

Продвижение музыкального исполнителя в Интернете

Научный руководитель – Крюкова Юлия Евгеньевна

Топчина Дарья Михайловна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: dtopchina@mail.ru

Неотъемлемой частью современной жизни является массовая культура, направленная на сферу развлечений. Значительную часть в этой культуре занимает музыкальная индустрия, ведь это одна из самых востребованных сфер шоу-бизнеса.

Особенность музыки как объекта продвижения заключается в том, что она одновременно сочетает в себе свойства товара и услуги. Аудиопродукт должен удовлетворять потребность слушателя, иметь определенное качество и соответствующую ему цену, он должен обладать престижностью и потребительской ценностью, как любой товар. Но как сделать этот товар востребованным и правильно продать его?

Отсюда и вытекает актуальность вопроса о продвижении музыкального исполнителя. Артисту нужно помнить не только о продукте, который он создает, но так же и о его продвижении, ведь от этого зависит будущее исполнителя, его популярность и востребованность в музыкальной индустрии. На сегодняшний день без правильного продвижения крайне сложно реализовать любой музыкальный проект, даже с самым талантливым исполнителем. Для успешного продвижения нужно следовать определенным стратегиям и правилам, анализировать свою целевую аудиторию, создавать востребованный контент, помнить о своей репутации, об имидже и многое другое. Таким образом, вопрос о продвижении музыкального исполнителя остается крайне актуальным.

Более того, с течением времени, музыкальная индустрия начала новую эпоху развития. На рост популярности артиста сегодня большое влияние оказывает его популярность и узнаваемость в сети: количество лайков, подписчиков, комментариев и репостов. Главная цель моей работы - изучение и анализ способов продвижения музыкального исполнителя в Интернете.

Таким образом, в своей работе я рассматриваю все возможные инструменты продвижения артиста, акцентирую особое внимание именно на digital-инструментах, анализе их особенностей и преимуществ.

Источники и литература

- 1) Атанесян А. Краткая инструкция для начинающего продюсера. - Издательство УНЦ ДО, 2004.
- 2) Готовцев Л.И. Правда о шоу-бизнесе. - Рипол Классик, 2010.
- 3) Иванов Г., Огурчиков, Сидоренко В. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера. Учебник для вузов, 2007.
- 4) Раззаков Ф.И. За кулисами шоу-бизнеса, 2004.
- 5) Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика.
- 6) eatmusic.ru/top-10-instrumentov-dlya-prodvizheniya-molodyx-muzykantov
- 7) fb.ru/article/244187/marketing-muzyikalnoy-industrii-metodyi-strategiya-plan

- 8) blog.seopult.ru/seo/prodvizhenie-muzykantov-v-cifrovom-prostranstve.html
- 9) pritone.ru/news/7-labelnews/192-music-promotion.html
- 10) http://stereolife.pro/uslugi_prodvijenie/