дают рекламодателям виртуальный громкоговоритель. На самом деле, рекламодатели уже знают, что простое распространение универсального сообщения без таргетинга на нужную аудиторию может негативно сказаться на рентабельности инвестиций.

Именно здесь проявляется истинная сила социальных сетей. Благодаря своей удивительной способности ориентироваться на определенные группы людей с помощью мощных данных и алгоритмов социальные сети являются идеальным инструментом для сегментации рынков, чтобы рекламодатели могли найти нужных людей.

Маркетологи используют традиционные формы маркетинга (радио, телевидение и печать), а также используют Интернет, чтобы связаться с клиентами и потенциальными клиентами и заставить этих клиентов и потенциальных клиентов связаться с ними.

Число людей, которые регулярно используют различные каналы социальных сетей, резко возросло, и все больше и больше людей все больше и больше вовлекаются в социальные сети, чтобы постоянно развивать свой бизнес и строить отношения с другими людьми. Это один из самых простых, наименее затратных и наиболее эффективных способов заявить о себе и укрепить репутацию вашего бизнеса.

SMM — это группа операций и методов, используемых для создания рекламы через каналы социальных сетей и интернет-сообщества. Реклама в социальных сетях — это планирование и проведение рекламных кампаний через эти каналы. Причина того, что лицо маркетинга так резко меняется, заключается в том, что маркетологи понимают, что им нужно идти туда, где

¹ The Future of Media: Concepts and Trends for Communication Professionals. Режим доступа: <https://online.maryville.edu/blog/future-media/>

есть клиенты. Дело в том, что клиенты тусуются в социальных онлайн-сообществах².

Идея о том, что инвестиции, которые вам нужно сделать, чтобы заставить социальные сети работать, имеют очень мало общего с реальными деньгами, очень привлекательна для многих людей. Конечно, ничего ценного не дается совершенно бесплатно. Инвестиции, которые вам нужно сделать, это время и усилия. Вы должны последовательно посвящать определенное количество времени каждую неделю тому, чтобы ваша SMM-кампания работала на ваш бизнес. Без этой последовательности это не сработает для вас. Вопрос в том, от чего вы готовы отказаться — от времени или денег.

Революция была неизбежна. С темпами, с которыми технологии менялись и меняются, это был всего лишь вопрос времени (и не слишком много времени), прежде чем люди начнут вовлекаться, проявлять энтузиазм и способствовать успеху инновационного и захватывающего инструмента, которым являются социальные сети. Кроме того, тот факт, что это началось с того, что люди использовали его в личных целях, никоим образом не ослабил силу, которую социальные сети имеют для бизнеса сейчас и в будущем.

SMM — это не навязчивая продажа. Речь идет о построении отношений с другими людьми, которые в конечном итоге станут вашими клиентами. Это все о людях и решении их проблем. Чем больше отношений вы сможете построить с другими людьми, тем больше они начнут доверять компании, верить в ее авторитет, захотят иметь с ней дело и в конечном итоге станут лояльными клиентами³.

² The Future of Media: Concepts and Trends for Communication Professionals. Режим доступа: <https://online.maryville.edu/blog/future-media/>

³ How effective are ads on social media? Режим доступа: <https://blog.gwi.com/trends/ads-on-social-media/>

Использование цифровых медиа в личном и профессиональном общении в последние годы ускоряется с головокружительной скоростью, и пандемия COVID-19 поддерживает этот импульс. Карантин, опасения по поводу заражения и ограничения на частную торговлю — все это подтолкнуло людей к большему использованию Интернета. Например, данные исследовательской компании GlobalWebIndex (GWI) показали, что 43% потребителей в августе 2020 года использовали социальные сети в течение более длительного времени из-за пандемии. Кроме того, опрос RAND American Life Panel показал, что около 25% респондентов заявили, что с начала пандемии они стали больше делать покупки в Интернете.

Учитывая пандемию в качестве основы, множество тенденций в области цифровых медиа, вероятно, постоянно меняют цифровой ландшафт так, как это необходимо понимать специалистам по коммуникациям. Некоторые из этих будущих тенденций цифровых медиа включают следующее.

Общение более разнообразно, чем когда-либо, будь то личные беседы с друзьями, семьей и коллегами или сообщения крупного бренда потребителям. Широкое распространение Интернета в начале 1990-х годов принесло с собой новые интересные методы связи, в том числе цифровые медиаканалы, которые позволяют пользователям обмениваться сообщениями быстрее и на больших расстояниях.

Эти достижения в области технологий проложили путь к тому, чтобы цифровые медиа оказали большое влияние на то, как компании и бренды выстраивают отношения со своими клиентами. Они также повлияли на традиционные коммуникативные профессии. Результатом являются новые названия должностей и новый ландшафт того, как выглядит общение⁴.

⁴ The Effects of Social Media on Advertising and Marketing. Режим доступа: <https://www.prnewswire.com/news-releases/the-effects-of-social-media-on-advertising-and-marketing-607898806.html>

Будущее средств массовой информации продолжает обращаться к цифровым достижениям для развлечений, новостей и бизнеса, что открывает большие возможности для бизнеса. По данным исследовательского центра Pew Research Center, индустрия цифровых медиа продолжает расти: около 86% взрослых американцев просматривают новости в Интернете. По мере роста аудитории онлайн-СМИ растет и количество платформ. Для предприятий крайне важно поддерживать присутствие в Интернете, которое позволяет им эффективно общаться со своей аудиторией.

Таким образом, очевидно, что реклама — не единственный способ для потребителей узнать о брендах, но если вы построили свою стратегию на рекламе в социальных сетях, очень важно сделать это правильно. 98% потребителей во всем мире говорят, что посещали социальные сети в прошлом месяце, в то время как глобальные расходы на рекламу в социальных сетях, по прогнозам, будут расти на 15% ежегодно до 2024 года.

Использованные источники

1. How effective are ads on social media? Режим доступа: <https://blog.gwi.com/trends/ads-on-social-media/> (дата обращения: 29.10.2022)
2. The Effects of Social Media on Advertising and Marketing. Режим доступа: <https://www.prnewswire.com/news-releases/the-effects-of-social-media-on-advertising-and-marketing-607898806.html> (дата обращения: 30.10.2022)
3. The Future of Media: Concepts and Trends for Communication Professionals. Режим доступа: <https://online.maryville.edu/blog/future-media/> (дата обращения: 31.10.2022)