

УДК 070

СОВРЕМЕННЫЙ TRAVEL-БЛОГ: СПЕЦИФИКА ПРОДВИЖЕНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

© Шарифуллина А.Р., Захарченко Н.А.

e-mail: magicmoments49@gmail.com

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва, г. Самара, Российская Федерация*

Формат «travel» в современных СМИ и популярных блогах с каждым днем все больше расширяет свои границы, использует новые средства привлечения качественной аудитории. Сегодня, если автор блога не обладает достаточными средствами для продвижения контента, а также профессиональным с точки зрения фото- и видеогрaфии взглядом на мир, ему достаточно сложно заслужить признание публики в сфере «travel»-блоггинга. Изначально, мода на ведение блога в стиле «travel» пришла в Россию, как и многое другое, с запада. Блогеры, которые задали стиль в этой сфере на несколько лет вперед, в основном, были уроженцами США и Канады. Их контент можно считать наиболее «топовым» и профессиональным.

Сэм Колдер (SamKolder), канадец по происхождению, – один из самых знаменитых travel-блогеров в мире (1,3 млн подписчиков). Именно он появился на арене Instagram в 2015 году и создал все самые актуальные по сей день тренды в создании travel фото- и видеоконтента. Его основные черты, которые все профессионалы смогут узнать с первого взгляда, – это стиль «teal&orange» в обработке фотографий и необычные, но невероятно красивые переходы в видео, такие как «zoomtransition» и «eyetransition». Благодаря его профилю в Инстаграм, огромное количество людей по всему миру смогло вдохновиться его работами и начало создавать собственный контент. Цветокоррекция Сэма Колдера и его другие креативные элементы так сильно понравились публике, что многие стали копировать его стиль, создавать подобные «пресеты», снимать обучающие ролики под названием «Как обрабатывать фотографии, как Сэм Колдер».

Как можно заметить, самое главное в успешном travel-блоге – это качественные фото и видео, поэтому начинающему в этой сфере блогеру необходимо в первую очередь стать профессиональным фотографом и видеогрaфом. Каким же образом travel-блогеры живут так, как многие могут только мечтать и при этом всегда имеют деньги на путешествия? Конечно, все дело в рекламе. В первую очередь, речь идет об отелях, авиакомпаниях и брендах одежды. Чем выше рейтинг блогера, тем масштабнее компании, которые хотят с ним сотрудничать. Реклама у знаменитого блогера может стоить порой дороже, чем рекламное время на телевидении в прайм-тайм. В качестве примера можно привести блогера TaraMilkTea, у которой более миллиона подписчиков, она практически всегда сотрудничает с самыми роскошными отелями мира. Они организуют поездки, предоставляют ей лучшие апартаменты, а она, в свою очередь, делает для них фотографии невероятной красоты.

Если говорить о travel-блоггинге в России, то у нас эта сфера находится на стадии развития и такого большого количества популярных блогеров не так много, как на Западе. Однако можно назвать имена, которые заслуживают внимания в этой сфере: например, Илья Воскресенский (297 тыс. подписчиков) и Александр Лыгин (289 тыс. подписчиков). Как мы видим, количество их подписчиков еще не доросло до миллиона, однако блогеры создают качественный контент по западному образцу.

Современные travel-блогеры «обитают» на просторах самой знаменитой социальной сети мира Instagram, но не стоит упускать из виду то, что на YouTube, также развиваются travel-каналы. В этой связи заслуживает внимания Антон Птушкин, украинский блогер, ушедший из travel-шоу «Орел и Решка» и снимающий собственный travel-блог. Количество подписчиков его канала уже практически равно миллиону, а просмотры роликов в несколько раз превышают новый сезон «Орла и решки».

Таким образом, современный travel-блог существует в условиях серьезной конкуренции за охват аудитории, он требует от создателей качественного и необычного контента.