Анастасия Романовна ЯШИНА

NEW MEDIA – УНИВЕРСАЛЬНАЯ ПЛОЩАДКА РОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

В данной статье автор анализирует роль новых медиа в сферах человеческой жизни. Особое место в анализе уделяется социально- экономической сфере: маркетингу и продажам в социальных сетях. Автор подробно излагает суть явления нового формата СМИ, их классификацию, преимущества. В статье на реальных примерах доказан рост количества пользователей сетей и их торгово-закупочная деятельность с помощью Интернета. Выявлены перспективы развития социального маркетинга и интернет-рекламы на платформах социальных сетей.

Ключевые слова*: медиа, новые медиа, социальные сети, маркетинг, пользователь, интернет-магазин, группа, аккаунт.*

Anastasiya R. YASHINA

NEW MEDIA IS A UNIQUE PLATFORM PROMOTING GOODS VIA THE INTERNET

In this article the author analyzes the role of New Media in the spheres of human life. A special place in the analysis is given to the economic sphere-marketing and sales in social networks. The author details the essence of the phenomenon of the new media format, their classification, advantages. In the article on real examples, the growth of network users and their trade and procurement activities using the Internet is proved. The prospects of development of social marketing and Internet advertising on social networking platforms are revealed.

Keywords*: media, New Media, social networks, marketing, user, online store, group, account.*

Цифровая эра уверено шагает по планете, вбирая в свои сети всё больше сфер человеческой жизни. Цифровые технологии ежедневно используются людьми разных возрастов, профессий, социального положения. Неудивительно, что digital-глобализация просочилась и в сферу журналистику. Конвергенция и мультимедийные редакции стали обыденными её элементами. О приоритете электронных СМИ в обществе всем известно, они превосходят традиционные по доступности, актуальности информации и другим критериям пользования. Именно digital-технологии и активная деятельность пользователей сети Интернет положили начало развитию нового формата средств массовой информации – New Media.

По мнению профессора Мичиганского университета Рассела Ноймана: «New media – это новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента» [Что такое…]. На сегодняшний день New Media представлены рядом платформ, начиная от электронных версий именитых изданий и заканчивая личными блогами в социальных сетях [Фоллс 2012]. Каждый использует новый формат в своих целях – информационных,

рабочих, дружеских, и даже торгово-закупочных. В последнее время особой популярностью пользуются социальные медиа. Социальные медиа представляют собой «сообщество приложений в сети интернет, позволяющие создавать и обмениваться пользовательским контентом» [Kaplan 2010: 59]. Развитие социальных медиа продолжается, сферы их применения расширяются, во многом благодаря активности пользователей. На 2016 год процентное соотношение пользователей популярных социальных сетей составило:

- «ВКонтакте» – 29,1 миллионов пользователей.
- «Одноклассники» – 25,2 миллионов.
- Youtube – 24,3 миллионов.
- Facebook – 15,4 миллионов человек.

Например, в сети Instagram (по состоянию на 13.07.2018 г.) количество аккаунтов превышает 500 миллионов, что сигнализирует о росте активности пользователей [Социальные сети…]. В последнее время ряд исследователей стремятся создать типологию социальных медиа, предлагая различные классификации. В данном исследовании будет использована классификация ученых А. Каплана и М. Хайнлайн, которые обобщают данные в шесть сегментов [Kaplan 2010: 66-68]:

1. Совместные проекты.
2. Блоги.
3. Виртуальные социальные миры.
4. Виртуальные игровые миры.
5. Социальные сети.
6. Контент-сообщества.

Сегодня социальные сети – это универсальная платформа для активной пользовательской базы. Благодаря развитию информационных технологий и росту интереса пользователей к новому формату медиа стали исчезать коммуникационные границы при продвижении товаров и услуг. Появилось направление социального маркетинга, специалисты SMM-продвижения и даже владельцы малого бизнеса в Интернете.

Своей популярностью интернет-бизнес в социальных сетях обязан нескольким факторам, которые так привлекают продавцов и покупателей:

1. Бесплатная платформа для деятельности компании.
2. Минимальные затраты на управление сообществом.
3. Высокий уровень интерактивности.
4. Обновляющая лента новостей с товарами и услугами.
5. Креативная реклама.
6. Неограниченное количество покупателей.

Наиболее популярной социальной сетью для продажи товаров и предоставления услуг является «ВКонтакте». Продвижение товаров можно реализовывать, создав тематические группы или сообщества, или же в личном аккаунте, размещая информацию на своей стене. Кроме того, социальные сети – самый удачный способ для размещения рекламы, на которой также можно зарабатывать и «раскручивать» свой рабочий аккаунт. На сегодняшний день в сети «ВКонтакте» существуют сотни групп по продажам и целые интернет-магазины. Зачастую кафе и рестораны создают свои группы не только с целью рекламы и для продажи собственной

продукции, но и для доставки заказов на дом. Способ легкого и быстрого питания набирает обороты популярности среди общества, тем самым рост групп по доставки также растет. Кроме того, в группах «Вконтакте» под руководством талантливого администратора проводятся различные конкурсы и бонусные программы, что также привлекает посетителей заведения. Например, доставка японской кухни в городе Саранск SUSHI EXPRESS проводит розыгрыши и каждодневные акции на определенные позиции меню, например, акция «2+1 на пиццу». Благодаря удобствам социальных сетей, авторы группы творчески подходят к написанию рекламных постов, создавая привлекательный контент для покупателей. Каждый пост сопровождается живым текстом, мультимедией, а приложения позволяют проводить розыгрыши быстро и честно.

Отходя от гастрономической составляющей жизни человека, рассмотрим применение социальных сетей в бытовой сфере. Огромное количество групп от централизованных магазинов и, конечно же, интернет-магазинов на площадке сообщества предлагают всё для дома и их хозяев. Нужны натяжные потолки или пластиковые окна? Группы уже ждут своих покупателей с информацией о продукции, рекламными предложениями и даже закрепленными товарами. Загрузка видео о товарах – ещё одна удобная примочка, облегчающая многим людям жизнь. Разместив несколько видеороликов о вашем сообществе, вы можете опубликовать и разместить их в самом удобном месте или закрепить в шапке группы. Тогда каждому посетителю этой группы при заходе на неё будет автоматически прокручиваться этот ролик. Учитывая последние нововведения и появления «историй» в соцсети «ВКонтакте», администраторы могут пополнять своими новостями и эту часть социальной сети, что также привлечет пользователей.

Сегодня очень популярны группы по продаже одежды. Модная одежда, свадебные салоны, одежда для мам, молодежная одежда – такие сообщества разнообразили бизнес-площадку «ВКонтакте». Удобно это ещё и тем, что многие пользователи находятся в отдалённых районах и даже других городах, но и они могут стать клиентами интернет-магазина «ВКонтакте», сделав заказ по почте. Благодаря универсальности new media социальный маркетинг стремительно развивается, тем самым помогая развитию рекламного дела. Хорошая журналистская работа на страницах сообщества привлекает подписчиков и увеличивает продажи. Большая часть пользователей сети «ВКонтакте», увидев однажды яркое объявление в ленте новостей, начинает совершать покупки именно в таких группах.

Ещё одной популярной и совсем молодой для российских пользователей социальной сетью признан Instagram. Создание аккаунта также бесплатно, но в Instagram для продажи и продвижения товара очень важна работа журналиста или пишущего рекламиста. Дело в том, что представление товара на страницы происходит посредством текстового описания и одной-двух фотоиллюстраций. То есть автор должен донести всю суть предложения до пользователя наиболее полно словами. Принцип схож с работой «ВКонтакте», но как показывает практика, авторы «ВКонтакте» не используют большие тексты при продвижении товара, чего не скажешь об Instagram. Для большего распространения информации и рекламы своего аккаунты авторы используют индивидуальные и общие хештэги. С их

помощью пользователи видят обновления аккаунта, заходят на него узнать подробности и совершают покупки, даже если и не собирались что-либо приобретать. И это можно считать весомым плюсом данной социальной платформы.

Instagram – удобный вариант для людей, продающих собственную продукцию и услуги, будь то бижутерия, одежда, кулинария, макияж и прически. В этой социальной сети рекламистом того или иного заведения, мастера, магазина и т.д. выступают сами пользователи. Так как они размещают свои фото в местах, где они были, тем самым рекламируя заведения, оставляют свой хештэг с указанием на мастера по маникюру и так далее. В сети даже есть аккуант, например, gold_insta_shop (https://www.instagram.com/gold_insta_shop/), где собраны лучшие, по мнению пользователей, магазины Instagram, в нём представлено одно фото или видео со страницы и ссылка на неё. Среди них можно найти многообразие продукции и магазинов не только российского производства, но и заграничного.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что в рекламной составляющей Instagram обладает преимуществом, так как маленький хештег не занимает столько места, как пост на стене «ВКонтакте», тем самым пользователи не против помогать развитию сетевого предпринимательства.

Согласно исследованию журнала Forbs, почти 60 % пользователей в Instagram – женщины, а 40,61 % – мужчины [Кречетова 2017]. Неудивительно, что среди представительниц прекрасного пола популярностью пользуются аккуанты красоты и моды, то есть магазины одежды, косметики, SPA-процедур и т.д. В сети огромное количество разных продавцов, которые предлагают товары в своем аккаунте, при этом осуществляют предзаказы и доставку до любого российского города. Цена доставки вирируется в зависимости от места нахождения покупателя. Так, администратор аккуанта https://www.instagram.com/_paradiz_/ размещает полную информацию о представленных вещах – цена, качество, размерный ряд и т.д. Доставку можно оформить как через Instagram, так и через привычные мессенджеры. Кроме того, администратор даёт ссылку на группу ВКонтакте. В группе можно увидеть действующую обратную связь между продавцом и клиентом, что говорит о высоком уровне коммуникаций новых медиа. Представленные примеры являются интернет-магазинами только на электронной платформе, но в Instagram также популярны аккуанты магазинов, имеющих собственные сайты и точки продаж. Аккаунт *@shop_amnezia* является одним их таких примеров, его основная база находится в одном из торговых центров города Саранска. То есть, вы можете подобрать гардероб практически не выходя из дома, но и не ждать долгой доставки с другого города, потому что подобные аккаунты есть повсеместно.

Социальные сети не только помогают людям общаться, но и экономят время и силы для привычных каждому дел. К тому же, стоит отметить экономически выгодную сторону продаж через каналы New Media. Сайты и аккаунты в социальных сетях часто устраивают промо-акции, сезонные скидки, которых нет в централизованной точке продаж, но есть в интернет-магазине. Что касается продукции неизвестных марок, то при помощи выбранного онлайн-продавца можно совершать покупки в разы дешевле, чем в ближайшем торговом центре.

Таким образом, учитывая вышесказанное, можно сделать вывод о социальной значимости New Media, преимущественно социальных сетей, в жизни современного человека. Огромные возможности Интернет-платформ помогают реализовывать свои идеи и планы торговым представителям различных направлений, а они в свою очередь помогают онлайн-покупателям, то есть пользователям социальных сетей совершать «покупки в один клик».

Список литературы:

Кречетова А. Исследование аудитории Instagram: сервисом пользуется каждый десятый в России, большинство – женщины [Электронный ресурс] // Официальный сайт Forbes. – 26.04.2017. – Режим доступа: http://www.forbes.ru/tehnologii/343331-issledovanie-auditorii-instagram-servisom-polzuetsya-kazhdyy-desyatyy-v-rossii. – Загл. с экрана.

Сазанов В. М. Социальные сети как новая общественная сфера. Системный анализ и прогноз. М.: Лаборатория СВМ, 2010.

Социальные сети – площадка для продвижения и заработка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mariyasolodar.com/materialy-po-marketingu/sotsialnye-seti-ploshchadka-dlya-prodvizheniya-i-zarabotka. – Загл. с экрана.

Фоллс Д. Маркетинг в социальных медиа. Просто о главном. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.

Что такое Новые медиа, или digital-глобализация: основные понятия, тенденции в новых медиа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://smm.artoxmedia.ru/wiki/new-media.html.

Kaplan A. M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 2010.

Яшина Анастасия Романовна – студентка по направлению подготовки «Журналистика» Мордовского государственного университета им. Н.П.Огарева (г. Саранск), *anast.yaschina2017@yandex.ru*