

ИНФРАСТРУКТУРА ЦИФРОВЫХ СЕТЕЙ И СИСТЕМ ДЛЯ ОКАЗАНИЯ
И ПОЛУЧЕНИЯ УСЛУГ, ОБЩЕНИЯ, ХРАНЕНИЯ ДАННЫХ,
ВЫЧИСЛЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ ТАРГЕТИНГОВОЙ РЕКЛАМЫ
В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM

Щуряхина А. А. (Москва, Россия)

Аннотация: В статье рассмотрено влияние цифровых сетей на повседневность. Происходит изменение уклада жизни и структуры, касаясь получения и хранения различного рода информации пользователем, возможности получения множества услуг онлайн. Рассмотрены возможности в нынешнем цифровом мире. Описаны способы получения информации о тех или иных данных, а также методы рекламирования. Особое место в статье отведено понятию таргетинга и процессу таргетирования. Подробно рассмотрены особенности и преимущества одного из самых востребованных видов рекламы – таргетинговой рекламы в социальной сети Instagram. Описано, каким образом реализуется таргетирование внутри Instagram, а также, какие настройки существуют для достижения наилучшего, максимально эффективного результата. Указано о влиянии искусственного интеллекта на процесс таргетирования.

Ключевые слова: социальные сети, генерирование рекламы, таргетинг, таргетинговая реклама.

INFRASTRUCTURE OF DIGITAL NETWORKS AND SYSTEMS FOR
PROVIDING AND RECEIVING SERVICES, COMMUNICATION, DATA
STORAGE, AND COMPUTING USING THE EXAMPLE OF TARGETED
ADVERTISING IN THE INSTAGRAM SOCIAL NETWORK

Shchuryakhina A. A. (Moscow, Russia)

Abstract: The article examines the impact of digital networks on modern everyday life. There is a change in the way of life and structure, regarding the receipt and storage of various types of information by the user, the possibility of receiving a variety of services online. Opportunities in the current digital world are considered. It describes how to get information about certain data, as well as advertising methods. A special place in the article is given to the concept of targeting and the targeting process. The article describes in detail the features and advantages of one

of the most popular types of advertising – targeted advertising in the social network Instagram. It describes how targeting is implemented inside Instagram, as well as what settings exist to achieve the best, most effective result. The impact of artificial intelligence on the targeting process is indicated.

Keywords: *social networks, advertising generation, targeting, targeted advertising.*

На сегодняшний день в цифровом мире социальные сети играют огромнейшую роль, в связи с этим привычный уклад жизни подвергается изменениям, происходит это довольно быстро и касается почти всех сфер нашей жизни. При этом возможности становятся настолько обширными, что многие проблемы решаются гораздо быстрее и лучше, нежели чем это происходило ранее.

Да, действительно, благодаря цифровизации и появлению различных цифровых сетей у людей появилась возможность взаимодействовать друг с другом, использовать цифровое пространство для хранения разного рода информации и визуальных объектов, приобретать товары, получать множество виртуальных услуг, обучаться онлайн, а, главное, получать ту или иную информацию гораздо быстрее. Исключением не стала и рекламная информация.

Разумеется, для того чтобы воспользоваться всеми благами – купить товар онлайн, получить услугу онлайн и подобное, необходимо сначала узнать о ее существовании в принципе, то есть, получить первичную информацию об этом. В данном контексте в цифровом мире сделать это представляется более чем реальным и даже удобным, нежели в предыдущие времена.

Если ранее поток рекламы мог быть довольно неорганизованным, то сейчас благодаря существованию различных Интернет-ресурсов это происходит значительно таргетированнее. Особую роль в этом, несомненно, играет искусственный интеллект, его возможности настолько обширны, что многие процессы в значительной мере упростились: теперь человеку не приходится тратить свое время и уделять большое количество внимания на то, что может сделать машина. Особенно важное значение здесь приобретает исключение ошибок в виду человеческого фактора.

Реклама на данный момент строится именно таким образом: получателем является тот, кому действительно может быть

интересен данный товар, данная услуга или конкретная информация. Это происходит именно благодаря искусственному интеллекту следующим образом: им строится модель на основе той информации, которой интересуется сам человек, тематику чего он просматривает в Интернете, какую информацию он ищет, а затем данные классифицируются, и реклама показывается пользователю именно такая, которая должна быть ему актуальна и интересна. Это и есть таргетинг, то есть, выделение определенной части, максимально удовлетворяющей заданным критериям.

Таргетинг в Instagram является показательным примером по двум причинам. Первая: Instagram – это одна из популярнейших социальных сетей на сегодняшний день. Вторая: таргетированная реклама на данный момент – это один из наиболее востребованных методов рекламирования товара или услуги.

В Instagram таргетинг реализуется таким образом, что рекламные материалы подбираются автоматически, исходя из запросов пользователя как в самом Instagram, так и на сторонних ресурсах, а также на основании лайков и собственных подписок.

Если в Instagram преобразовать профиль в профессиональный аккаунт, в этом случае появляется возможность настройки таргетинговой рекламы. А это значит, что Instagram будет таргетировать людей, по тем или иным признакам похожих на подписчиков этого аккаунта. Особенностью является то, что настройки таргетинга возможно привести вручную.

Главным и отличительным является то, что искусственный интеллект может узнавать потребности потенциальной аудитории, генерировать рекламу и показывать её пользователям в меру. Просчет этого также осуществляется с помощью специальных технологий таким образом, чтобы у потенциального покупателя не возникало так называемого чувства навязывания, делая рекламу при этом максимально эффективной. Благодаря таким технологиям открываются большие возможности на сегодняшний день.

Литература

1. *Кожушко О. А., Чуркин И., Агеев А.* Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования, Новосиб. гос. ун-т., Интелсиб, РИЦ НГУ, Новосибирск, 2015

2. *Hall J.* Top of Mind: Use Content to Unleash Your Influence and Engage Those Who Matter to You. McGraw-Hill Education, 2017.

3. Advertising Intelligence. Способен ли искусственный интеллект совершить революцию в индустрии рекламы? URL: <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2018/06/5/171591.phtml> (дата обращения: 20.09.2020)/

4. Искусственный интеллект в рекламе: объявления, которые сами определяют, что нужно зрителю. URL: <https://vc.ru/marketing/13291-ai-rowley> (дата обращения: 19.09.2020)/

5. Как искусственный интеллект изменит рекламу. URL: <https://zen.yandex.ru/media/aiqcnt/kak-iskusstvennyi-intellekt-izmenit-reklamu-5c6970984a187700aeb4766b> (дата обращения: 21.09.2020).