

Мария Николаева

Блогер

ГОЛОВНОГО МОЗГА



Мария Николаева
Блогер головного мозга

«Издательские решения»

Николаева М.

Блогер головного мозга / М. Николаева — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-509793-4

Я долго разбиралась в стратегиях и правилах игры в блогерство, пытаюсь раскрутить свой аккаунт. Так и появилась эта юмористическая сатира, с каплей философии и парой практических советов. Цель книги не обидеть блогеров или их читателей, а показать изнанку этого заманчивого и красивого глянца, которую я увидела, и раскрыть вам несколько его секретов. Приятного путешествия в страну семян чиа, дорогой читатель, возьми в дорогу стаканчик чая матча и не забывай ставить лайки.

ISBN 978-5-00-509793-4

© Николаева М.
© Издательские решения

Содержание

Блогер	6
Предисловие	7
«Хорошая девочка, блогером будет»	8
Инстаграм уже не торт	10
Дивы и их подписчики. Кто же они?	12
Инстаграм головного мозга	16
«Я тоже так хочу»	17
Про контент-план и подглядывание в окна	21
Конец ознакомительного фрагмента.	23

Блогер головного мозга

Мария Николаева

© Мария Николаева, 2020

ISBN 978-5-0050-9793-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Блогер ГОЛОВНОГО МОЗГА



@marysia.n_ #детисчастья#счастливаямама#счастливаяжена#естественноматеринство#мамамальчика#счастливаппц

Предисловие

Социальные сети ворвались в нашу жизнь сумасшедшим потоком информации. Сначала мы разглядывали в «Одноклассниках» соседку Катю и во «ВКонтакте» бывшую девушку Артёма. И, как-то незаметно, наше внимание переключилось на совершенно незнакомых людей, чьи жизни вдруг заняли место в нашей действительности. Сначала это была просто красивая картинка, потом любопытство, далее привычка, которая для многих переросла в помешательство.

Эти ожившие картинки с доски визуализации стали зваться блогерами, а потом они, блогеры, получили статус «лидеров мнений».

Теперь каждое утро мы уже на автомате берем в руки смартфон, нажимаем на разноцветную иконку и попадаем в инстаграмный мир, который живет параллельно с миром реальным, но исключительно по своим законам. А мы обитаем где-то посередине, балансируя между скучной реальностью и красочной инстаграмностью.

В том мире красивые люди из красивых тарелок едят красивый здоровый завтрак, многомиллионные бизнесы строятся по взмаху волшебной палочки, семьи счастливы, дети умны, фигуры стройны, и всё это кажется таким доступным – стоит только захотеть.

И вот, насмотревшись идеальных страничек, мы возвращаемся в однотонную действительность, дожевываем подгоревший омлет, ругая его за несовершенство нашей фигуры, разочарованно смотрим на свою обычную жизнь и снова и снова открываем яркие странички.

Подростки мечтают стать блогерами: красивая жизнь, легкие деньги, фанаты. Мы мечтаем жить как блогеры. Покупаем такую же одежду и предметы интерьера, восхищаемся и мотивируемся. Но что мы на самом деле знаем об их жизни и обо всём этом насквозь фальшивом инстаграмном мире, где за каждой красивой картинкой стоят жёсткие правила беспощадного маркетинга, сплошные стратегии, тактики и аналитика? Это огромный спланированный бизнес-проект, который играет по своим суровым правилам. Но он очень интересен. Я, побывав по ту сторону экрана, вернулась, чтобы рассказать вам, как Инстаграм зарабатывает миллиарды, и как загораются инстаграмные звезды, кому и зачем нужны блогеры. Садись поудобнее, дорогой читатель, сейчас мы отправимся в закулисы этого театра драмы и беспощадной иронии.

«Хорошая девочка, блогером будет»

Привет, я Маша, мне 28 лет. И я блогер. Ну как блогер, скорее я, как и миллионы мам в декрете, хочу им стать. От большинства меня отличает тот факт, что я всё-таки имею к этой профессии хоть какое-то отношение: по образованию журналист, окончила в 2013 году журфак МГУ, а нынче, как и полагается начинающей инстаграмщице, очень опытная мама одного двухлетнего ребенка. Разве я могу упустить возможность стать топовым блогером?

Я веду пару аккаунтов: один от своего лица, где пишу занудные философские размышления о жизни, материнстве, своих психологических проблемах (которых чуть больше, чем вагон и маленькая тележка), а также демонстрирую свою жизнь, редкие путешествия и увлекательные декретные будни.

Другой аккаунт посвящен моему небольшому таунхаусу, дизайн которого я полностью продумывала и ремонт вела самостоятельно (он вялотекуще продолжается до сих пор). И надо отметить, что этот аккаунт гораздо популярнее первого, что не удивительно, ибо моя жизнь достаточно уныла по меркам современного Инстаграма, а вот дом действительно вышел неплохим (особенно учитывая ограниченный бюджет).

Как и полагается микроблогеру, у меня есть небольшая аудитория – чуть больше двадцати тысяч человек, и пару раз в месяц мне предлагают за рекламу подарок. До настоящего лидера мнений я еще не доросла, но стремлюсь и мечтаю. Мечтать, естественно, мало, надо действовать. Инстаграм не терпит мечтателей, им овладели бизнесмены и маркетологи. Прошло то время, когда можно было просто постить фотокарточки своего дня и делать подписи смайликами. Теперь, куда ни глянь, везде качественный контент-план, единый стиль ленты, строгое расписание времени постинга. И, конечно, хайп.

Что такое контент-план поняли все и даже начали продумывать свои публикации на неделю вперед. Но у настоящих блогеров всё не так просто, как может показаться на первый взгляд. Это действительно достаточно монотонный и муторный труд. Обработка одной фотографии может занять несколько часов. Хотя сейчас много сервисов, которые помогают делать качественную обработку прямо в телефоне, всё равно повозиться придется и зачастую сразу в нескольких фоторедакторах.

Важно выдерживать высокий уровень визуального контента, правильный профиль – профиль в едином стиле и цветовой гамме, достигается это благодаря пресетам – это сохраненный набор настроек для обработки фотографий. Топовые блогеры всегда пользуются своими собственными, которые для них специально разрабатывают опытные фотографы. Пресеты, конечно, продаются и их можно легко купить. Но в неопытных руках они сделают фотографию только хуже, так что хочется того или нет, но придется обучаться искусству творения идеального «визуала».

Помимо этого, нужна красивая шапка профиля с продающей историей о себе и своем блоге, интригующая аватарка, и четкая тематика блога. Этому вас с ходу научат на сотнях курсов по ведению блога. Однако, по моим наблюдениям, у большинства блогеров прекрасно заходит обыкновенная life-style история. Людям интересны люди, желательно, люди более успешные, красивые, богатые и счастливые.

Но этого тоже недостаточно, красивый контент останется просто красивым контентом без умелого, сложного, долгого и дорогого продвижения. И вот тут уже те, у кого есть деньги, идут к профессионалам.



@margysia. n_ #ногти#маникюр#кофеёк#завтрак#завтракнабали#очкигб#пп#зож#фитоняша

Инстаграм уже не торт

Сотни профессиональных smm-щиков спорят о стратегиях, раскрутках, методах. Что лучше: масслайкинг или масслукинг? Лайктаймы или чаты поддержки? Что это вообще за чертовщина такая, о которой даже и не задумывается обыкновенный пользователь сети? Когда-то лайкали всё подряд, и, кто успел, тот сейчас расслабленно смотрит с высоты этого Эвереста. Пока остальные постили фотоотчет со встречи выпускников или котиков, они первые додумались, что красивые фотографии в стиле life-style нравятся большинству. Теперь, когда уже это поняли все, как и перспективу блогинга, тысячи мечтателей звенящей толпой устремились покорять социальные сети. Выглядит это дикое стадо весьма прозаично.

Раскрутка аккаунта – труд неблагодарный, подписчик в наше суровое время разборчивый, избалованный. Одними обнаженными фотками и раскладками на обеденном столе его уже не проймешь. Так что хочешь того или нет, а контент-план продумывать надо досконально.

– Если ты думаешь, что Инстаграм сейчас – это просто хаотичный постинг фоток, то ты ошибаешься, – сказала мне одна знакомая, которая занимается профессиональным ведением аккаунтов в Инстаграме. – Да, это работало несколько лет назад, но сейчас это серьезный бизнес со своими правилами. Фотографии должны быть качественными, стильно обработанными, в них должно все быть продумано до мелочей: образ модели, детали, окружающие её, взгляд, цветокоррекция, точно передающая атмосферу. Фотографию должно хотеться разглядывать, она должна быть безупречна.

Часто приходится делать по 50 или 100 фотографий, чтобы выбрать только одну. И потом с этой одной провести еще много времени, обрабатывая в нескольких редакторах. Но и этого недостаточно: надо продумать текст. И только потом выложить её, и на этом работа только начинается.

– Как это – начинается? – удивилась тогда еще наивная я. – Разве это не есть секрет успеха блога?

– Нет, это только создание платформы, дальше идет уже настоящая работа, маркетинг и выбор стратегии продвижения, оценка вовлеченности аудитории, способ её повышения – всё это кропотливый ежедневный труд.

Да уж, это была суровая правда, и теперь мы, те, кто пытается без особых вложений и трат на профессиональную команду пиарщиков, талантливых фотографов, дорогостоящую рекламу у топовых блогеров, раскрутить свою страницу, похожи на покорителей горных вершин без альпинистского снаряжения: в шортах, майках и вьетнамках. Сомнительная затея. Поэтому мы толпимся на высоте до 10 тыс. подписчиков, изредка добираясь до отметки 20+, зависая там на годы, пока наконец не выдыхаемся и не валимся обратно к подножью, закрывая для себя всю эту инста-мечту.

Я одна из тех счастливиц, доползших до 20+. Сажу там уже пару лет, не двигаюсь ни вперед, ни назад, периодически порываясь бросить всё. Но потом получаю подарочек за рекламу, передумываю рубить сплеча, и продолжаю пыхтеть над контентом и карабкаться вверх, вопреки погодным условиям.



@marysia.n_ #пальмы#моря#океаны#отдыхлюбимым#враю#счастьетокакое#лакше-ри#luxary

Дивы и их подписчики. Кто же они?

Как свита делает короля, так и блогера делает блогером его аудитория. Кто все эти люди, которые читают, лайкают и комментируют? Зачем им тратить столько времени на жизнь совершенно незнакомого человека? И что они ищут в инстаграмных аккаунтах?

Чтобы ответить, как стать популярным блогером, надо понять, что за аудитория этих блогеров окружает. Поэтому я решила выяснить, что же это за свита такая, которая делает простых мальчишек и девчонок лидерами мнений.

Отбросим забавных вайнеров, веселящих публику своими видео, и профильные блоги, привлекающие интересующихся узкими сферами подписчиков, и устремим свое внимание на так называемые lifestyle-блоги. Там инста-мамы (по совместительству обязательно бизнес-леди) рассказывают о своей жизни, собирая стотысячную и даже миллионную аудиторию. Зачем такому количеству людей ежедневно смотреть на чужую жизнь? Психологи в один голос утверждают, что люди, особенно женщины, приходят в инстаграм за красивой картинкой.

Будни мам в декрете, в небольшом городе, в маленьких, часто немодных, квартирах, с небогатыми мужьями, обычными российскими зарплатами, редко выезжающих за рубеж, и то, в основном, в отельную резервацию, просто чтобы отдохнуть от быта, стирки, уборки, готовки. У них не хватает ни сил, ни мотивации на популярное нынче саморазвитие, и они слабо представляют себе, что это за непонятная медитация, с которой начинают свой день просветленные инстаграм-дивы, на роскошных виллах далекого сказочного Бали, после практики йоги и заплыва в личном бассейне.

Здесь другой сказочный Бали: утром каша, дети, визг, бардак, приготовь, убери, помой, сходи в магазин, погулять с детьми. Постарше дети – сад, школа, офис, нудные коллеги, противный начальник, автобус, пробки, серый зимний город и снег в лицо. Такая вот медитация у большей части страны. Лишний вес, отсутствие времени на себя, недовольство супругом, который не то что зимовку в Тае, а даже новый диван не может позволить. И вот вечер, дети накормлены и уложены в кровать, долгожданный диван, телефон в руке – открываем окно в волшебную страну Инстаграма.

Дивы живут похоже, но не так. Роскошные инстаграмные дома с красивым видом. У кого на природу, у кого на центр столицы или современный ЖК, на рисовые поля или на океан, Эйфелеву башню – куда угодно, только не на соседнюю панельку (если вида подходящего нет, можно нарисовать в фотопше, но это уже другая история).

Утром – сторис своей идеальной фигуры в идеальном белье, правильный завтрак: какой-нибудь чай матча-латте на миндальном молоке собственного помола, семена чиа, маракуя с папайей, немного камамбера, яйцо-пашот и салат из рукколы с креветками и корнем мандрагоры (звучит как магическое проклятье) – всё в красивой посуде, ссылочка на которую прилагается. Делает это волшебство дива, играючи жонглируя любым количеством детей, которые, кстати, одеты с иголки, обожают всю эту потребню с пеленок и ни разу не пробовали обычный человеческий шоколад.

После семейного завтрака дети пропадают из кадра, но появляется фитнес-зал. И тут – кто во что горазд: силовые, бег, йога, бассейн, кроссфит, домашняя тренировка. Затем сауна

или контрастный душ, массаж или на крайний случай щетка известного бренда («Ссылочку оставляю,» – говорит дива), полежать на колючем ярком коврик для закрепления результата. Заряд энергии и бодрости на весь день, а также стройность и подтянутость и без того идеальной на фото фигуры. Потом в кадре появляется модный лук и дива отправляется по делам.

Дела у див разные. Это может быть косметолог, модный психологический или бизнес-тренинг, съемка для какого-нибудь проекта, собственный салон/магазин/лекция/фитнес-программа, интервью, встречи с редакторами или рекламодателями. И прочие интересные дела, которые решаются с чашечкой кофе из Starbucks или очередной порцией чая матча. Безусловно, ни одна дива не пользуется автобусом или метро, все предпочитают личные автомобили, из которых снимают в сторис свои лица с идеальным макияжем и наклеенными ресницами на фоне светлого или рыжего/бордового салона премиального автомобиля. Удивительным образом не попадают в аварии при полном игнорировании дороги, которая перед ними.

Когда деловые переговоры закончились, пора вспомнить про материнские обязанности. И здесь есть два пути: заняться ультрасовременными развивающими играми с детьми, тренируя решение логарифмов с 5 месяцев, либо удариться в натуралистичность и говорить, что все это ерунда и детей, самое главное, надо любить. Опытные дивы чередуют оба приёма, добиваясь идеальной лояльности аудитории. Параллельно популярная фирма по cleaning приводит в порядок идеальное инстаграмное жилище, оставляя наклейки на унитазе о дезинфекции после обработки его доместосом. И, конечно, шоколадка на кофейном столике. («Ссылочку я оставляю здесь,» – упоминает дива).

Все важные дела сделаны, можно и отдохнуть. Выпить дома бокальчик хорошего вина, приготовив стейк и овощи на гриле с соусом песто, розмарином и древесными грибами из специализированного сервиса по доставке полуготовых ужинов. Либо приготовить то же самое, но из доставки фермерских продуктов, либо заказать уже готовое фитнес-блюдо с идеально выверенной калорийностью (ссылочки... ну вы поняли).

А лучше всего отправиться в модный ресторан, где можно встретить коллег по цеху, сделать селфи и получить немного пиара. Только недолго, потому что еще нужно собрать чемодан: ведь завтра утром очередное путешествие. Перед сном обзор японской косметики и прекрасный вид из окна желает вам спокойной ночи. И, разумеется, пост о сложностях бытия, но безусловного преодоления их, пути вверх по лестнице успеха. Или пафосный текст о воспитании будущих гениев.

Утром – пост из самолета и две стратегии в зависимости от того, приглашены ли в путешествие дети. Если дети с собой, то обязательно будет история про людей, не любящих детей в самолете. И серия постов на тему осознанного материнства и пользы путешествий с детьми и няней (если няни нет, то должен быть дополнительный пост про путешествие с детьми без помощников), про открытость миру, бесстрашие, оптимизм, количество детских перелетов и посещенных стран, невероятная гордость собой и неявные уколы в сторону мам, сидящих безвылазно дома и боящихся за границу, как огня. Иллюстрируют текст улыбающиеся фотографии счастливой семьи и милых детей у океана.

Если же дети оставлены дома, то аудитория получает контент про необходимость влюбленным мужу и жене провести время только вдвоем, укрепить свои и без того идеальные отношения, отдохнуть, развеяться и, в конце концов, соскучиться по детям. Ведь родители –

это в первую очередь любящие сердца, пара, а уже потом все остальное. Иллюстрации сугубо романтичные, поцелуи, объятия, нежность в каждом кадре, который заботливо делает прихваченный из дома штатив. И нет в этом ничего плохого, потому что контент сам себя не наснимает, а случайного прохожего вряд ли можно взять в рабство и заставить делать сотню одинаковых снимков. Удивительно, как это терпят мужья. А ничего удивительного: мужья у див – отдельная категория мужчин.

Они не люди, а полубоги. Бесконечно любящие, носят завтраки в постель, дарят дорогие подарки и роскошные курорты, зарабатывают миллионы, готовят, во всем поддерживают и понимают, часами фотографируют, да и сами прекрасно позируют на семейных фотосессиях. Балуют и носят на руках своих женщин. Идеальные отцы и серьезные воротилы бизнеса, путешественники и знают все о личностном росте и развитии. Интересные собеседники и настоящие мужчины, смотрящие со своей спутницей в одном направлении. Куда до них обычным Ванькам, валяющимся на диване с пивком. «Все счастливые семьи счастливы одинаково», – писал Толстой, а мы спустя сто лет перефразируем его и скажем: «Инстаграмное счастье одинаково у всех». С нюансами и оговорками, но, в общем и целом, можно попробовать поискать отличия, ставлю пару кружек чая матча – больше двадцати не найдете.

Итак, идеальный инста-муж идеальной инста-жены обязательно идеален во всех смыслах. Он много зарабатывает сам, совсем без помощи блога жены. Даже если это неправда, об этом всем подряд знать не обязательно, ведь неуспешный в карьере, простой сотрудник, или альфонс, усевшийся на шею жены, – не инстаграмная история.

У Барби должен быть Кен, у инста-дивы – успешный предприниматель, принц или хотя бы духовный гуру. Подписчицы должны не только мечтать о судьбе дивы, об её фигуре, доме, образе жизни, детях, но и о её муже. Тихонечко поглядывая на своего, смахивая скучную слезу, листать яркие фотографии, на которых двое красивых и загорелых кумиров нежно обнимаются на фоне умопомрачительного заката на берегу океана.

А так как деньги и способность их зарабатывать в большом объеме – обязательная черта идеального мужчины, то без вариантов. Вторая черта правильного инста-мужа, помимо завтраков в постель, конечно, полная поддержка и уважение супруги. Хороший инста-муж галантен, сдержан, мудр, его силе духа и сдержанности позавидовал бы сам Кутузов, он понимает и во всем поддерживает свою возлюбленную, а любая ссора лишь разжигает и без того яркий огонь их страсти. Конечно, он интересный человек и прекрасный отец. Креативная личность, постоянно идущая по пути духовного роста и саморазвития.

Ну и, безусловно, любовь между нашими героями проходила испытания, но она победила, потому что они кармические половинки единого целого, любящие души, мудрые сердца и прочие вдохновляющие эпитеты.

Это крайне важно для имиджа счастливой, успешной семьи, за которой захотят наблюдать сотни тысяч или даже миллионы посторонних глаз.

Ну а если имидж счастливой жены рушится, то надо искать нового мужа, а пока его нет, прекрасно подойдет роль мудрой, сильной, независимой женщины, она тоже отлично продается, но это уже другая история.

Здесь, кстати, хорошо зайдет тренинг: земля ушла из-под ног, но я встала, отряхнулась, полюбила и простила мир. И пошла дальше. Тысячи одиноких женщин, брошенных своими заурадными мужчинами, обязательно поверят в то, что, пройдя его, и на их улице вдруг встре-

тится настоящий принц из Инстаграма и увезет их на сказочный Бали медитировать на берегу океана. Стоит только пройти тренинг от дивы.

Но одним тренингом, как вы понимаете, тут не обойтись и придется потрудиться над своим сознанием. У див часто действительно сумасшедшая энергетика и именно она притягивает к ним подписчиков, всем хочется напитаться, подзарядиться, вдохновиться от этой батарейки. И конечно узнать секрет: откуда эта самая энергия берется, и как стать такой и получить эту потрясающую жизнь для себя.

Инстаграм головного мозга

Жизнь кумиров подписчикам интересна, и они с удовольствием тратят свое время на её изучение, добавляя статистике лайков, просмотров и комментариев. Этот сериал затягивает с головой, хочется смотреть больше. Привыкаешь к главным героям, а он еще и никогда не закончится, ну, пока не отрубят интернет. Однако, как и все в этой жизни, он может надоесть, герои могут разочаровать и вызвать отвращение. Когда этих сериалов становится слишком много, глаз замыливается, интерес делится между всеми.

Естественный процесс, однако тут у блогера наступает момент звездной болезни. Постоянные комплименты и внимание аудитории сносят голову, и вот они уже уверены, что самые умные, мудрые, красивые, интересные. Им кажется, что каждая деталь их жизни важна и все нужно обязательно показать. Это опасное и ложное убеждение.

В реальности причин восхищаться блогерами у людей нет. Да, им могут завидовать, вдохновляться, чему-то даже учиться, но если за блогем не стоит какой-то пользы для подписчика (пусть даже это банальная мотивация), то интерес угасает. Особенно если образ небожителя нарушается. Но блогеры ослеплены временной славой и теряют способность критически мыслить. И часто переоценивают свою значимость для аудитории.

Им кажется, что вся их жизнь интересна целиком, каждая их мысль, пришедшая в голову, каждая секунда их быта. И в сети появляется много лишнего, того, что со временем разрушает эталонный образ, иногда даже отвращая. Молчи, сойдешь за умного – вечное правило, но большинство блогеров молчать не умеют и демонстрируют свои темные стороны публике, которые в целом не слишком-то ей интересны, ибо такое есть у всех.

И вот мы смотрим, как в дешевом сериале, всю их жизнь в прямом эфире. А там, между поеданием кино с креветками, еще встречается глажка постельного белья, пьяные танцы с друзьями, дети в неглиже, купающиеся в ванной, главная героиня в белье, нетрезвые выходы в прямой эфир и прочие неумные выходки, которыми грешат все обычные люди. Но только не небожители. И вот здесь аудитория раскалывается на два лагеря: одни в восторге, что кумиры имеют тот же набор недостатков, что и они. Другие разочарованно вздыхают: они тоже люди.

И теперь это вдруг стало трендом! Идеальные женщины периодически нарочно демонстрируют свои земные слабости, чтобы люди прониклись к ним доверием и уважением, и не чувствовали себя столь несовершенными. Но только чуть-чуть, блогер всё равно небожитель, но, как мы помним из древнегреческой мифологии, у богов тоже были страсти и слабости, почти как у людей.

«Я тоже так хочу»

Чем больше блогов, я вижу, тем больше мне все они кажутся какими-то одинаковыми. Все так или иначе пишут об одном и том же, одни и те же фото, обработка фото, темы постов, даже слог.

Новый год: вокруг гирлянды, ёлки, «Один дома» и советский кинематограф. Праздничная атмосфера захватывает ленту, все рассуждают о новогоднем настроении, пьют какао с маршмеллоу (неужели все действительно так любят этот приторный попсовый напиток) и делают семейные фотографии под ёлкой в одинаковых свитерах и красно-белых носках. Либо в багажнике авто посреди леса (нет, это не криминальная драма, а новый инста-тренд), на красивом пледе с Алиэкспресс, укутавшись гирляндой с головы до ног и, конечно, со стаканчиками какао, опять-таки в одинаковых шапках. Лес обязательно заснеженный и красивый. Если рядом такого не оказалось, то тысячи профилей научат вас как нарисовать его в программе на вашем смартфоне.

Нарисовать можно, как оказалось, все что угодно, начиная с идеальной фигуры, заканчивая идеальным видом из окна. И топовые блогеры это знают и этим отлично пользуются. В какой-то момент уже совершенно невозможно понять, где в этих фотооткрытках правда, а где – художественный вымысел.

Та же проблема и с пониманием, где правдивая информация о хозяине блога, а где – полет его бесконечной фантазии. В сети можно быть кем угодно: счастливой матерью, женой, успешным психологом, бизнес-тренером, фитоняшкой, акулой бизнеса, веганом, просветленным гуру, путешественником, моделью, дизайнером.

Так или иначе, вокруг каждого блогера ореол успешности, без которого он будет просто не интересен аудитории.

И блогерам хотят подражать, с них берут пример. Да что там, все хотят стать топовыми. Даже я. Но вот получается не у всех, например, у меня не получается.

Основа инста-контента – фотографии, они должны быть инстаграмные: хорошего качества, стильные, с большим количеством деталей, идеально перекликающихся друг с другом по цвету, с интересным сюжетом, правильным светом и модной обработкой. Мало просто сфотографироваться на веранде загородного дома в пижаме с чашечкой кофе. Пижаме необходимо быть ультрамодной, фигуре – подтянутой, волосам – блестящими и красиво уложенными, пышными, развивающимися на ветру, сама веранда должна быть выполнена в последних интерьерных тенденциях, с волшебным видом, и даже кружке нельзя быть простой, а такой, чтобы сто человек поинтересовались, где её можно срочно приобрести.

Помимо необходимого реквизита и приличной на вид модели, фото нужно снабдить правильным пресетом с актуальной цветовой гаммой. У топовых блогеров фото в едином стиле, у каждого этот пресет персональный, обычно карточки в меру яркие, но не кричащие, атмосферные, часто какие-то даже нереально-волшебные, со множеством стильных мелочей. Эти открытки хочется напечатать, долго рассматривать, а потом отправить по почте начинающим блогерам, которые до сих пор интересуются, какой именно инстаграмный фильтр творит такие шедевры.

Но, как вы можете догадаться, творятся такие фотографии не в одном фоторедакторе, обычно их минимум три-четыре. И с каждой карточкой возиться приходится по часу, а то и больше. А всё потому, что фото должно читателя околдовывать, его должно хотеться рассматривать, поставить на заставку телефона, у читателя, глядя на него, обязано появиться желание оказаться там, внутри фотографии, взять эту чертову кружку, надеть пижаму, похудеть в конце концов. Это маленькие картинки с доски визуализации, они должны вдохновлять.

Серая бытовуха есть у всех, именно поэтому, приходя в инстаграмный мир, людям хочется ярких красок, красивой жизни и немного позавидовать. Нет, тут дело не в харизме или пользе блога, а в зависти и, так называемом, «вдохновении». Увы, но не все желающие стать блогерами это понимают, не у всех есть вкус, критическое мышление и возможность обзавестись модным реквизитом. Но они хотят и пытаются подражать.

Подражать – плохая стратегия для блога в частности и для жизни в целом. Всё и всегда должно быть органично. Если человеку не близки вайны, но он упорно хочет прославиться в этом направлении, ничего, кроме своего глупого вида от неестественного для себя поведения, он не принесет в сеть.

Так мне сказала Екатерина, специалист по визуальному контенту (да, сейчас есть и такие профессии, каких только нет).

– Есть качественный визуальный контент, а есть шлак. Лента должна быть стильной, весь профиль выдержан в единой гамме, фотографии хорошего качества, снятые хотя бы на приличный смартфон. Если твое лицо не модельное, то не увлекайся селфи, никому не интересно смотреть на крючковатый нос, селфи должны делать идеальные лица.

Что такое идеальное лицо и кто выдает разрешения на селфи, она не уточнила, а я на всякий случай еще раз глянула на свой нос, с прискорбием заметив, что, наверное, он действительно не самой правильной формы. То-то я не любитель селфи, как выясняется, разрешения на него контент-менеджер мне не даст. Заметив мое смятение, Екатерина поправилась:

– Нет, я только в том смысле, что селфи – это слишком детальный угол обзора. И демонстрировать его лучше, когда ты либо очень красивый, либо у тебя нестандартная внешность, а обычным людям (она чуть не добавила: «С ульяновской внешностью вроде твоей!») – надо брать другим.

– Например, фотографиями задницы? – не сдержала я своего желания съязвить.

– С задницей дела обстоят так же, как и с селфи: она должна быть либо идеальной и необычной, либо не стоит увлекаться. – Что такое необычная задница в понимании контент-менеджера, я уточнять не стала, чтобы случайно не нарваться на комплимент. Тем более, дельные советы продолжали поступать один за одним.

– Людям интересны образы и фотографии людей, просто природа, может быть, но это надо уметь фотографировать и правильно обрабатывать фотографии, сложно сфотографировать лес так, чтобы он смог стать полноценным героем композиции. Такие фотографии теряют популярность, их слишком много. А если мы говорим о построении личного бренда, то этот самый бренд надо выводить на первый план. Человек так устроен, что больше всего ему интересен человек и человеческий быт. Именно такие композиции набирают большую популяр-

ность. Отсутствие хорошей фигуры и красивого лица еще не приговор. Тут я чуть было не сказала ей спасибо.

– Можно брать деталями. Стильная одежда и аксессуары, красивый интерьер или локация, фотораскладки, портреты, где не только лицо крупным планом, как на селфи, а есть детали: интересный шарф или украшение, более наполненные фото, которые хочется разглядывать. Основные потребители инста-контента – женщины, а женщины любят детали. У фотографии должен быть сюжет, она должна что-то рассказывать. Как кадр из кинофильма. Так что создание инстаграм-контента – это искусство, и мы обучаем этому искусству тех, кто хочет работать над своим блогом.

Но что именно нам рассказывают фотографии задниц, я все-таки уточнила, иначе эта мысль не дала бы мне уснуть той ночью.

– Если мы говорим о фитнес-моделях то это демонстрация силы воли, работы над собой, мотивация, спорт. Это серьезный месседж. Такие фото заставляют разьевшихся в декрете вставать и покупать абонемент в фитнес-зал, заниматься собой, выглядеть лучше. В конце концов, это вызов обществу, бесстрашие показаться перед ним полностью обнаженным, выставив на суд общественности свою душу и личность.

Если это модель «ню», то это искусство показать красоту тела без пошлости, пройти по тонкой грани между пошлостью и сексуальностью надо уметь. А вот выставить неидеальную задницу – это стратегия хайп. Настоящая кость хейтерам и очень смелый поступок, но лучше не увлекаться, не стоит забывать, что профиль должен быть красивым и гармоничным.

Её речь звучала так пафосно, что я даже в какой-то момент почувствовала уважение к подобному искусству и подумала, что теперь, возможно, буду совсем иначе смотреть на такие фото в сети. Я-то думала задницы и задницы, а тут вот оказалось все как сложно: вызов обществу, сила воли, мотивация, хайп в конце концов. Несмотря на мои едкие примечания, Екатерина говорила действительно дельные вещи. Профессиональные топ-блогеры и правда не выставляют фоточки просто так.

Каждая публикация продумывается, на нее тратится много времени, можно несколько часов делать хорошую фотографию. Своего рода инстаграмный блог – это то же искусство и творчество. И здесь, как и во всём другом, нужно вкладывать и силы, и душу, и деньги, и время. Молодые девчонки, мечтающие о блогерской славе, думают, что достаточно просто фотографий в купальнике или на фоне модной достопримечательности. Но это не так.

Блог обязан передавать определенную, свойственную ему атмосферу. Даже если кажется, что это самые обычные фотографии, без обработки: просто семья, дети, быт – это не так. Это тоже продуманная, та самая атмосфера, присущая конкретному блогеру, и именно на эту атмосферу как мотыльки на свет и слетаются подписчики. То же можно сказать и про тексты. Кто-то пишет длинные трактаты, кто-то ограничивается парой строк, но текст продумывается.

Причем продумывается в деталях: абзацы, стиль написания, особые символы и эмодзи, которые уже ассоциируются с этим блогом, здесь нет мелочей, но есть множество деталей, ведь Инстаграм – женская сеть, а женщины любят детали и всегда их подмечают. Поэтому блог строится на деталях.

Последний тренд – сторисы или инстаграм-истории. По многочисленным опросам понятно, что большинство подписчиков гораздо охотнее просматривают коротенькие видео из реальной жизни, чем читают нудные посты. Хотя нужно и то и другое. В сторисах тоже есть свои правила. Они должны быть интересными, чтобы их смотрели, как ни странно. Качественными тоже, желательно их снабдить пресетом и, обязательно, дублирующими подписями, ведь не все их смотрят со звуком. Подписчику должно быть максимально удобно и любопытно заглядывать в истории к блогерам, ведь по просмотрам этих самых историй рекламодатели оценивают вовлечённость аудитории в процесс.

Рекомендуется чередовать истории жизненные, информативные, забавные и просто красивые видео. Красивые атмосферные видео – это еще один важный тренд инсты, так что к фоторедактору желательно еще освоить монтаж; на видео тоже накладываются цветные фильтры и музыка – всё для максимального погружения подписчика в атмосферу красоты и счастья.



@marysia. n_ #завтрак#лето#жизньвкайф#кайфую#солнышко#пп#зож#марафонпохудения#стройняшка

Про контент-план и подглядывание в окна

Контент-менеджер была абсолютно права в одном: топовый блог начинается с контента. Некоторые поговаривают, что им и заканчивается. Другие же уверены: заканчивается он на личности автора, но, на самом деле, это уже не столь важно. В любом случае, действительно, именно контент – фундамент блога. И тут – кто во что горазд. Одни создают доску визуализации очаровательными фоточками, полными вдохновения, другие трудятся над контентом полезным, третьи смешат народ задорными злободневными вайнами. У каждого свой зритель и свои почитатели. Но все без исключения стараются угодить избалованному подписчику. И без выходных и праздников работают над созданием интересного наполнения блога и прорабатывают эти самые контент-планы.

Для непосвященных в блогерское ремесло расскажу, что это вообще такое. Контент-план – это продуманный план публикаций. Правильный подбор фотографии в зависимости от расположения на странице, ведь в современном инстаграме фотографии все должны сочетаться между собой, чтобы, заходя на страницу к блогеру, каждый сразу мог увидеть, что здесь хорошенько поработал контент-менеджер. Единый стиль обработки, цветовая гамма, оттенки, атмосфера и смысловая нагрузка фотоиллюстраций – все работает на то, чтобы очаровать подписчика, привлечь и удержать его внимание, заставить сохранить картинку и подписаться на аккаунт.

Но одних картинок нашей читающей стране уже мало, нужны и простыни текста, желательно полезного, интересного или хотя бы забавного. Чтобы они помогали визуальному контенту развлекать, информировать, мотивировать, хайповать, передавать атмосферу. Кто-то выбирает что-то одно, но маркетологи советуют брать несколько направлений и грамотно чередовать, чтобы публика ни в коем случае не утомилась от однообразия.

И вот уже легко уживаются серьезные философские размышления под фото с эротическим намеком или даже не намеком, а откровенной демонстрацией качественного приседа, мотивационные – под фотографией идеального пресса, хайповые – под семейным портретом, информативные – под фотографией завтрака. Информативность в Инстаграме, конечно, тоже своя – инстаграмная. И главное правило этого глянцевого мира: не все то золото, что блестит. Попадаются мысли здравые, но, справедливости ради, нет в мире столько экспертов, сколько есть блогеров.

И вот уже каждая счастливая мать одного маленького ребенка и целых три года как жена одного самого лучшего мужа становится гуру материнства и коучем по семейным отношениям. Каждый, кто похудел, может быть фитнес-экспертом, а кто открыл магазин – бизнес-тренером. Чужой опыт всегда интересен и полезен, если он не преподносится как святой Грааль и единственно верная инструкция к жизни. Но тормоза срабатывают не всегда, и вот ты уже наблюдаешь, как какая-нибудь среднестатистическая блогерка 100 000 + возмущенно сетует, что даёт слишком много уникальной информации о воспитании своего годовалого ребёнка, а публику по-прежнему интересуют лишь детали их с мужем развода.

Но, естественно, ничего уникального в опыте одной обычной мамы одного обычного маленького ребёнка особо нет. А вот развод – это уже интереснее, чем в тысячный раз обсуждать марки подгузников, с которыми, в общем-то, уже всё понятно. Однако аудитория кружит

голову успехом – и вот блогер уверен, что несет на своей страничке ценнейший опыт, уникальную информацию и важнейшие откровения бытия.

Однако это разве что может конкурировать с проповедями моей соседки бабы Люси из пятиэтажки, в которой мы жили лет 20 назад. Эта импозантная (на тот момент) дама была категорически уверена, что весь дом должен знать, что Катька таскается с разными мужиками, а Сидоровы неправильно растят своего только что родившегося ребёнка.

Странно, но от бабы Люси все хотели поскорее сбежать, кроме её закадычной подружки и заединицы бабы Нюры, а здесь люди сами подписываются десятками тысяч, читают, комментируют, делятся своим опытом и мнением и часами ругаются с теми, у кого менее противоположное. Почему? С этим вопросом я обратилась к своей знакомой Кате, которая ведет психологические консультации и является дипломированным психологом.

– Психология сейчас активно изучает феномен социальных сетей, или «окон», и у нас уже есть версии на этот счет. Люди подсаживаются на блог по той же схеме, что и на сериал или реалити-шоу: наблюдая быт кого-либо на протяжении некоторого времени, они привыкают к нему, особо чувствительные сопереживают его жизненным драмам, другие могут даже не испытывать позитивных чувств к этому человеку, но и те, и другие привыкают к персонажу, их уже как магнитом тянет подсмотреть, что происходит в той жизни за окном смартфона. Социальные сети – это сериал 21 века.

– Но неужели людям и правда интересна вся эта ерунда? Утренний кофе блогера, его уборка дома, его пятничная гулянка? Блогеры убеждены, что аудитория не может жить без их бесконечных включений ни дня.

– Не думаю, что интересно всё, но мы выбираем, за кем подглядывать тоже по определенным аналогиям, как правило, это то качество характера или что-то, что мы бы хотели увидеть у себя. Если нам хочется быть стройнее и спортивнее, мы будем следить за фитнес-моделью, пропагандирующей здоровый образ жизни.

Если мы мечтаем об идеальных взаимоотношениях, то подпишемся на модель семьи, мечтающие о путешествиях следят за travel-блогами, а предприниматели – за бизнес-страничками. В любом случае, все блогеры, которые есть у нас в подписках, так или иначе отражают что-то в нас или в наших мечтах. Ты не подпишешься на человека, если в нем нет совсем ничего, что бы ты хотела иметь в себе или у себя. Даже если это что-то негативное, например наглость или дерзость, либо материальное, например дом или страна проживания.

– Ну, тем не менее, неужели вот прямо каждый шаг действительно интересен аудитории? Многие же снимают полную ерунду в огромных количествах.

– Здесь процесс привязки происходит двусторонний: аудитория привыкает к блогеру, а он, в свою очередь, подсаживается на эту, скажем так, популярность и начинает всерьёз думать, что аудитория без него не мыслит своей жизни. Это та самая пресловутая «звездная болезнь», своеобразный нарциссизм, они чувствуют себя звёздами, значимыми для окружающих, и уже не могут не демонстрировать свою жизнь окружающим.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.