Тринёва В.В.

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

(научный руководитель – к.ф.н., доцент Белоедова А.В.)

**Контент-анализ тематики**

**нативной рекламы в Instagram**

Понятие «нативная реклама» относительно недавно вошло в научный обиход, но становится всё более востребованным для описания процессов, происходящих в интернет-коммуникации. Возникновение понятия нативной рекламы (образовано от англ. *native advertising*) принято относить к 29 сентября 2011 года. Его автор ‑ Фред Вильсон – употребил термин «нативная реклама» в качестве определения рекламного контента, который по содержанию, смыслу и некоторым другим параметрам был схож с другими публикациями сайта [1, с. 265]. Итак, нативная реклама – это естественная реклама, которая подстраивается под среду, в которой функционирует, поэтому не вызывает отторжения у потребителей.

В ходе анализа, ориентируясь на предмет рекламирования в современных блогах, мы выделили **6 тематических групп нативной рекламы**.

Наиболее популярным объектом рекламирования в сети Instagram среди известных блоггеров являются **средства по уходу за собой.** Примером такого контента выступают следующие блоги: 1) Кати Клэп *(@kateclapp)* ‑ видео, в котором она скрыто рекламирует тушь для ресниц от Velvet Noir (21.02.2019 г.); 2) Виктории Бони *(@victoriabonya)* ‑ видео, в котором она наносит крем для лица от mixit (20.12.2018 г.); 3) Ольги Бузовой *(@buzova86) ‑* фотография в виде поста от (26.02.2019 г.), на которой она рекламирует шампунь для волос от Heard&Shoulders Supreme. На фотографии (19.03.2019 г.) в блоге известной актрисы Анны Хилькевич *(@annakhilkevich),* мы видим счастливые лица подруг и косметику. Свой пост Анна подписывает следующими словами: *«Девочки, вы такие милые и такие профессиональные. Спасибо большое за такие удивительные выходные. Valmont forever»*. Тем самым актриса ненавязчиво рекламирует швейцарский бренд, при этом данное фото не является открыто рекламным.

Частой темой нативной рекламы в Instagram являются **продукты питания.** Так в блоге Анастасии Ивлеевой *(@\_agentgirl\_)* мы видим фото с блинами и икрой от Heinz Caviar (09.03.2019 г.). Возможно, данный пост вызовет у пользователей желание попробовать икру от Heinz. В блоге Настасьи Самбурской *(@samburskaya)* также мы нашли рекламу по данной теме. Мы видим фото (30.12.2018 г.), на котором она завтракает. В описании к фото Настасья подводит итоги уходящего года. *«Всё успеваю, потому что я не выхожу из дома не позавтракав. Завтрак – мой маленький ритуал, который даже самое мрачное утро делает чуточку приятнее. Обожаю начинать утро с чего-нибудь натурального и недавно заметила новый термостатный йогурт «Домик в деревне», отличная компания к завтраку!»* ‑ делится актриса. Фото не вызывает агрессии среди подписчиков Настасьи Самбурской. В блоге Иды Галич *(@galichida)* нам также встретилась фотография по данной тематике. На фотографии с чипсами Lay`s Ида Галич предлагает своим подписчикам угадать её любимый фильм.

Также популярной оказалась категория **«Техника».** Большое количество материалов встретилось в блоге Настасьи Самбурской *(@samburskaya).* *«Невозмутимо позирую фотографам и не переживаю за то, как получусь на фото, потому что у меня есть #HuaweiMate20Pro, с которым я могу устроить себе профессиональную фотоссесию, когда захочу»*, ‑ именно так подписала своё фото актриса (28.12.2018 г.). Также данная тематика прослеживается в блоге Павла Воли *(@pavelvolyaofficial).* В посте под своим фото (08.02.2019 г.) телеведущий делится своими эмоциями и впечатлениями о Новой Зеландии с телефоном #galaxys9 в руках.

При выполнении тематического анализа нам встретились 10 материалов, связанных с **ювелирными украшениями.** Примерами выступает блог Алёны Шишковой *(missalena.92)* и её фотография (06.12.2018 г.) с часами на руке от @danielwellington, а также блог Анастасии Ивлеевой *(\_agentgirl\_)* и её видео (07.03.2019 г.) с серёжками от @sokolov.russia.

Нам встретились публикации на тему **«досуг».** Ярким примером является блог Ольги Бузовой *(@buzova86)* и её видео (12.03.2019 г.), в котором она даёт положительный отзыв о книге Дмитрия Липскерова «Туристический сбор в рай».

В процессе анализа блогов в Instagram нам встретилась ещё одна тематика ‑ **«одежда».** В качестве примера рассмотрим блог Ольги Бузовой (@buzova86) и Настасьи Самбурской (@samburskaya). Звёзды шоу-бизнеса делятся впечатлениями от идеальных женских колготок от @innamoreofficial. Фото @buzova86 (01.02.2019 г.), фото @samburskaya (12.01.2019 г.).

Таким образом, нативная реклама – это популярный вид рекламы, который не только информирует о товаре/услуге, но и увлекает пользователей своей подачей и формой. В современной блогосфере нативную рекламу можно встретить всё чаще. Очень важно, чтобы информация в блоге о том или ином продукте подавалась как значимая и полезная, тогда со стороны пользователей будет доверительное отношение, а в комментариях не будет негатива.

Литература

1. Тарина В.И. Нативная реклама как контент челябинских СМИ // Научно-техническая информация. Серия: Медиасреда.– 2017. – № 2. – С. 265-267.