



**Я БЫЛА ОДНОЙ
ИЗ НЕМНОГИХ ПЕРВЫХ
ДЕВУШЕК**

НАТАЛЬЯ РАДУЛОВА,
журналист, блогер

Я начинала на площадке ЖЖ еще в середине 2000-х, и то, что работало тогда, — мой опыт; мои советы, наверное, вряд ли пригодятся сейчас. Если в ЖЖ появлялся кто-то более-менее яркий, то об этом быстро узнавали. Поэтому, когда я пришла — такой «свежий дурак с мороза», — что-то писала, и как-то стали приходить люди, сама не знаю почему. Работало и сарафанное радио, и рейтинги, в которые я попала. Может быть, потому, что я была одной из немногих первых девушек, мне не потребовалось что-то «вкладывать», кроме своего личного участия. Я просто занималась тем, что мне самой нравилось: высказывала свое мнение, не рассчитывая при этом на какой-либо финансовый отклик. А успех, популярность, рекламные деньги пришли как следствие. На мой взгляд, я ничего специально не делала: у меня не было никакой стратегии, как раскрутить блог, не было плана, как и на какие темы писать, чтобы ко мне пришли подписчики, чтобы людям было интересно, чтобы дополнительно привлечь читателей, чтобы попасть в рейтинги. У любого успешного блогера даже сейчас такой цели нет. Нужно делать то, что тебе нравится, от чего тебя прет. Естественно, я выросла, какие-то темы менялись, мое мировоззрение менялось, соответственно, и мой блог вырос вместе со мной. Как говорится, если человек занимается тем, что ему нравится, чем он увлечен — шьешь ли платье, ведешь ли блог, пишешь книгу или выращиваешь капусту, — и отдает этому значительную часть своей жизни, то успех придет — в виде подписчиков, большой капусты или даже денег. Работают самые простые, элементарные правила — люби и наслаждайся тем, что делаешь. У меня нет планов выходить на новые платформы. У меня такая домашняя история — в Facebook у меня на сегодня около 120 тысяч подписчиков. Наверное, это те, кто любил меня и пришли за мной из ЖЖ. Для Instagram, на мой взгляд, надо уже быть звездой вне его. К таким прославленным личностям придут миллионы подписчиков. А обычному гражданину раскрутить свой Instagram — не знаю, стоит ли. Хотя наверняка можно получить сотни тысяч подписчиков, став известной супермодой или суперфотографом.

ролики, — хороший свет стоит 400 тыс. руб. До этого я записывал обычной лампой».

Запиливаем «лук»

Если вы решили сосредоточиться на фотографии и коротких видео, вероятнее всего, стоит в качестве основной площадки выбрать Instagram (около 32 млн активных пользователей только в рунете) ну или китайский TikTok. Точный объем рынка рекламы ни в Instagram, ни в других соцсетях посчитать невозможно.

Маркетплейс блогеров GettBlogger оценивал оборот Instagram-рекламы в России примерно в 10 млрд руб. по итогам 2018 года, в 2019-м он может составить до 15 млрд.

В этом случае запастись терпением и деньгами — камеры бюджетного смартфона будет явно недостаточно. Лучше остановить свой выбор на флагманских устройствах, например на Samsung Galaxy Note 10 (от 76,9 тыс. руб.), Huawei p30 Pro (от 59,9 тыс. руб.), iPhone 11 (от 59,9 тыс. руб.), iPhone 11 Pro (от 89,9 тыс. руб.). Кроме смартфона для производства контента в домашних условиях пригодится штатив монопод (от 140 до 6,2 тыс. руб.), стабилизатор для съемки видео (от 2,5 тыс. до 10,4 тыс. руб.), сменные объективы (от 800 до 12,6 тыс. руб.), осветители и вспышки (от 800 до 2,4 тыс. руб.), внешний аккумулятор (от 240 до 13,5 тыс. руб.) и штатив (от 122 до

4,6 тыс. руб.). Большинство этих аксессуаров не обязательны, однако способны улучшить или разнообразить фото- и видеопоток.

Представитель Ирины Горбачевой — актрисы и владелицы Instagram-аккаунта с аудиторией 1,5 млн пользователей — в интервью «Деньгам» с улыбкой отмечает, что госпоже Горбачевой для развития аккаунта потребовался только смартфон. Об этом же говорит и блогер Таня Рыбакова, за постами которой наблюдает 267 тыс. человек в Instagram и еще 416 тыс. подписчиков в YouTube. Госпожа Рыбакова вспоминает, что для съемок первых роликов ей потребовался обычный iPhone, зеркальная камера Canon EOS 60D (около 30 тыс. руб.) и штатив за 1 тыс. руб.

Заливаем видос

Самый дорогой контент — видео — чаще всего предпочитают смотреть

на YouTube. Речь идет про самый конкурентный, но и самый высокооплачиваемый рынок. Оборудование, которое используется для создания привлекательной картинки, будет стоить несколько дороже, чем обычный смартфон. Опрошенные блогеры сходятся во мнении, что в минимальный набор для записи видео входит action-камера (средняя цена 8 тыс. руб.) и «игровой» ноутбук для обработки видео (средняя цена 70,8 тыс. руб.).

«У меня с самого начала в голове была картинка о том, какой будет формат, и action-камеры было бы недостаточно — нужно было видеть, что ты снимаешь, — рассказывает тревел-блогер Леонид Пашковский. — В итоге я купил Panasonic Handycam и action-камеру Sony, в отличие от GoPro она очень эргономичная, со стабилизацией и пишет классный звук. Сейчас я обновился до такой же камеры и переходить