

Специфика рекламы в личных блогах

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Мустафаева Алина Рамизовна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: mustafaeva01.00@mail.ru

Актуальность темы исследования заключается в том, что в последнее время тренды на рекламу меняются с огромной скоростью. Сначала люди наблюдали очень часто за теми объявлениями с двойным смыслом, которые побуждали посетителей каких-либо сайтов переходить по сторонним ссылкам и читать про новое средство для похудения. Затем стала популярной классическая реклама в видео и постах популярных блогеров, где они прямым текстом рассказывали о том или ином продукте. Сейчас людям надоело, что им постоянно говорят про какие-то товары или услуги, поэтому пользователи ВК, Одноклассники и пр. начали положительно реагировать лишь на контекстные рекламы или рекламы, в которых идет совмещение с развлекательным или каким-либо другим контентом блога.

Первоначально компании использовали такие же агрессивные методы, что и телевидение. Но основным пробелом в этом плане было то, что потребитель в этой концепции оценивался как объект с низким уровнем интеллекта. Согласно статистике, агрессивная реклама в интернете куда менее эффективная чем у уличной рекламы той же концепции.

И именно поэтому сухую и агрессивную рекламу в Интернете сменили блогеры и социальные сети. Через них гораздо легче повлиять на мнение и решения потребителей, ведь они доверяют тому контенту, на который подписаны.

Реклама в блогах и социальных сетях сейчас является практически самой большой статьей расходов для компаний. И это вполне логично, ведь из-за того, что весь визуальный контент находится не на ТВ, а в Интернете, то последний имеет право диктовать свои условия, свои правила.

Цель исследования: изучить специфику рекламы в личных блогах.

Для контекстуализации приведенного исследования, будут изучены труды следующих авторов: Антипова К.В., Джефкинса Ф., Мудрова А.Н, которые изучали основы рекламы. Обширные теоретические данные по интернет - рекламе были представлены у: Акулича М.В., Крбашян Р.Е., Твердохлебова М.Д., Теренина К.И. Применение рекламы в социальных сетях и платформе ВК анализировались в исследования: Румянцева Д.В., Сенаторова А.А., Смолина В.В. и др.

В работе будут рассматриваться понятие «рекламы», представлены ее функции, цели и классификация. Будет проведен анализ возможности личного блога как средства распространения рекламы, анализ на конкретных личных блогах применения рекламы и выявлены проблемы ее эффективности. Будут охарактеризованы перспективы развития рекламы в личных блогах.

Источники и литература

- 1) 1. Акулич М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – М.: Дашков и К, 2023. – 352 с. 2. Антипов, К. В. Основы рекламы / К.В.

- Антипов. - М.: Дашков и Ко, 2021. - 328 с. 3. Ассоциация Блогеров и Агенств [Электронный ресурс]. Точка доступа: https://t.me/aba_association (дата обращения:01.01.2025) 4. ВКонтакте [Электронный ресурс]. Точка доступа: vk.com (дата обращения:01.01.2025) 5. Джефкинс, Ф. Реклама / Ф. Джефкинс. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 559 с. 6. Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум [Текст] / Д. Кеннеди, К. Уэлш-Филлипс. – М.: Альпина Паблишер, 2024. – 344 с. 7. Кингснорт, С. Стратегия цифрового маркетинга. Интегрированный подход к онлайн-маркетингу. Руководство [Текст] / С. Кингснорт. –М.: Олимп-Бизнес, 2022. – 416 с. 8. Крбашян, Р.Е. Интернет-маркетинг: значение и план создания маркетинговой кампании в интернете для продвижения бизнеса в современных реалиях [Текст] / Р.Е. Крбашян // Студенческий вестник. – 2020. – № 16-5 (114). – С. 71-76. 9. Мудров, А. Н. Основы рекламы. Учебник / А.Н. Мудров. - М.: Магистр, Инфра-М, 2021. - 416 с. 10. Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход [Текст] / Д. Румянцев. – СПб.: Питер, 2024. – 336 с. 11. Сенаторов, А. Битва за подписчика в «ВКонтакте». SMM-руководство [Текст] / А. Сенаторов. – М.: Альпина Паблишер, 2021. – 168 с. 12. Смолина, В. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях [Текст] / В. Смолина. – М.: Инфра-Инженерия», 2023. – 252 с. 13. Твердохлебова, М.Д. Интернет-маркетинг. Учебник [Текст] / Твердохлебова М.Д. – М.: КноРус, 2020. – 192 с. 14. Теренина, К.И. Особенности продвижения товара через социальные платформы [Текст] / К.И. Теренина // Евразийский Союз Ученых. – 2022. – № 9-1 (18). – С. 109-111. 15. Rutube [Электронный ресурс]. Точка доступа: rutube.ru (дата обращения:01.01.2025)