

УДК 316.7

## РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

**Муравьёва Т.А., студентка 2 курса факультета агротехнологий,  
земельных ресурсов и пищевых производств  
Научный руководитель – Голубев С. В. кандидат  
экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ**

**Ключевые слова:** *реклама, социальные сети, интернет, реклама в социальных сетях, социальный институт.*

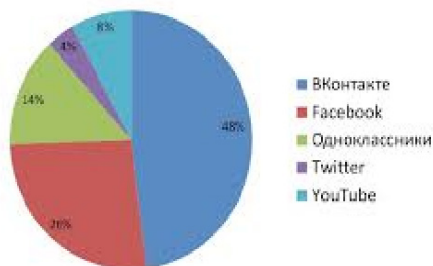
*Реклама в социальных сетях играет важную роль и значение в жизни человека. Реклама оказывает влияние на человека на его мышление и взгляд на мир.*

Реклама – это очень сложное явление которое оказывает действие на поведение людей, общественное настроение, процесс социализации, процесс интеграции, социальную мобильность, легитимизацию власти.

Первые упоминания о рекламе, как о виде общественной деятельности, относятся к периоду возникновения общественного разделения труда и производства на обмен. До превращения материальной деятельности в профессиональную, специфическую, продукт которой обменивался на другие, жизненно необходимые, ни общество в целом, ни его члены не испытывали потребности в информации о предметах потенциального обмена [1].

Благополучная реализация посреднических функций, а, следовательно, и размер прибыли, натолкнули торговцев на мысль о оповещении клиентов о предлагаемом товаре. В ходе этого появляется потребность в обозначении места продажи, появляются первые вывески, происходит демонстрация товаров в окне или перед входом в магазин (лавку). В этот самый промежуток времени было полностью сформулировано и определено все то, при помощи чего работает реклама. Все ее основные правила, законы, принципы и т.д. Реклама в современном мире «умудряется» проникнуть во все сферы жизни общества.

Что касается современного положения и развития рекламы как социального института, то в настоящий момент авторитет социальной рекламы вырос настолько, что крупнейшие коммерческие корпорации проводят социальные рекламные кампании самостоятельно.



**Рисунок 1 – Рейтинг популярности социальных сетей в России, данные 2017 года**

А вот целью социальной рекламы является привлечение внимания к общественному явлению, и это главным образом служит ее главной отличительной чертой по сравнению с рекламой коммерческой, стимулирующей хорошее отношение к тому, или иному товару или рост его продаж. Кроме этого, целевые аудитории этих сравниваемых типов рекламы в значительной мере различаются: у коммерческой рекламы - это достаточно узкая маркетинговая группа, у социальной - все общество или значительная его часть [2]. На сегодняшний момент большими темпами развивается реклама в социальных сетях (ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир).

Каждый день среднестатистический пользователь социальных сетей занимает около двух - трех часов своего времени на общение в виртуальном мире, просмотр новостей и сообществ, обзор видео, фотографий, новой музыки и т.п.

Совершая почти каждый день подобные действия в социальных сетях, пользователь не задумываясь, находится под влиянием рекламы.. Например, очень частым способом является, когда при просмотре фильма или видео, нам сначала предлагают посмотреть рекламу, которая в свою очередь может быть и не очень долгой по времени, но оставит в памяти пользователей информацию для размышления той продукции или товара.

Такое огромное пространство социальных сетей не может оставаться незамеченным маркетологами и специалистами по рекламе. Действительно, большинство пользователей, которые посещают данные ресурсы, находятся в психологически расслабленном состоянии во

время своего общения с теми, кого они сами добавляют в свои друзья. Руководство сервисов охотно идет на предоставление рекламных площадок.

Подводя итоги моих рассуждений из всего этого можно сделать вывод, что реклама в социальных сетях играет не мало важную роль в жизни человека.

#### *Библиографический список.*

1. Нифаева, О.В. Социальная реклама в России: актуальные вопросы / Нифаева О.В. // Проблемы теории и практики управления (Международный журнал). - 2012. - № 7-8. - С. 127-135
2. Лавриненко, Я.Б. Сеть интернет как канал рекламы для продвижения объектов недвижимости и сопутствующих услуг/ Я.Б. Лавриненко // Маркетинг в России и за рубежом. - 2014. - № 3. - С. 125-128.

## **ADVERTISING IN SOCIAL NETWORKS**

***Muravyova A. T.***

**Key words:** *advertising, social networks, internet, advertising in social institution.*

*Advertising in social networks plays an important role and importance in human life. Advertising has an impact on a person's thinking and view of the world.*