


**ЕГОР АППОЛОНОВ**

# **БОГИ ВЕЛИКИХ БЛОГОВ**

**ПОШАГОВОЕ РУКОВОДСТВО  
ПО СТОРИТЕЛЛИНГУ ДЛЯ СОЦСЕТЕЙ**

 **БОМБОРА**  
ИЗДАТЕЛЬСТВО

Москва 2024

УДК 004.774:808.5  
ББК 32.973.202:83.7  
А76

Фото на обложке: *Владимир Широков*

**Апполонов, Егор Николаевич.**

А76 Боги великих блогов : пошаговое руководство по сторителлингу для соцсетей / Егор Апполонов. — Москва : Эксмо, 2024. — 224 с. — (Лайк, репост, подписка. Искусство продвижения в социальных сетях).

ISBN 978-5-04-166435-0

Почему одних блогеров мы готовы читать каждый день, а на других даже подписаться не хочется? Почему даже один короткий пост от Канье Уэста или Тейлор Свифт способен всколыхнуть все медиапространство? Какие видео и треды становятся вирусными? Секрет всегда лежит в хорошей истории и умении ее рассказать. За 18 глав журналист и писатель Егор Апполонов не только выведет формулу действующего сторителлинга, но и покажет все инструменты и уловки на реальных примерах: от провокативных роликов ютубера PewDiePie и эксцентричных постов Илона Маска до будоражащих нас киношных хуков и особенностей работы мозга.

УДК 004.774:808.5  
ББК 32.973.202:83.7

ISBN 978-5-04-166435-0

© Егор Апполонов, текст, 2024  
© Оформление. ООО «Издательство  
«Эксмо», 2024

# Содержание

ПОПА  
КИМ КАРДАШЬЯН  
7

ФАКАПЫ  
АРИАННЫ  
20

КЕЙСЫ  
КЕЙСИ  
28

ИДЕИ  
У ВАШЕГО ДОМА  
38

ОКСИТОЦИНОВЫЙ  
ПРИХОД  
51

РЕЗОЛЮЦИЯ  
МИЛАНО  
61

ДОФАМИНОВЫЙ  
ЛЕДЕНЕЦ  
68

ХАЙПЫ  
ПЬЮДИПАЯ  
76

КРОВАВЫЙ  
СПОР  
88

ИЛЛЮЗИЯ  
ОБМАНА  
105

КНАВУ ЛАМЕ:  
КАК ПРОСТОЙ ПАРЕНЬ  
ИЗ СЕНЕГАЛА ЗАВОЕВАЛ  
ТИКТОК

114

РАЗРУШИТЕЛЬНОЕ  
ОБОЖАНИЕ

127

НЕНАВИСТЬ  
И НЕУВЕРЕННОСТЬ

143

ИНКЛЮЗИВНОСТЬ  
КАМИЛЫ КОЭЛЬО

151

ОСМАНСКАЯ  
ИМПЕРИЯ

166

МАСКИ  
МАСКА

176

МИКЕЛА СОУЗА:  
ВИРТУАЛЬНАЯ ИКОНА

191

СТОРИТЕЛЛИНГ:  
ИЗМЕНЯТЬ МИР

218

*«Успех — лучшая форма мести».*  
Кейси Нейстат

*«Я очень осторожна в том,  
что говорю и делаю».*  
Ким Кардашьян

*«Провал — мост к успеху.  
Если дела идут хорошо, значит,  
вы недостаточно изобретательны».*  
Илон Маск

*«Сторителлинг — наркотик.  
Галлюциноген, переносящий  
в другие миры».*  
Егор Апполонов



# ПОПА КИМ КАРДАШЬЯН

*«Да, у меня есть целлюлит. И что?»*

Ким Кардашьян

## СЛОМАТЬ ИНТЕРНЕТ

*Нью-Йорк, 11 ноября 2014 года*

Всё началось с одной дерзкой идеи; её подкинул Дрю Эллиотт<sup>1</sup>.

И вот теперь шестой час они не могут убедить непреклонного Хершковица в том, что нужно сегодня же опубликовать фотографии на сайте журнала!..

Ожесточённая дискуссия в редакции журнала *Rare* продолжалась до рассвета. Помимо издателя Дэвида Хершковица, которого подняли среди ночи, чтобы он подключился к беседе, в тесной прокуренной комнатке собрались сооснователь *Rare* Ким Хайстререр, главный редактор журнала Микки Бордман, автор материала-сенсации Аманда Фортини и продюсер съёмки Вирджиния Лагенс. Дрю Эллиотт, накануне улетевший в командировку, висел на громкой связи.

---

<sup>1</sup> В 2014-м — креативный директор журнала *Rare*. Сейчас — креативный директор MAC Cosmetics.

Спор шёл о двух фотографиях. Кадрах, которые должны были выйти на двух обложках зимнего номера *Rareg*.

Изначальный план редакции состоял в том, чтобы опубликовать фото обложки на сайте и в соцсетях журнала — одновременно с появлением *Rareg* в газетных киосках. Но Эллиотт настаивал: где-то в цепочке, от типографии к дальнобойщикам и киоскам, съёмку неизбежно кто-то сольёт. В типографии или на пересылке журнал как пить дать вытащат из пачки — и фото отправится в Сеть, а *Rareg* потеряет главную сенсацию года и свой эксклюзив. Кроме того, сайт журнала лишится трафика, что самым серьёзным образом скажется на доходах издания.

Что делать? Положиться на случай и, рискуя всем, возможно, потерять при пересылке главный козырь, главный актив? Или же закачать фотографии в Сеть, не дожидаясь выхода бумажного журнала?

В 08:11 выжатый спорами Хершковиц махнул рукой. «Чёрт с вами, вы меня убедили, — он повернулся к бильд-редактору: — Давай заливай!»

Так 11 ноября 2014 года в твиттер-аккаунте<sup>1</sup> *Rareg Magazine* появился новый пост. Лукавая в своей скромности подпись гласила: *Btw, this is our new cover*<sup>2</sup> и сопровождалась отметкой аккаунта [@KimKardashian](#). Перейдя по ссылке, пользователи попадали на страницу с двумя фотографиями.

...Таких обложек читатели *Rareg* не видели ещё никогда.

На первом фото — обнажённая и намазанная маслом Ким Кардашьян, демонстрирующая откляченный зад. Вторая — более скромный снимок, на котором 34-летняя телеведущая и жена Канье Уэста в вечернем платье балансирует с бокалом шампанского на своей огромной заднице,

<sup>1</sup> Соцсеть Twitter заблокирована на территории РФ.

<sup>2</sup> Да, кстати, вот наша новая обложка (*англ.*).

в руках — бутылка шампанского, стреляющая брызжущей пеной в креманку.

Под фотографиями на обеих обложках — лаконичный заголовок:

Break the Internet: Kim Kardashian.

Через шесть часов позвонили из технического отдела: серверы не справлялись с нагрузкой. Менее чем за 24 часа после публикации пост набрал более 3 200 ретвитов и оказался в 2 500 закладок. Комментарии (в том числе от звёзд) сыпались один за другим.



*Ким Кардашьян хочет сломать интернет своей... жопой??? Как ни странно, это работает!<sup>1</sup>*

*Она похожа на кентавра!<sup>2</sup>*

*Это фотошоп, и твоя задница ненастоящая. До сих пор никакого таланта...<sup>3</sup>*

Ким Кардашьян возглавила первые строчки поисковых запросов. Сеть бурлила твитами, репостами, комментариями в социальных сетях.

В 5:12 по местному времени на сцену вышла сама Ким Кардашьян (не сомневайтесь — молчание дивы было стратегическим ходом!), сделав репост и сопроводив следующим комментарием:

*Это оповещение о новой обложке журнала Paper! — Такая честь работать с легендарным фотографом Жан-Полем Гудом!!! Снято...*

---

<sup>1</sup> Канадская актриса Эй Джей Кук.

<sup>2</sup> Твит пользователя Lee Jones.

<sup>3</sup> Пользователь Devin Murphy.

Спустя 3 минуты, в 5:15, был опубликован ещё один твит:

*А ещё говорят, что у меня нет таланта...  
Попробуйте балансировать бокалом шампанского на своей заднице LOL #BreakTheInternet  
#PaperMagazine<sup>1</sup>*

Остальные фотографии из фотосессии Жан-Поля Гуда — в том числе те, где Ким полностью обнажена, — были опубликованы на сайте Paper следующим вечером, в 20:30 по тихоокеанскому времени.

Издателям журнала пришлось закупить дополнительные серверы, чтобы сайт не рухнул под натиском тех, кому хотелось посмотреть горячий материал целиком.

Цифры были ошеломляющими: 13 ноября, через день после публикации всей истории, трафик Paper составлял почти 1% всей активности в интернете в США.

Вся редакция была измождена, но ликовала.

Шалость удалась.

\* \* \*

Всё началось с идеи создания концептуального арт-проекта для очередного номера Paper. Творческая команда во главе с Дрю Эллиоттом и Микки Бордманом поставила себе весьма амбициозную цель — Break The Internet.

Разумеется, редакторы журнала прекрасно понимали, что интернет невозможно «сломать» в принципе (заблуждение, что интернет — это некая единая машина, которую можно «сломать» или «взломать», была распространена в начале 1990-х годов, — но с тех пор минуло много лет). Но команда Paper вовсе не хотела «сломать интернет» — скорее, они желали «порвать интернет», «взор-

---

<sup>1</sup> And they say I didn't have a talent... try balancing a champagne glass on your ass LOL, @KimKardashian, Twitter (соцсеть Twitter заблокирована на территории РФ).

вать интернет». И это у них блестяще получилось: хештег #BreakTheInternet<sup>1</sup> стал поистине массовым.

Обложка с Кардашьян, в то время — одной из самых известных женщин мира (её аккаунт в известной социальной сети был третьим по популярности на момент публикации Paper в 2014-м)<sup>2</sup>, задумывалась как первый залп по спокойствию Всемирной паутины.

«Нет другого человека, способного справиться с этой задачей лучше, чем Ким Кардашьян-Уэст, — рассуждала Ким Хайстререр. — Это очарование поп-культуры способно генерировать заголовки, просто выходя из дома. Ким — то, что заставляет Сеть тикать».

На момент публикации скандальной обложки журнала Paper у Кардашьян было «25 миллионов подписчиков в твиттере<sup>3</sup>, что примерно на миллион меньше, чем у иконы Америки Опры Уинфри, и почти на 5 миллионов больше, чем у CNN Breaking News»<sup>4</sup>.

Микки Бордман был полностью согласен с Хайстререр: «Все привыкли к тому, что Кардашьян украшает обложки глянцевого библии — Vogue, Forbes или New York... Но её появление на обложке инди-журнала точно “порвёт интернет”».

И он оказался прав, предугадав реакцию публики. Те, кто был знаком с Paper как с интеллектуальным инди-журналом, были шокированы выбором этой звезды мейнстрима. Фанаты же Кардашьян задавались вопросом: что королева реалити-шоу, ток-шоу-сплетен и социальных сетей делает на обложке малотиражного журнала, о котором они никогда даже не слышали? Это выводило людей из равновесия, подогревая их интерес.

---

<sup>1</sup> Теперь эта фраза широко используется для обозначения случаев, когда повествование, история или изображение становятся чрезвычайно вирусными, распространяясь одновременно во многих различных сегментах интернета.

<sup>2</sup> На исходе 2023 года — восьмой в рейтинге.

<sup>3</sup> Соцсеть Twitter заблокирована на территории РФ.

<sup>4</sup> Break the Internet, Kim Kardashian, Paper Magazine, 12 ноября 2014 г.

Глянцевые журналы и правда снимали Кардашьян на протяжении многих лет. W сделал для неё большую персональную съёмку; Vogue опубликовал эксклюзивные фотографии свадьбы Ким и Канье; GQ разместил её на обложке обнажённой, едва прикрытой кожаной курткой (а в материале внутри журнала — не прикрытой уже ничем), — но ни одна из этих (и множества других) публикаций, пусть и собрав огромную аудиторию фанатов самой Ким Кардашьян, не стала вирусной и не вышла за пределы аудитории этих журналов и поклонников Ким.

Суть популярной культуры — или «вирусности» — в том, что её нельзя полностью предсказать или сфабриковать. Это больше искусство, чем наука, и здесь нет готового рецепта.

В случае с Rareг также сыграла ставка и на фотографа. Материал был не только провокацией в смысле обнажённого тела звезды или провокацией в смысле несовпадения традиционного позиционирования журнала и выбора персоны на обложку — но и художественной провокацией в том числе.

Жан-Поль Гуд — самостоятельная легенда поп-культуры; за плечами у него к тому времени были работы в Лувре и несколько культовых кадров. Гуду дали карт-бланш — и он смог заставить нас взглянуть на одну из самых фотографируемых женщин мира как будто впервые, новым взглядом, а также блестяще воссоздать — на снимке с шампанским — знаменитую фотографию модели Каролины Бомонт, сделанную в 1976 году.

...Редакторы журнала Rareг, безусловно, надеялись на успех своего экспериментального материала — но они даже не ожидали, что реакция публики будет *настолько* массовой и грандиозной.

Печатные издания, радио и телевидение на протяжении долгого времени после той публикации перепечатавали фотографии и писали об этой истории. Каждый день

появлялись новые твиты и инстаграм-посты<sup>1</sup> на эту тему, лавинообразно росло количество лайков и репостов, пользователи упражнялись в остроумии и создавали мемы по мотивам фотографий (версии попы Ким Кардашьян в самых разных антуражах), лился бесконечный поток комментариев, вдохновлённых этой чёртовой задницей и дерзкой съёмкой, — как восхищённых, так и возмущённых..

Спустя месяц, к декабрю 2014 года, история получила более 34 миллионов уникальных просмотров, что было более чем вдвое выше ежегодного (!) трафика сайта Paper раньше. Скандальный материал продолжает привлекать посетителей и по сей день.

Впрочем, изначальный слоган редакторов Paper — если понимать его буквально — всё же не сработал. Попе Кардашьян оказалось не по силам сломать интернет, потому что это одна из тех вещей, которые делают современный интернет, во многом построенный на хайпе и вирусных историях.

«Что было бы с интернетом, если бы не было попы Ким Кардашьян?» — задаётся вопросом Washington Post. И сам же на него отвечает: «Это основная валюта, которая нужна Сети для выживания»<sup>2</sup>. Попа Кардашьян — топливо интернета: она напитывает трафиком сайты, социальные сети и онлайн-чаты каждый день.

Попа Кардашьян — символ нынешнего интернета. Его священный Грааль.

## ЖИЗНЬ НАПОКАЗ

Даже если вам ничего не известно о Ким Кардашьян, то вы как минимум точно слышали её имя и знаете, что она очень и очень известна. (Кто-то скажет, что это всё, что вам

---

<sup>1</sup> Деятельность организации Meta Platforms Inc, её продуктов Instagram и Facebook запрещена в Российской Федерации.

<sup>2</sup> Статья «Голая Ким Кардашьян не взорвёт интернет. Интернет сломался бы без голы Ким Кардашьян», Эмили Яр, Washington Post.

нужно о ней знать.) Вы неизбежно наткнетесь на сотни таблоидов, заголовки которых извещают о её личной жизни, связанных с ней светских скандалах, исключительности её кажущихся ненастоящими форм...

«Её зад застаёт вас врасплох, когда она встаёт, — точно так же, как открытый парашют размером с ребёнка удивил бы вас, если бы он был прикреплен к чьей-то спине», — пишет Wonderland.

И всё же дело не только в уникальной анатомии — иначе кейс Кардашьян не открывал бы эту книгу.

Бытует мнение: Кардашьяны — хрестоматийный пример того, как прославиться, ничего не делая, лишь благодаря интернету. Даже сама Ким однажды сказала, что не сделала ничего, чтобы оказаться там, где она есть. Но самое большое заблуждение о Ким состоит в том, что она «пустая знаменитость» и что «все они знамениты лишь тем, что знамениты». И чем внимательнее наблюдаешь за ней, чем больше читаешь её интервью и изучаешь феномен её популярности, тем поверхностнее начинает казаться это объяснение, и становится понятно, что это «ничегонеделание» состоит из череды изнурительных ритуалов.

Анализируя формулу успеха Кардашьян, мы понимаем, что Кардашьян превратила свою жизнь в товар, который можно продать. Но продавать себя — это тоже работа, и быть товаром непросто: жизнь напоказ требует полной самоотдачи. Кардашьян всегда на виду. В её жизни не бывает ни минуты, когда она «за кулисами». Учитесь у Кардашьян: жизнь инфлюэнсера — это круглосуточная работа без перерывов на обед, каникул и выходных.

Как только она приходит в гости к хозяйке салона Polo Lounge в Беверли-Хиллз, поклонники подбегают со словами: «Сделаешь со мной селфи, Ким?» (Фанаты больше не просят у Верховной Жрицы Instagram<sup>1</sup> автографы — это прошлый

---

<sup>1</sup> Деятельность организации Meta Platforms Inc, её продуктов Instagram и Facebook запрещена в Российской Федерации.

век.) Она подчиняется, наклоняется, чтобы сделать снимок, и возвращается к своим делам до того, как наблюдающие за этой сценой успевают моргнуть. «Держу пари, фото будет опубликовано прямо сейчас», — с лукавой улыбкой говорит Кардашьян. Важно: Ким никогда не отказывает в фотографиях — это хорошо работает на популярность.

Социальные сети создали новый вид славы, и Кардашьян — её икона. Эта слава — в вездесущности. «Если я ничего не могу сделать, чтобы не попасть на чужие снимки, так почему бы всегда не выглядеть на все сто и потрясающе?» Итак, правило социальных сетей номер один:

### # ВЫГЛЯДЕТЬ БЕЗУПРЕЧНО. ВСЕГДА. #

В повседневной жизни Ким «выглядит точно так же, как на фотографиях или в реалити-шоу, за одним исключением: она меньше, чем кажется на изображениях, с крошечными, почти кукольными ушами, ногами и руками. Всё остальное кажется преувеличенным, усиленным, набухшим. Её чёрные волосы — гуще, чем вы когда-либо видели, её губы — полнее, её гигантские Бэмби-глаза — больше, их белки белее, а ресницы, обрамляющие их, длиннее»<sup>1</sup>.

Ким со своими инопланетными формами кажется ожившим аниме-персонажем. Её кожа — ровного золотого тона. На лице — ни одной веснушки, морщинки или родинки. Никаких кругов под глазами, никогда. Её брови безупречны (нет ни одного блуждающего волоска), а ресницы больше напоминают павлиньи хвосты. Голографический взгляд гипнотизирует... Ким Кардашьян признаётся, что она «не человек фильтров»<sup>2</sup> и что обычно она не использует их, когда публикует свои многочисленные селфи, — и, глядя на неё, в это легко поверить: они ей просто не нужны, её невозможно застать врасплох, неподготовленной.

<sup>1</sup> Break the Internet, Kim Kardashian, Paper Magazine, 12 ноября 2014 г.

<sup>2</sup> Paper Magazine, «Взорвать Интернет. Ким Кардашьян», 12 ноября 2014 г.