



Социологические науки

УДК 316.77:004.738.5

К. С. Кудряшова

Кудряшова Ксения Сергеевна, студент 2 курса группы УКИ/бак-23 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. 40-летия Победы, 33/3), e-mail: areuokeyksusha@mail.ru

Научный руководитель: **Павлова Ольга Александровна**, доктор филологических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: lexfati72@mail.ru

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В ПРОДВИЖЕНИИ КРЕАТИВНЫХ ИНИЦИАТИВ: ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ

Аннотация. В статье рассмотрена актуальная проблема использования социальных медиа для продвижения креативных инициатив определенного региона. Определены роль и влияние цифровых платформ социальных медиа на распространение креативного контента. Проведен анализ ключевых преимуществ социальных медиа, вызовов и рисков, связанных с использованием социальных сетей.

Ключевые слова: социальные медиа, креативные инициативы, социальные сети, маркетинг, вовлеченность аудитории, реклама, алгоритмы социальных сетей, этические аспекты, аккаунты в социальных сетях.

K.S. Kudryashova

Kudryashova Kseniya Sergeevna, 2nd year student of the UCI/bak-23 group of the Faculty of Humanitarian Education of the Krasnodar State Institute of Culture

(Krasnodar, 40-letiya Pobedy str., 33/3), e-mail: areuokeyksusha@mail.ru

Scientific supervisor: **Pavlova Olga Alexandrovna**, Doctor of Philology, Associate Professor of the Department of Socio-Cultural Activities (Krasnodar, 40-letiya Pobedy str., 33), e-mail: lexfati72@mail.ru

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN PROMOTING CREATIVE INITIATIVES: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Abstract. The article examines the current problem of using social media to promote creative initiatives in a particular region. The growing role of social media platforms (social networks) in the modern world and their impact on the dissemination of creative content is being determined. The key advantages of social media, challenges and risks associated with the use of social networks are analyzed.

Keywords: Social media, creative initiatives, social networks, marketing, audience engagement, advertising, social media algorithms, ethical aspects, social media accounts.

В современном обществе социальные медиа занимают центральное место в формировании общественного мнения, распространении информации и взаимодействии между людьми. С ростом числа пользователей социальных платформ и увеличением их влияния на различные аспекты жизни, такие как бизнес, политика и культура, становится крайне важным исследовать, как креативные инициативы могут быть использованы для привлечения внимания аудитории и создания оригинального контента. Креативные стратегии в социальных медиа помогают не только выделиться среди конкурентов, но и способствуют установлению прочных связей с целевой аудиторией.

Целью данной статьи является анализ влияния креативных инициатив на эффективность коммуникации в социальных медиа. Для достижения этой

цели необходимо: изучить существующие теоретические подходы к определению социальных медиа и креативных инициатив, проанализировать примеры успешных креативных кампаний в социальных медиа; определить ключевые факторы, способствующие успеху креативных инициатив в социальных платформах, и выявить основные тенденции и перспективы развития креативных подходов в контексте социальных медиа.

Социальные медиа представляют собой онлайн-платформы и приложения, которые позволяют пользователям создавать, делиться и обмениваться контентом, включающим тексты, изображения, видео, аудиозаписи и другие формы медиа, а также взаимодействовать друг с другом. К социальным медиа относятся такие платформы, как Facebook, Instagram, Twitter (запрещены в РФ по требованию Генпрокуратуры от 11 марта на основании статьи 15.3 ФЗ № 149), TikTok, ВКонтакте, МирТесен, Одноклассники, Yappy, Xwik и многие другие. Кроме того, они занимают важное место в информационном обществе, предлагая платформы для массовой коммуникации, взаимодействия и совместного использования контента. Эти средства служат не только для общения, но и являются эффективным инструментом для маркетинга, рекламы и продвижения различных товаров и услуг [1. С. 76].

Креативные инициативы представляют собой уникальные и новаторские методы разработки контента и взаимодействия с аудиторией, целью которых является привлечение внимания, активное вовлечение пользователей и создание положительного имиджа бренда или организации. Эти инициативы могут принимать различные формы, включая видеоролики, интерактивные публикации, конкурсы, сотрудничество с инфлюенсерами и другие способы взаимодействия.

Социальные сети изменили картину маркетинга, открыв новые горизонты для распространения креативных идей и взаимодействия с целевой аудиторией. Рассмотрим ключевые преимущества использования социальных сетей [2].

Во-первых, самым заметным преимуществом является расширение аудитории и доступ к различным сегментам рынка: социальные сети стирают географические и демографические барьеры, открывая доступ к мировой аудитории. Таргетированная реклама и расширенный охват помогают достигать определенных рыночных сегментов, принимая во внимание интересы, возрастные характеристики и поведение пользователей. Например, креативный проект, ориентированный на молодежь, может успешно использовать платформы ВКонтакте, и TikTok, в то время как инициатива, направленная на более зрелую аудиторию, может привлечь клиентов через Одноклассники или WhatsApp. Гибкость в выборе платформ позволяет максимально увеличить охват и эффективность маркетинговых кампаний.

Во-вторых, преимуществом социальных сетей является увеличение вовлеченности и взаимодействия с целевой аудиторией, что в то же время выступает инструментом взаимодействия с общественностью: социальные медиа представляют собой не только канал для передачи информации, но и платформу для взаимодействия между людьми. Они способствуют повышению вовлеченности пользователей благодаря разнообразным интерактивным форматам: лайкам, комментариям, постам, сториз, прямым эфирам, опросам и конкурсам. Непосредственное общение с аудиторией дает возможность получать обратную связь, выяснять мнения и предпочтения, адаптировать стратегии и улучшать качество продуктов или услуг. Активное взаимодействие способствует повышению лояльности пользователей и формированию чувства сообщества вокруг креативного проекта.

В-третьих, социальные сети в эпоху цифровизации являются платформами для самовыражения и креативного контента: социальные сети создают отличные условия для представления креативного контента. Разнообразие форматов (фото, видео, анимация, музыка, текст) позволяет наиболее эффективно представить творческие идеи. Визуальная притягательность и оригинальность контента играют важную роль в привлечении интереса пользователей. Легкость и скорость распространения

материалов способствуют максимальному использованию их потенциала для вирусного успеха.

В-четвертых, благодаря тому, что социальные сети позволяют взаимодействовать между аудиториями различных характеристик, преимуществом становятся возможности для коллаборации и сетевого взаимодействия: социальные медиа способствуют сотрудничеству и взаимодействию между различными креативными проектами и специалистами. Это помогает увеличить аудиторию, обмениваться идеями, создавать совместные инициативы и укреплять связи в креативной сфере. Использование хештегов, взаимного репостинга и тегов позволяет налаживать контакты и сотрудничать с другими участниками рынка. Это играет ключевую роль в повышении видимости креативных инициатив и поиске новых возможностей для роста.

Итак, социальные сети имеют в себе множество преимуществ, касающихся продвижения и взаимодействия с аудиторией, от чего напрямую зависит развитие креативных инициатив, однако для их успешного использования необходимо тщательно планировать, хорошо знать свою целевую аудиторию, выбирать подходящие платформы и создавать качественный и привлекательный контент, поскольку социальные медиа в первую очередь выступают лишь каналом продвижения контента, а дальнейшее развитие зависит того, насколько качественно происходит работа с социальными медиа.

Несмотря на многообразие преимуществ социальных медиа, их использование для продвижения креативных инициатив сопряжено с рядом вызовов и рисков [3. С. 12]. В начале необходимо рассмотреть такие риски, которые связаны с достоверностью информации и фейковыми новостями, поскольку в современном инфополе множество фейк-новостей, которые направлены исключительно на привлечения внимания аудитории, и некоторые фейковые новости и манипуляции могут нанести ущерб репутации креативного проекта и подорвать доверие аудитории. В то же время активное

взаимодействие с аудиторией и оперативное реагирование на комментарии также помогают предотвратить распространение неверной информации.

В настоящее время на просторах Интернета заметно увеличилась конкуренция за внимание пользователей, что вызвало перенасыщение контентом у целевых аудиторий. Поэтому креативным проектам (проектам, занимающимся продвижением определенных культурных инициатив) необходимо выделяться из общего потока и предлагать уникальный и привлекательный контент. Эффективности продвижения креативных проектов в интернете также способствует анализ трендов потребляемого контента и поведения целевой аудитории, на основе которого создается контент, который будет резонировать с пользователями и привлекать их внимание.

Итак, социальные медиа не только открывают широкие возможности для продвижения креативных идей, но и содержат в себе множество рисков и сложностей, именно поэтому необходимо проводить учет этих аспектов и создавать маркетинговую стратегию, соответствующую этическим и правовым стандартам современного общества. Только тогда социальные сети станут ключевым фактором для успешного и устойчивого продвижения креативных проектов в цифровом пространстве.

Список использованной литературы

1. Федотова Ж. В. Использование социальных медиа в продвижении и планировании мероприятий: перспективы и вызовы. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-sotsialnyh-media-v-prodvizhenii-i-planirovanii-meropriyatiy-perspektivy-i-vyzovy> (дата обращения: 17.03.2025).

2. Алгави Л. О., Аль-ханаки Д. А. Функции социальных медиа. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsii-sotsialnyh-media> (дата обращения: 17.03.2025).

3. Горошко Е. И., Полякова Т. Л. К построению типологии жанров социальных медий. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-postroeniyu-tipologii-zhanrov-sotsialnyh-mediuy-1> (дата обращения: 17.03.2025).