РАЗДЕЛ XLIII. МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

Авдеева М.С.

Продвижение танцевальной культуры в современных медиа

*Государственный университет управления
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-323

Аннотация

В статье рассматриваются способы продвижения танцевальной сферы в медиа пространстве и их влияние на охват, и увеличение заинтересованной аудитории. Изучено текущее состояние сферы танцев, особенности взаимодействия с потребителем, а также положение танцевальной культуры в реалиях российской действительности. Результатом стали рекомендации по совершенствованию взаимодействия с потребителем, с учетом развития инструментов рекламы и PR.

Ключевые слова: танец, продвижение в интернете, танцевальная культура, медиа в танце, танцы онлайн

Abstract

The article discusses the ways of promoting the dance sphere in the media space and their impact on the reach and increase of the interested audience. The current state of the dance sphere, the peculiarities of interaction with the consumer, as well as the position of dance culture in the realities of Russian reality are studied. The result was recommendations for improving interaction with the consumer, taking into account the development of advertising and PR tools.

Keywords: dance, promotion on the Internet, dance culture, media in dance, dancing online

Танец – это постоянно развивающийся вид искусства, отражающий культуру человечества. В современном мире язык танца направлен на эпохи постмодернизма и медиакультуры, в которых происходит слияние стилей и техник. Нынешний танец в целом ориентирован на медиасреду, на то, чтобы быть более впечатляющим, зрелищным, доступным. По сравнению с прошлым, современная эпоха отличается своей скоростью и ритмом, меняется сюжет и пластика движений. Танец в России активно развивается. По статистике каждый 3-й россиянин хотел бы научиться танцевать[1]. Людей привлекает положительная динамика влияния занятий на организм и психоэмоциональное состояние. Танец для каждого сейчас представляет что-то свое, становится элементом самовыражения, коммуникацией, которая позволяет научиться взаимодействовать с другими и самим собой, учит понимать свое тело, развивает способность использовать движения. Как результат, открываются дополнительные возможности к самопознанию и обретению личных целей. Человек всегда находится в поиске чего-то нового. В танцевальной сфере помощником в решении данной задачи становится интернет. Интерактивность характерна не только для цифрового искусства, продвижение танцевальной деятельности уже давно стимулируется различными медиа. Сейчас предоставлено много возможностей для обучения, проходят различные мастер классы, где можно овладеть любыми техниками. Мастер-классы - это хороший способ не только поддержать себя в отличной физической форме, но и увидеть, как бы со стороны, собственные ограничения и свое отношение к окружающим. Среди различного множества стилей, каждый может выбрать именно тот, который ему по

душе, но такой формат занятий привлекает не всех, хотя именно он открывает возможности для продвижения и охвата аудитории.

Танцор всегда непосредственно передавал свое искусство зрителю, выступления были строго регламентированы датой, временем, определенным местом. Сейчас же зритель может познакомиться с интересующим стилем танца или с постановками любимого хореографа, артиста, в любое время через средства медиа. Это дает возможность стать известным и узнаваемым как человеку, так и его творчеству. Медiasредства помогают зарабатывать на этом виде искусства, чего не было прежде. Средний чек одного занятия онлайн варьируется от 400 до 2000 тыс. рублей. Для того, чтобы стать известным и значимым на сегодняшний день, достаточно проявить свою индивидуальность. Раньше танцор мог добиться успеха либо по протекции, либо обладая уникальным талантом. Сейчас танец – это свобода в проявлении, в задумках, в хореографии, история от лица танцора о его восприятии жизни, выражение состояния человека и эпохи в целом, насколько он раскрепощен и что позволительно для этого времени.

Так как танцевальная индустрия постоянно развивается, то в будущем возможно появление новых стилей и техник, которые откроют новые возможности и грани пластики. На сегодняшний день персонализация является неотъемлемой частью маркетинговых коммуникаций. Трудно переоценить значение индивидуально-ориентированного подхода по отношению к потребителю. Статистика показывает, что 84% потребителей считают, что для формирования лояльности важно относиться к ним как к личности, а не как к числу [2]. Современная хореография отвергает стандарты, штампы в танце и делает упор на индивидуальность танцора, свободу движений, помогает раскрыть его способности и дает возможность зрителю прочувствовать эмоции и переживания. Танец несет в себе тот импульс и энергию, которую передает танцор.

«Танец — самое возвышенное, самое трогательное и прекрасное из искусств, потому что это не просто выражение или отвлечение от жизни, это сама жизнь» Хэвлук Эллис. Танцы тесно связаны с физическим и ментальным здоровьем человека. Регулярно танцуя, в организме человека вырабатываются эндорфины – гормоны счастья, которые непосредственно влияют на его самооценку, появляется уверенность в себе. Танец приносит новые ощущения в жизнь, дает почувствовать новые возможности. С его помощью человек по-новому слышит музыку и воспринимает другие виды искусства. Танец – это один из способов научиться управлять своим телом, способ воспитания гармоничной личности, способной на выражение собственного «Я».

Компьютерные технологии и интернет являются неотъемлемой частью жизни человека. Современный уровень развития информационных технологий, уровень доступа к ним, позволяет осуществлять культурно-просветительскую деятельность каждому, у кого есть такая потребность. На данный момент в сети достаточно много ресурсов, посвященных обучению танцем. Сайты, видеоуроки, онлайн-консультации или инстаграм профили, можно найти практически по любому стилю, с многочисленным количеством профессиональных педагогов. Такой способ коммуникации ученика с преподавателем является не самым легким для обучения, так как хореографу приходится на словах поправлять позы, положения рук, корпуса, а для уверенного исполнения танцевальной связки обучающийся должен неоднократно исполнить движения «в полную ногу» и максимально выполнять все данные рекомендации хореографа. Несмотря на минусы, такой формат тренировок становится все популярнее, учитывая реалии нашего времени. Стоит отметить доступность и охват по просмотрам танцевальных постановок в медиасфере. Интернет позволяет пользователю увидеть и оценить появляющиеся премьеры танцевальных перформансов, балетных спектаклей. Естественно такой вариант восприятия

хореографии, не может передать всю эстетику и чувственность, но зато это приближает и мотивирует публику оказаться непосредственно в зале. Современный кинематограф обращает свое внимание на сферу танцевального искусства, создавая такие картины, как «Шаг вперед», «Уличные танцы», «Авансцена», «Держи ритм». Все это является следствием развития медакультуры. Эти проекты обладают яркими характеристиками, создают устойчивый интерес аудитории.

Танцевальные проекты захватили экраны телевизоров, притягивая взгляды миллионов зрителей в разных уголках страны. Шоу танцев представляют собой целое направление в современном искусстве и являются способом продвижения данной культуры на ТВ. Зрителей такие шоу, прежде всего, привлекают своей яркостью. Когда на сцене все танцоры в движение, когда под красивую музыку показываются целые истории, когда постоянно меняются костюмы и декорации – это всё оставляет невероятное впечатление, полного восторга, ведь зритель не всегда оценивает только хореографию, ему нужны настоящие эмоции. Вместе с ростом популярности различных шоу, выросла и популярность танцев. Одни из самых рейтинговых российских проектов являются «Танцы со звездами» и «Танцы» на ТНТ (21,6% составляет рейтинг) [3] – это первые масштабные танцевальные шоу, которые вызвали бурю эмоций и восхищение. Популярность обуславливается тем, что они сочетают в себе и драму, и соревновательный момент, это что-то новое, то, чего раньше не было. Зрителям интересно наблюдать за танцорами, их успехами, тренировками. Это не просто комбинации движений, а настоящая любовь, дружба, привязанность. Помимо зрелищности, в основу танцевальных телешоу положено состязательное начало и интерактивность. Так, в отличие от разыгрываемого на сцене спектакля, в телестудии и площадках между выступающими и зрителями коммуникативные барьеры сведены к минимуму. Это связано с тем, что ключевым принципом шоу является вовлечение публики. Зрители выбирают своего кумира, голосуют за него, переживают, это все вызывает бурю эмоций, и уже затягивает в процесс шоу.

Номера, созданные в стиле шоу, отличаются от обычных танцев частой сменой музыки, ритма. Благодаря музыкальной перемене зрителю показывается изменение сцен в сюжете, смена настроения героев, это позволяет вовлекать преимущественно много людей, что является отличным способом привлечения аудитории. Многие после просмотра данных программ загораются желанием попробовать себя в танцевальной сфере.

С помощью медиасредств зритель всегда может быть в теме танцевальных новостей и новинок, знакомиться с различными интересующими его стилями и постановками хореографов. Продвижение танца как жанра искусства и формы коммуникации в медиа, позволяет ускорить процесс мотивации зрителя. Такой способ является эффективным, зритель способен оценить по достоинству значимость танца, его выразительность. Таким образом, под воздействием современных процессов, танцевальное искусство прибегает к освоению новых форм продвижения. Медиакультура усиливает визуальную роль танца, стремится подчеркнуть его зрелищность и выразительность, демонстрирует последние тенденции в танцевальной культуре. Она помогает привлечь заинтересовавшуюся аудиторию, дает возможность для развития танцевального искусства, позволяет делиться своим творчеством со многими людьми, которые это разделяют. В будущем, данный способ коммуникации, на мой взгляд, привлечет значительное количество потенциальных учеников в танцевальную культуру. Именно это поможет стимуляции новых форматов и стилей танца.

2. Васильева О. А. Нейромаркетинговые технологии в рекламной индустрии. Наука и бизнес: пути развития, № 10 (100) 2019 - с. 151-153
3. Успех проекта «Танцы» на ТНТ – Режим доступа: https://britishdesign.ru/upload/pdf/mfs/Танцы_ТНТ.pdf
4. Д.А. Садыкова Эволюция танца в современной культуре – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-tantsa-v-sovremennoy-kulture/viewer>
5. Изменения в организме, к которым приведут регулярные занятия танцами – Режим доступа: <https://www.adme.ru/svoboda-psihologiya/8-izmenenij-kotorye-proizojdut-s-vashim-organizmom-esli-vy-zajmetes-tancami-priamo-sejchas-1723065/>
6. Факты о современном танце – Режим доступа: <https://dancepoise.com/facts-about-modern-dance>
7. О.А. Воробьева, К.Б. Демина Современный танец в России – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-tanets-v-rossii/viewer>
8. «История современного танца» – Режим доступа: <https://artsintegration.com/wp-content/uploads/2015/05/Modern.pdf>

Ермакова А.К.

Онлайн-продвижение в модной индустрии

*Государственный университет управления
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-324

Аннотация

Данная статья посвящена использованию онлайн-методов продвижения в фэшн-индустрии на фоне ситуации, связанной с пандемией коронавируса. Рассмотрено текущее состояние модного рынка и специфика взаимодействия с потребителями в интернет-пространстве. Результатом стали рекомендации по совершенствованию коммуникации с аудиторией с учетом развития цифровых инструментов рекламы и PR.

Ключевые слова: мода, стиль, модная индустрия, электронная коммерция, цифровизация, продвижение в интернете.

Abstract

This article is devoted to usage of online promotion methods in fashion industry against the backdrop of coronavirus pandemic. Current state of fashion market and specification of interaction with consumers are considered. The result is recommendations for improving communication with clients while taking into account the development of advertising and PR online tools.

Keywords: fashion, style, fashion industry, e-commerce, digitalization, online promotion.

Фэшн-индустрия — быстро развивающаяся сфера. Она стремительно меняется под воздействием различных тенденций, в том числе социальных, отражает особенности настоящего времени и текущие человеческие потребности. Меняется мир вокруг нас, меняется и сфера моды. Особенно четко увидеть влияние внешней среды на нее удалось в 2020 году, когда наступила пандемия коронавируса. Не все компании оказались готовы к тому, что розничная торговля приостановится на несколько месяцев или даже полгода в случае некоторых стран. Особенно сложной ситуация была для несетевых компаний: продвижение в интернете и организация торговли онлайн требовали весомых вложений на старте, что было невозможно, учитывая, что доход от продаж офлайн был временно утерян. Но не только малый бизнес попал под удар: с проблемами столкнулись крупные компании, чьи владельцы продолжили с недоверием относиться к тренду на цифровизацию. Яркий пример — Филип Грин, бывший владелец некогда крупной международной розничной компании Arcadia Group. В её портфеле брендов был такой известный на российском пространстве бренд, как Topshop. Продажи во время карантина ухудшились, а имеющиеся на тот момент долги