

# КАК ОЩУЩАЕТ СЕБЯ ПОТРЕБИТЕЛЬ В ЭПОХУ, КОГДА КАЖДЫЙ ВТОРОЙ ХОЧЕТ СТАТЬ БЛОГЕРОМ



✚ IZM ~~НИ~~ SOZNANI ~~НИ~~ 2025 ✚ RABBIT <sup>+</sup> CVRROT ✚



I

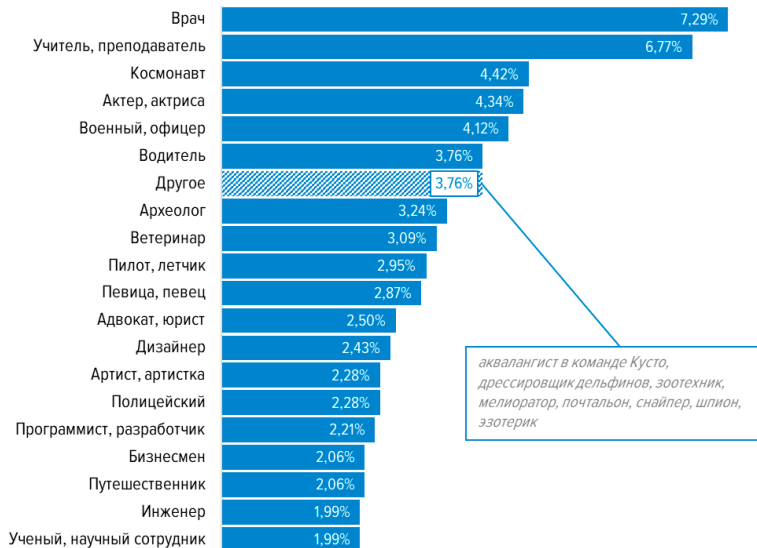


# КЕМ МЕЧТАЛИ СТАТЬ РАНЬШЕ



Кем вы мечтали стать, когда были ребенком?

Топ-20 профессий для соискателей в возрасте старше 25 лет



# КЕМ МЕЧТАЮТ СТАТЬ СЕЙЧАС

**57%**

поколения Z  
мечтают стать  
инфлюенсерами

**41%**

взрослых тоже  
не прочь ими быть

Согласно исследованию 2023 года  
от Morning Consult

**4 место**

у детей в России занимает  
желание стать блогером  
(на самом деле почти треть)

Согласно portalu Работа.ру





# ХОРОШИЙ ЧЕЛОВЕК — НЕ ПРОФЕССИЯ, А БЛОГЕР — ДА

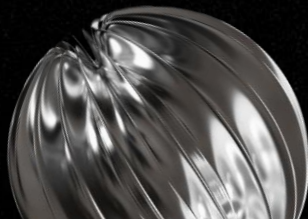


**~45%**

считают блогинг  
полноценной  
работой

**58%**

выразили желание  
самостоятельно  
заняться блогингом





# ПОЭТОМУ КОНТЕНТ ПЛОДИТСЯ, БУДТО ГРЕМЛИНЫ ПРЫГНУЛИ В БАССЕЙН

1-ая нейросеть  
пишет текст

2-ая озвучивает

3-я режет видеоряд





# МАЛО КТО ДЕЛАЕТ КОНТЕНТ РАДИ КОНТЕНТА

Тут и там  
появляется  
куча рекламы  
и-и-и...

# ...НА ЗАПАДЕ ЗАРОДИЛСЯ ПРОТЕСТ ПРОТИВ РЕКЛАМЫ — ДЕИНФЛЮЕНСИНГ


«Разочарование в культуре  
потребления» как со стороны  
подписчиков, так и инфлюенсеров



Аудитория оценила, что блогеры  
стали заботливыми экспертами,  
и вместо того чтобы продвигать  
товары, отговаривают  
от бессмысленных покупок



# ПОТРЕБИТЕЛЬ НАЧИНАЕТ ЦЕНИТЬ ЭКСПЕРТНОСТЬ



Люди устали  
от наигранного  
успешного успеха

**59%** отметили  
необходимость  
получения  
специального  
образования  
для блогеров

Информативность  
догоняет  
амбициозность

Эксперты становятся  
доверенными  
проводниками  
и учителями, помогая  
подписчикам стать  
лучше и теми,  
кем они хотят быть



**~49%** опрошенных  
больше доверяют  
рекламе у блогеров,  
которые  
специализируются  
на конкретной тематике



# ВЗЛЁТ ТРЕНДА НА ЭКСПЕРТНЫХ БЛОГЕРОВ И НАУЧПОП

Кореевед  
Андрей Ланьков



Астроном  
Владимир Сурдин

Раньше таких ребят звали  
в подкасты с тысячами  
просмотров или в формате  
«комментария от эксперта»

Антрополог  
Дробышевский  
Станислав



**А сейчас у них собственные  
сотни тысяч на личных каналах  
и приглашения в топовые ютуб-  
шоу. Они стали звёздами  
из мира науки, а не пафоса.**

# БИЗНЕСМЕНЫ — ТАКИЕ ЖЕ ЭКСПЕРТЫ

Предприниматели тоже следуют этой тенденции и становятся медийными, чтобы укрепить личный бренд и свой бизнес



Федор  
Овчинников



Максим  
Спиридонов



Виталий  
Истомин

**Подписчики получают возможность изучить их опыт  
и образ мышления, чтобы использовать в своей жизни**





# КАЧЕСТВЕННЫЙ КОНТЕНТ РАСТЁТ В ЦЕНЕ ВО ВСЕХ СМЫСЛАХ



Экспертные форматы **выделяются**  
в ленте на фоне жвачки для мозга

С начала 2022 г. количество авторов  
на Boosty увеличилось **в 10 раз**

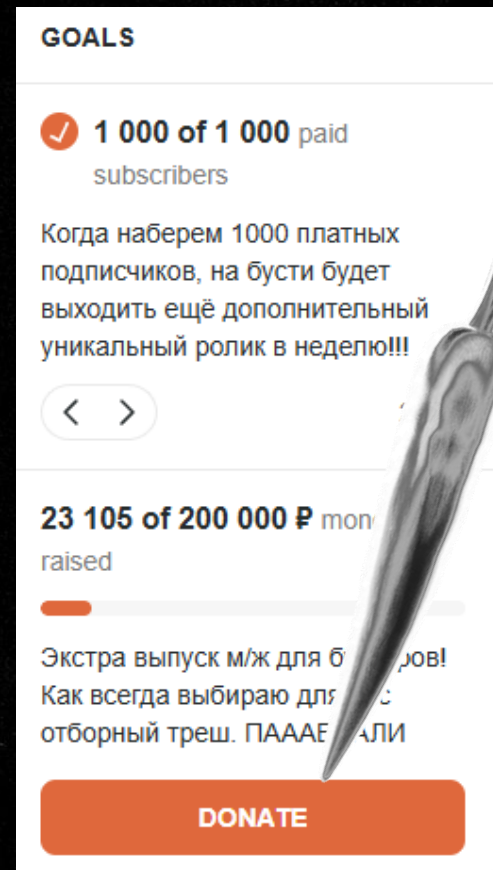
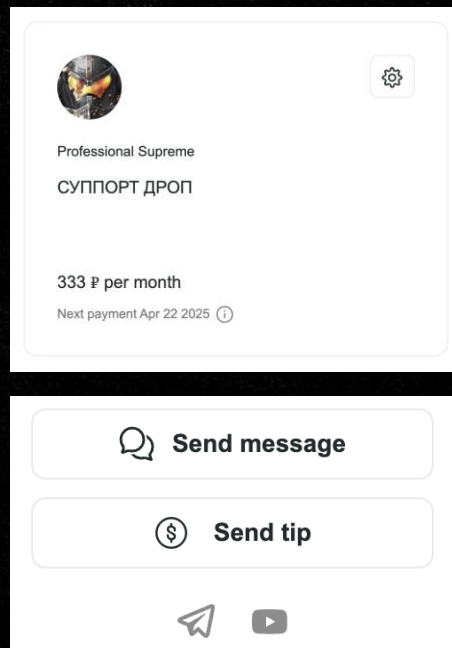
Оборот сервиса показал **более чем**  
**восьмикратный** рост. Это означает,  
что **за авторами пришла аудитория,**  
**готовая платить за контент**



ГИПОТЕЗА

# АУДИТОРИЯ ГОТОВА ПЛАТИТЬ ЗА КОНТЕНТ = ЛОЯЛЬНОЕ КОМЬЮНИТИ

Возможный  
дополнительный  
фактор при выборе  
блогера — оценка  
его подписчиков  
на Boosty



# SOULMATES: РОСТ НАНО- И МИКРОБЛОГЕРОВ

В глазах аудитории — они друзья-эксперты без тысячи рекламных интеграций. Люди верят таким авторам больше именно за искренность и отсутствие рекламного шума.

**82%**

потребителей с высокой  
вероятностью следуют  
рекомендациям  
микроблогеров

Forbes



**75%**

респондентов доверяют  
рекомендациям нано-  
инфлюенсеров больше,  
чем рекомендациям более  
крупных инфлюенсеров

Stars and stories

# БУМ ЛИЧНЫХ КАНАЛОВ



Kolyan Talks

11 subscribers

Channel Info



Галочка, полетели кукухой

163 subscribers



Маш, фотик зарядила?

56 subscribers



К-KOD | К-КОД

144 subscribers

Channel Info



Приключения – за углом!+

111 subscribers



Недремлет

128 subscribers

И теперь даже обычные пользователи активно создают свои TG каналы для узкого круга друзей и знакомых — по данным TGstat доля пользователей подписанных на такие каналы в 2021 составляла 27%, а в 2023 уже 45%.

84% подписчиков ставят реакции под постами — значит читают и вовлекаются

Еще одно подтверждение — в 2023 количество русскоязычных TG-каналов превысило 700 000, что вдвое больше, чем в 2021

Их используют как дневники и для прокачки личного бренда



# FAST HIGH: СКРОЛЛ ЛЕНТЫ РАДИ ДОФАМИНА

Жвачка для мозга  
никуда не делась

Яркое проявление этого —  
когда человек листает ленту  
не ради информации,  
а чтобы отключиться  
от реальности



# DREAMSCROLLING

Эта привычка  
постепенно перешла  
для потребителя  
в новую форму —  
**dreamscrolling**  
в e-com



Люди приходят  
на маркетплейсы  
просто полистать.

И делают это  
с пользой — по данным  
опроса OnePoll **71%**  
**людей** считают,  
что дримскроллинг  
мотивирует их  
на достижение  
финансовых целей,  
разумнее  
распоряжаться  
своими деньгами  
и избегать  
незапланированных  
трат.





# ПОЯВЛЕНИЕ ПРОДУКТОВЫХ ИНФЛЮЕНСЕРОВ ВНУТРИ E-COM ПЛАТФОРМ

В Китае блогерша  
за один эфир продала  
товаров на миллионы  
долларов, в том числе  
посещение запуска  
ракеты

Wildberries добавил  
монетизацию для  
блогеров в Wibes

У нас все только зарождается:  
сначала — видеообзоры, а потом,  
возможно, формат авторов,  
которых выбирают не по  
просмотрам, а результатам  
конверсии и лояльности





# ИТОГО

Потребитель воспринимает блогерство как **полноценную профессию**

Аудитория по-прежнему любит крупных селебрити, но у них появилась **сильная альтернатива — блогеры-эксперты**

Люди всё чаще используют блогинг для развития **личного бренда**

Аудитория больше **доверяет экспертам** и ожидает профессионализма от блогеров

# 别当博主， 要做专业人士。



Не будьте просто  
блогерами — будьте  
профессионалами

