

# ChatGPT

**для контента  
и соцсетей**

Елена Галакси

Елена Галакси

# **ChatGPT для контента и соцсетей**

«Автор»

2026

## **Галакси Е.**

ChatGPT для контента и соцсетей / Е. Галакси — «Автор», 2026

Каждый день нужно придумывать новые посты, писать тексты, искать идеи для контента и удерживать внимание аудитории. Но что, если большую часть этой работы можно делать в несколько раз быстрее? ChatGPT стал одним из самых мощных инструментов для создания контента, и сегодня его используют блогеры, эксперты, маркетологи, копирайтеры, предприниматели и владельцы онлайн-проектов. Главное — знать, как правильно ставить задачи и получать результат, который действительно работает. В этой книге вы найдете практические способы использования ChatGPT для создания постов, статей, сценариев, контент-планов, email-рассылок, рекламных материалов, описаний продуктов и публикаций для социальных сетей. Вас ждут готовые промпты, примеры запросов и реальные задачи, которые можно внедрить в работу сразу после прочтения. Меньше времени на поиск идей и написание текстов. Больше качественного контента, который помогает привлекать аудиторию, укреплять доверие и развивать бизнес.

© Галакси Е., 2026

© Автор, 2026

# Содержание

Введение. Контент, который работает на смысл, доверие и действие	5
Почему эту книгу стоит читать как практикум	5
Как пользоваться книгой в работе	7
Глава 1. Авторская позиция: почему контент начинается с того, что вы хотите сказать	9
Позиция в разных нишах: как звучит живой профессиональный взгляд	9
Где рождается узнаваемость автора	11
Глава 2. Аудитория: как писать для живого человека, а не для абстрактной подписки	13
Аудитория по площадкам: один человек, разные режимы внимания	13
Ситуация читателя важнее портрета	15
Глава 3. Контентная стратегия: как связать темы, продукт и доверие	17
Контентная стратегия для разных типов проектов	17
Конец ознакомительного фрагмента.	18

# Елена Галакси

## ChatGPT для контента и соцсетей

### Введение. Контент, который работает на смысл, доверие и действие

#### Почему эту книгу стоит читать как практикум

Контент с ИИ легко начать и трудно удержать на качественном уровне. Первые результаты обычно впечатляют: за вечер появляются темы, заголовки, посты, сценарии и план на месяц. Через две недели выясняется, что часть текстов звучит одинаково, часть не связана с продуктом, часть не отражает реальный опыт автора. Поэтому работа с ChatGPT в контенте требует не только промптов, но и редакторской дисциплины.

Автору или команде важно решить, в какой роли выступает ИИ. Он может быть собеседником для поиска тезисов, редактором черновика, продюсером серии, сценаристом короткого видео, помощником аналитика, упаковщиком каруселей. В каждой роли нужны разные вводные. Один универсальный запрос на все задачи дает средний результат.

Эта расширенная редакция добавляет слой, которого не хватало короткому варианту: как применять ChatGPT в разных нишах, как отличать сильный контент от аккуратного текста, как превращать один тезис в серию публикаций, как видеть продуктовую линию и как организовать процесс, когда контент делает не один автор, а команда.

Для чтения полезно выбрать одну собственную задачу. Например: оживить Telegram-канал, подготовить месяц контента к запуску, собрать серию роликов, усилить продажи через посты, выстроить редакционный стандарт для SMM-команды. Тогда каждая глава будет проверяться практикой, а не оставаться общим рассуждением.

В книге много рабочих моделей, но главный принцип один: сначала смысл, затем форма. Если автор знает, что хочет сказать и кому, ChatGPT ускоряет работу. Если смысл не выбран, ИИ быстро создаст аккуратный поток материалов, который не прибавит ни доверия, ни заявок, ни узнаваемости.

В этой книге контент рассматривается как управляемая система, где каждая публикация выполняет работу: знакомит с автором, показывает опыт, объясняет продукт, отвечает на сомнение или возвращает читателя к важному тезису. Когда роли публикаций не определены, лента превращается в набор случайных попаданий.

ИИ ускоряет производство, но именно поэтому автору нужна редакционная дисциплина. Скорость без позиции приводит к ровным материалам, которые можно переставить между десятками похожих каналов. Система начинается с выбора: какие темы принадлежат автору, какие обещания допустимы, какие слова чужие для его голоса.

Для предпринимателя или эксперта контент связан с доверием плотнее, чем обычная реклама. Человек может долго читать материалы без видимых реакций, но постепенно запоминать интонацию, критерии, примеры и честность автора. В момент выбора он возвращается к тому, кто уже объяснил ситуацию точнее остальных.

Главный принцип книги: сначала фактура и решение, затем промпт. Фактура — это опыт, вопросы клиентов, наблюдения, рабочие случаи, результаты и ошибки. Решение — что именно автор хочет донести и к какому пониманию привести человека. Только после этого запрос к ИИ становится профессиональным инструментом.

В качестве сквозного примера в книге используется эксперт, который продает консультации через личный контент. У него есть опыт, но лента пока разрозненная: полезные посты не складываются в позицию, продукт появляется только в момент продажи, а короткие видео повторяют общие советы. На этом примере видно, как из отдельных публикаций собирается система: позиция, аудитория, рубрики, сценарии, визуал, продуктовые материалы и аналитика.

## Как пользоваться книгой в работе

Эта книга должна работать не как справочник красивых промптов, а как рабочая система для автора или команды. Удобнее всего читать ее с открытым документом, где уже есть ваши площадки, продукт, аудитория, темы, черновики и вопросы подписчиков. Тогда каждый раздел сразу превращается в действие: уточнить позицию, собрать рубрики, переписать слабый текст, подготовить серию видео, проверить контент-план.

Первый уровень работы — личный. Автор смотрит на свои тексты и спрашивает: где здесь моя мысль, мой опыт, мой язык, моя профессиональная точность? ChatGPT помогает увидеть повторы, слабые входы, общие фразы и темы, которые выглядят полезными, но не ведут к доверию. На этом уровне ИИ становится редактором мышления.

Второй уровень — системный. Здесь важны рубрики, ритм, продуктовые темы, связь между площадками, аналитика, роли команды. Автор или SMM-специалист перестает каждый раз начинать с пустого листа и строит процесс: банк тем, план, черновик, редакция, визуал, публикация, анализ реакции.

Третий уровень — управленческий. Если контент делает команда, нужно договориться о правилах: кто приносит фактуру, кто пишет, кто утверждает, где можно использовать ИИ, какие данные нельзя передавать, какие тексты обязательно проверяет эксперт. Без таких правил скорость растет быстрее качества.

Проверка после каждой главы должна быть прикладной: какие решения можно принять в контенте уже завтра. Если появился новый запрос, список тем, улучшенный текст, сценарий ролика, рубрика, карта аудитории или правило для команды — книга работает так, как задумана.

Задача	Как помогает ChatGPT	Что проверяет автор
Собрать смысл	Предлагает структуру, тезисы и варианты подачи	Связь с позицией и аудиторией
Подготовить материал	Создает черновик, сценарий, карусель или план	Факты, голос, точность, стиль
Адаптировать формат	Переделывает идею под площадку	Сохранение главной мысли
Проверить качество	Находит повторы, слабые места и общие фразы	Реальную пользу для читателя
Принять решение	Группирует реакции и данные	Что усилить, убрать или повторить

### Рабочий запрос: Контент, который работает на смысл, доверие и действие

Помоги проработать тему: [Введение. Контент, который работает на смысл, доверие и действие]. Моя сфера: [сфера]. Площадка: [площадка]. Аудитория: [кто]. Главная мысль: [контент стал рабочей средой, где автор знакомит аудиторию с позицией, опытом и продуктом]. Предложи структуру материала, 10 идей, 5 заголовков, пример публикации, сценарий короткого видео и критерии проверки качества. Сохрани авторский экспертный тон.



# Глава 1. Авторская позиция: почему контент начинается с того, что вы хотите сказать

## Позиция в разных нишах: как звучит живой профессиональный взгляд

У предпринимателя позиция часто связана с рынком и клиентским опытом. Владелец студии ремонта может говорить: «клиент покупает не дизайн-проект, а предсказуемость результата и отсутствие дорогих сюрпризов». Из этой мысли рождаются темы про сметы, сроки, контроль подрядчиков, ошибки выбора материалов, коммуникацию с прорабом и критерии приемки.

У эксперта позиция чаще строится вокруг метода. Карьерный консультант может говорить: «резюме должно показывать не занятость человека, а управляемый результат его работы». Тогда контент уходит от общих советов про оформление и начинает раскрывать достижения, переговоры, собеседования, переходы между ролями, рост стоимости специалиста.

У онлайн-школы позиция связана с образовательным результатом. Сильная формулировка может звучать так: «курс ценен не количеством уроков, а маршрутом, который ученик способен пройти до результата». Эта мысль ведет к публикациям про задания, обратную связь, доходимость, поддержку, ошибки методики и обновление программы.

У магазина или бренда позиция часто рождается из выбора и качества. Например: «покупатель должен понимать, почему вещь стоит своих денег до того, как увидит скидку». Тогда контент будет говорить о материалах, сценариях использования, сравнении, уходе, ошибках выбора и честных ограничениях продукта.

У руководителя или корпоративного автора позиция может быть управленческой: «компания должна объяснять не только что продает, но и как принимает решения». Такой контент усиливает доверие к бренду, потому что показывает людей, процессы, стандарты, отношение к клиенту и профессиональную культуру.

ChatGPT помогает проверить, звучит ли позиция как профессиональный взгляд или как рекламная фраза. Сильная позиция выдерживает вопрос «почему вы так считаете?» и дает материал для серии. Рекламная фраза быстро заканчивается, потому что за ней нет опыта, критериев и примеров.

Полезно попросить ИИ предложить пять вариантов позиции для одной сферы, а затем не выбирать готовый вариант, а отметить, где есть правда вашего опыта. Часто финальная формулировка рождается из двух-трех вариантов, дополненных реальными наблюдениями автора.

Главная ошибка — пытаться звучать значительнее, чем позволяет фактура. Позиция должна быть точной, а не громкой. Читатель доверяет автору, который умеет назвать конкретную проблему и показать, как он ее видит изнутри.

Позиция автора рождается из повторяющегося профессионального выбора. Какую ошибку вы замечаете раньше других? Какую привычную практику считаете слабой? На каком критерии настаиваете? Что объясняете клиентам снова и снова? Эти ответы ценнее, чем попытка придумать эффектный слоган.

У многих авторов есть опыт, но нет сформулированного языка. Они умеют делать работу, принимать решения и видеть нюансы, но в публичном поле говорят слишком общо. ChatGPT помогает собрать опыт в тезисы, если дать ему реальные фрагменты: заметки, письма, ответы клиентам, куски старых публикаций.

Хорошая позиция допускает развитие. К одному тезису можно возвращаться через заголовки, продуктовую линию, аналитику, короткие видео, кейсы, письма, сторис и визуал. Так позиция перестает быть красивой фразой и становится источником системы.

Позиция помогает выдерживать давление трендов. Соцсети регулярно подталкивают автора повторять чужие форматы и гнаться за громкими темами. Если автор понимает свою профессиональную территорию, он берет только те поводы, которые усиливают его мысль.

## Где рождается узнаваемость автора

Узнаваемость автора появляется не из-за одинаковых обложек и не из-за повторения имени. Она возникает, когда читатель несколько раз встречается один и тот же способ думать. Автор видит проблему под определенным углом, выбирает характерные примеры, задает свои критерии качества, возвращается к важным для себя темам и постепенно становится понятным.

ChatGPT помогает найти эту повторяемость. Если загрузить старые публикации, заметки, ответы клиентам и фрагменты выступлений, можно попросить выделить устойчивые тезисы, характерные формулировки, темы, где автор говорит сильнее всего. Часто оказывается, что голос уже есть, но он разбросан по разным материалам.

Позицию полезно проверять на предметность. Фраза «я за честный маркетинг» звучит симпатично, но слишком широко. Сильнее: «я считаю, что продающий контент должен объяснять путь клиента, а не давить на страх упущенной выгоды». Во второй фразе уже есть профессиональный принцип, поле для спора и будущие темы.

Авторская позиция не обязана нравиться всем. Если текст пытается быть удобным для любой аудитории, он быстро становится безликим. В сильном контенте есть выбор: какие методы автор поддерживает, какие считает слабыми, с чем не согласен, что предлагает вместо привычной практики.

Один из лучших способов работать с ChatGPT — просить его усилить не эмоциональность, а точность. Не «сделай смелее», а «покажи, где тезис звучит слишком общо, и предложи варианты с профессиональным критерием». Такой запрос помогает вытащить из текста настоящую позицию.

Задача	Как помогает ChatGPT	Что проверяет автор
Собрать смысл	Предлагает структуру, тезисы и варианты подачи	Связь с позицией и аудиторией
Подготовить материал	Создает черновик, сценарий, карусель или план	Факты, голос, точность, стиль
Адаптировать формат	Переделывает идею под площадку	Сохранение главной мысли
Проверить качество	Находит повторы, слабые места и общие фразы	Реальную пользу для читателя
Принять решение	Группирует реакции и данные	Что усилить, убрать или повторить

### Рабочий запрос: Авторская позиция: почему контент начинается с того, что вы

Помоги проработать тему: [Глава 1. Авторская позиция: почему контент начинается с того, что вы хотите сказать]. Моя сфера: [сфера]. Площадка: [площадка]. Аудитория: [кто]. Главная мысль: [позиция соединяет отдельные публикации в узнаваемый голос автора]. Предложи структуру материала, 10 идей, 5 заголовков, пример публикации, сценарий короткого видео и критерии проверки качества. Сохрани авторский экспертный тон.



## **Глава 2. Аудитория: как писать для живого человека, а не для абстрактной подписки**

### **Аудитория по площадкам: один человек, разные режимы внимания**

Один и тот же читатель ведет себя по-разному на разных площадках. В Telegram он может читать длинный авторский текст вечером. В VK — реагировать на более понятный заголовок и практическую пользу. В коротком видео — ждать одного быстрого тезиса. В Дзене — заходить через поисковый интерес и читать материал как статью. Поэтому аудитория определяется не только людьми, но и режимом потребления.

ChatGPT помогает адаптировать одну мысль под разные режимы. Для Telegram можно оставить авторскую интонацию и развитие мысли. Для VK — сделать более ясный вход и конкретный пример. Для Reels или Shorts — выделить один конфликт и короткий вывод. Для рассылки — добавить контекст, личное обращение и следующий шаг.

Важно не переносить текст механически. Пост из Telegram, скопированный в короткое видео, будет тяжелым. Сценарий ролика, перенесенный в Дзен без развития, покажется поверхностным. Один тезис может жить на разных площадках, но форма должна учитывать поведение человека в конкретной среде.

Если у автора несколько площадок, ChatGPT полезен как адаптер смыслов. В запросе нужно указать исходный текст, главную мысль, площадку, длину, желаемый тон и действие читателя. Тогда инструмент не просто сокращает материал, а перестраивает его под ситуацию.

Для аудитории важна повторяемость смысла. Человек может увидеть короткий ролик, затем прочитать пост, затем сохранить карусель, затем перейти к продуктовой публикации. Разные площадки должны не спорить друг с другом, а складываться в единый путь.

При анализе аудитории по площадкам стоит смотреть не только на показатели, но и на тип реакций. Где люди задают вопросы? Где сохраняют? Где спорят? Где переходят по ссылке? Где пишут в личные сообщения? Эти сигналы помогают понять, какая площадка какую роль выполняет.

ChatGPT можно попросить построить карту площадок: какая площадка работает на охват, какая на доверие, какая на заявки, какая на глубину экспертности. После этого контент-план становится точнее: автор перестает ожидать от каждого канала одинакового результата.

Сильная работа с аудиторией начинается с уважения к ее времени. Автор не обязан упрощать мысль до примитива, но обязан выбрать форму, в которой человек сможет эту мысль принять.

Аудитория проявляется через вопросы, сомнения и формулировки. Человек редко приходит с готовым экспертным описанием своей задачи. Он говорит проще: не знаю, как начать, боюсь показываться, пишу регулярно и не вижу заявок, делаю ролики и чувствую себя нелепо.

Если автор игнорирует язык аудитории, он пишет поверх реального запроса. Текст может быть грамотным и профессиональным, но читатель не узнает в нем свою ситуацию. Поэтому перед серией публикаций полезно собрать фразы из комментариев, личных сообщений, консультаций и заявок.

Разные люди приходят к автору на разных этапах. Одному нужно понять базовые понятия. Другому — улучшить работающую систему. Третий сравнивает варианты покупки. Чет-

вертый читает давно и ждет повода написать. Контент должен периодически обращаться к каждому из этих уровней.

ChatGPT полезен как имитатор разных точек зрения. Один и тот же текст можно показать ему от лица новичка, покупателя, скептика, коллеги по рынку и постоянного читателя. Такой прием помогает увидеть, где материал понятен, где не хватает примера, а где автор забыл объяснить базовый шаг.

## Ситуация читателя важнее портрета

Портрет аудитории часто описывают слишком гладко: возраст, интересы, доход, профессия. Для контента важнее другое — ситуация, в которой человек открывает ваш материал. Он может быть уставшим после неудачного запуска, раздраженным после слабых охватов, растерянным перед записью первого видео, осторожным перед покупкой консультации. Именно ситуация дает вход в текст.

ChatGPT полезен для перевода экспертной темы на язык ситуации. Вместо темы «контентная стратегия» может появиться вход: «вы публикуете регулярно, но лента не ведет ни к доверию, ни к заявкам». Вместо темы «сценарии видео» — «вы садитесь писать ролик и снова получаете набор общих советов». Такие входы помогают читателю узнать себя.

Важно собрать реальные слова аудитории. Комментарии, вопросы, сообщения, формулировки из заявок, ответы после вебинара, фразы клиентов на консультациях — это материал, который нельзя заменить фантазией. ChatGPT помогает сгруппировать эти фразы, но исходная правда приходит из реального контакта.

Разные уровни аудитории требуют разных текстов. Новичку нужен первый шаг. Практикующему специалисту — критерии и нюансы. Потенциальному покупателю — понимание процесса и результата. Профессиональному сообществу — позиция и аналитика. Контент становится сильнее, когда автор осознанно чередует эти уровни.

Если текст не попадает в аудиторию, он часто звучит правильно, но прохладно. В нем есть мысль, но нет узнавания. Поэтому перед публикацией полезно спросить ChatGPT: какую конкретную ситуацию читателя этот текст открывает? Если такой ситуации нет, вход стоит переписать.

Задача	Как помогает ChatGPT	Что проверяет автор
Собрать смысл	Предлагает структуру, тезисы и варианты подачи	Связь с позицией и аудиторией
Подготовить материал	Создает черновик, сценарий, карусель или план	Факты, голос, точность, стиль
Адаптировать формат	Переделывает идею под площадку	Сохранение главной мысли
Проверить качество	Находит повторы, слабые места и общие фразы	Реальную пользу для читателя
Принять решение	Группирует реакции и данные	Что усилить, убрать или повторить

### Рабочий запрос: Аудитория: как писать для живого человека, а не для абстракт

Помоги проработать тему: [Глава 2. Аудитория: как писать для живого человека, а не для абстрактной подписки]. Моя сфера: [сфера]. Площадка: [площадка]. Аудитория: [кто]. Главная мысль: [аудитория определяется ситуацией, языком, сомнениями и желаемым результатом]. Предложи структуру материала, 10 идей, 5 заголовков, пример публикации, сценарий короткого видео и критерии проверки качества. Сохрани авторский экспертный тон.



## Глава 3. Контентная стратегия: как связать темы, продукт и доверие

### Контентная стратегия для разных типов проектов

У личного бренда стратегия строится вокруг автора: его позиции, опыта, метода, языка, кейсов и продуктов. Здесь особенно опасно растворить голос в универсальных текстах. ChatGPT помогает быстрее готовить материалы, но автор должен регулярно вносить личную фактуру: решения из практики, профессиональные наблюдения, фразы клиентов, собственные выводы.

У онлайн-школы стратегия должна показывать не только экспертность, но и образовательный путь. Потенциальный ученик хочет понять, чему он научится, как будет устроено обучение, какие задания ждут, кто даст обратную связь, какой результат реалистичен. Контент должен объяснять не только тему курса, но и качество образовательной конструкции.

У магазина или бренда стратегия часто держится на доверии к выбору. Важно показывать свойства продукта, сравнения, сценарии использования, ошибки выбора, отзывы, процесс производства, упаковку, сервис. ChatGPT помогает превращать характеристики товара в понятные истории и аргументы, но факты о продукте должны быть точными.

У корпоративного блога стратегия связана с репутацией. Здесь важно показывать компетенцию компании, стандарты работы, людей, кейсы, ответственность, отношение к клиенту. Контент не должен быть набором пресс-релизов. Читатель хочет понять, как компания думает и работает.

У SMM-команды стратегия должна быть закреплена в документах: позиция, аудитория, рубрики, продуктовые смыслы, визуальные правила, допустимые формулировки, запреты, порядок согласования. ChatGPT может ускорить производство, но без таких правил команда быстро получит разный тон на разных площадках.

У проекта с запуском стратегия строится волнами. Сначала нужно показать проблему и ее цену, затем подход автора, затем продукт, затем ответы на сомнения, затем приглашение. Если сразу начинать с продажи, аудитория не успевает пройти путь доверия.

У экспертного блога без текущей продажи стратегия может работать на капитал доверия. Автор собирает аудиторию, укрепляет голос, показывает метод, собирает вопросы, тестирует темы. Позже этот материал станет базой для продукта, вебинара, консультации или книги.

ChatGPT полезен для выбора стратегии, если дать ему тип проекта, продукт, аудиторию, ресурс и срок. Тогда он может предложить не просто темы, а логичную систему: какие материалы выпускать, в каком порядке, какие форматы использовать, какие сигналы считать успехом.

Стратегия начинается с ответа на вопрос, какую работу должен выполнить контент за выбранный период. Один месяц может быть посвящен росту узнаваемости, другой — подготовке запуска, третий — объяснению продукта, четвертый — укреплению экспертного статуса.

В стратегию входит не только список тем, но и логика последовательности. Если читатель сначала видит проблему, затем критерии, затем подход автора, затем кейс и формат работы, он движется по понятному маршруту. Если эти материалы выходят случайно, доверие накапливается медленнее.

## **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.