

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАТИВНОЙ РЕКЛАМЫ НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ INSTAGRAM И ВКОНТАКТЕ

Понамарева К.Ю.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина  
[ponamareva\\_893@mail.ru](mailto:ponamareva_893@mail.ru)

Популярные блогеры и лидеры мнений уже несколько лет рекламируют технику, салоны красоты и службы доставки еды в своих профилях в социальных сетях. В одних случаях это очевидно оплаченная публикация, в других - грамотно замаскированный под естественную публикацию контент. Рынок нативной рекламы на сегодня крайне востребован, что задает высокую стоимость качественных площадок, т.е. веб-страниц или сайтов для размещения публикаций.

Говоря о подобной рекламе, нельзя не упомянуть о понятии “полезный контент”. Вместо того, чтобы выдумать историю, в конце которой найдется “палочка-выручалочка” в виде рекламируемого товара, необходимо подумать о том, что интересует аудиторию и в чем вы можете выступить как эксперт. Для незаметной рекламы вина выбирают инфографику о том, какие закуски лучше всего подходят к напитку, для ресторана - фото блюда с предложением угадать, из чего оно приготовлено. Основная проблема маркетологов в том, что вместо создания релевантного контента они создают замаскированную PR-информацию.

Нативная реклама, в отличие от традиционной, учитывает особенности площадки размещения и сделана в виде полезного контента. Как правило, она воспринимается частью сайта или приложения, и не вызывает у пользователя ощущение “инородности”, в то время как обычная реклама подвергается “баннерной слепоте”.

При работе с нативной рекламой компаниям очень важно соблюдать правила этики, связанные с контентом. К примеру, может возникнуть вопрос: “Можно ли пренебрегать оригинальным содержанием статьи в пользу нативной рекламы?”. Площадки же, размещающие такую рекламу, могут столкнуться с проблемой стандартизации. Из-за новизны формата владельцы сайтов не могут установить единые правила размещения таким образом, чтобы реклама была релевантна по отношению к материалу в целом.

В социальной сети Вконтакте хорошим примером нативной рекламы могут выступить рекламные редакционные статьи, наполненные простым и интересным для аудитории контентом. Например, сообщество Bon Appetit ненавязчиво рекламирует шоколадную пасту Nutella, используя продукт в доступных каждому рецептах [URL: [https://vk.com/bon?w=wall-32194285\\_223091](https://vk.com/bon?w=wall-32194285_223091)]. Также одна из групп, специализирующаяся на теме кино, в данной социальной сети опубликовала видеоролик от производителей чипсов Laus с участием Гарика Харламова [URL: [https://vk.com/dfilm?from=top&w=wall-33769500\\_138886](https://vk.com/dfilm?from=top&w=wall-33769500_138886)]. В ролик встроены интерактив: пользователи самостоятельно могут выбрать сценарий развития

сюжета. Таким образом рекламодатель дает возможность аудитории взаимодействовать с брендом, что увеличивает вовлечение.

Пример адаптации под конкретную площадку - сообщество Вконтакте для посетителей сайта AliExpress, где любой желающий может попросить найти для него необходимый товар [URL: <https://vk.com/public94935318>].

Посты на странице Вконтакте известного шоумена Сергея Зверева - пример неудачного использования нативной рекламы. Несмотря на то, что певец пишет о ситуации из жизни, где пользуется рекламируемым товаром, он кажется безучастным, и текст выглядит сухим [URL: [https://vk.com/wall226408186\\_4735](https://vk.com/wall226408186_4735)]. Такая форма написания не привлекает аудиторию, а скорее отталкивает. Как правило, подобные посты потребитель не берет во внимание или пропускает.

Реклама брендов одежды в Instagram-аккаунтах звезд привычна для всех пользователей социальной сети. Профиль актрисы театра и кино Настасьи Самбурской - доказательство успешного и уместного использования нативной рекламы. К примеру, девушка в характерной

для себя шуточной манере пишет не только об одежде фирмы Reebok, но и о мероприятиях, проводимых под логотипом этого бренда [URL: <https://www.instagram.com/p/BWp-IXzDCAH/?taken-by=samburskaya>]. Посты в профиле рэпера Pharaoh создают впечатление, будто рекламы совсем нет - просто сообщения, что молодой человек посетил бутик Dior [URL: [https://www.instagram.com/p/BcrppWIlqQC/?taken-by=siemens\\_excl](https://www.instagram.com/p/BcrppWIlqQC/?taken-by=siemens_excl)].

Но встречаются и аккаунты, в которых реклама становится очевидной любому пользователю. Неискренний “грубый” текст, наигранное фото - типичная реклама в Instagram профиле блогера Юрия Хованского. В постах открыто сообщается о товарах, их качествах и практической ценности, что несвойственно нативной рекламе [URL: [https://www.instagram.com/p/Bni8hEAg1x\\_/?taken-by=yurykhovansky](https://www.instagram.com/p/Bni8hEAg1x_/?taken-by=yurykhovansky)]. Также не совсем удачным примером нативной рекламы являются посты в профиле телеведущей Ксении Бородиной. Девушка пишет более приемлемо, чем вышеназванный блогер, однако ее тексты носят больше информативный характер, чем рекламный. Складывается впечатление, что, к примеру, под постами о косметике, написаны не мысли самой Ксении, а просто переписанный с упаковки текст [URL: <https://www.instagram.com/p/Bn6cEcDAAtI/?taken-by=borodylia>].

Нативная реклама, содержащая мнение, рекомендацию или отзыв, срабатывает в целом лучше, чем прямые методы продаж. Следует понимать, что у нее иная цель: не побудить к покупке сразу же, а заработать “белую” репутацию товару. Правильно построенная реклама не вызывает отторжения аудитории, а наоборот, оставляет в подсознании положительный образ, в чем ее большое преимущество.

#### **Список литературы**

Воп Appetit | Лучшие рецепты // Вконтакте. 2016. 19 марта. URL: [https://vk.com/bon?w=wall-32194285\\_223091](https://vk.com/bon?w=wall-32194285_223091).

Достойные фильмы // Вконтакте. - 2016. - 9 ноября. - URL: [https://vk.com/dfilm?from=top&w=wall-33769500\\_138886](https://vk.com/dfilm?from=top&w=wall-33769500_138886).

Поиск вещей на Алиэкспресс // Вконтакте. URL: <https://vk.com/public94935318>.

Сергей Зверев // Личная страница Вконтакте. - 2017. - 28 ноября. - URL: [https://vk.com/wall226408186\\_4735](https://vk.com/wall226408186_4735).

Публикация пользователя samburskaya // Instagram. - 2017. - 17 июля. - URL: <https://www.instagram.com/p/BWp-IXzDCAH/?taken-by=samburskaya>.

Публикация пользователя siemens\_excl // Instagram. - 2017. - 14 декабря. - URL: [https://www.instagram.com/p/BcrppWIlqQC/?taken-by=siemens\\_excl](https://www.instagram.com/p/BcrppWIlqQC/?taken-by=siemens_excl).

Публикация пользователя yurykhovansky // Instagram. - 2018. - 10 сентября. - URL: [https://www.instagram.com/p/Bni8hEAg1x\\_/?taken-by=yurykhovansky](https://www.instagram.com/p/Bni8hEAg1x_/?taken-by=yurykhovansky).

Публикация пользователя borodylia // Instagram. - 2018. - 19 сентября. - URL: <https://www.instagram.com/p/Bn6cEcDAAtI/?taken-by=borodylia>.