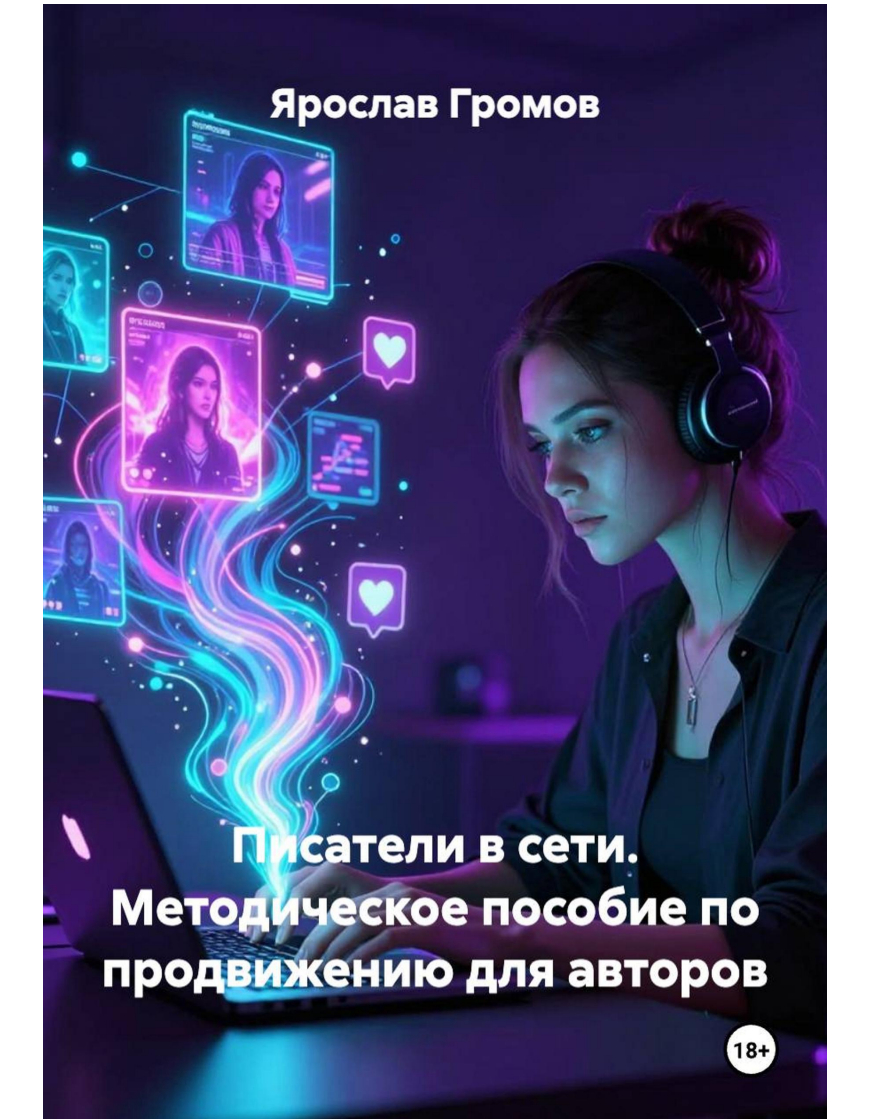


A woman with dark hair tied in a bun, wearing large black headphones, is looking down at a laptop. The scene is dimly lit with a strong blue and purple glow. Floating around the laptop and the woman are several digital interface elements: four small rectangular windows showing a woman's face, two heart-shaped speech bubbles, and a line graph. Swirling, ethereal lines of blue and purple light emanate from the laptop screen, connecting the various digital elements. The overall aesthetic is futuristic and digital.

Ярослав Громов

**Писатели в сети.
Методическое пособие по
продвижению для авторов**

18+

Ярослав Громов
Писатели в сети.
Методическое пособие по
продвижению для авторов

*<https://litres.ru/74046504>
SelfPub; 2026*

Аннотация

Как автору продавать книги и строить аудиторию без бюджета?
Первое методическое пособие для писателей в России.
Адаптация для авторов: эксклюзивные кейсы, шаблоны и 100
страниц практики.

Содержание

Введение	4
Конец ознакомительного фрагмента.	7

Ярослав Громов

Писатели в сети.

Методическое пособие по продвижению для авторов

Введение

Почему Инстаграм не читает ваши книги, но читает ваши рилсы

Писатели — одни из самых недооценённых создателей контента в Instagram* (*запрещенная в России социальная сеть). Это не фигура речи, это диагноз платформы. Вы умеете работать со словом так, как не умеет никто: вы чувствуете ритм абзаца, знаете, как заставить читателя замереть перед кульминацией, и умеете собирать миры из букв. Но правда жизни такова: алгоритмы любят не глубокий смысл, а мгновенную эмоцию и дикую скорость реакции. Вы привыкли к тому, что читатель в тишине переворачивает страницу, смакуя метафору, а пользователь Инстаграма листает ленту большим пальцем с внутренним таймером в две секунды. Ес-

ли за эти две секунды вы не ударили его током по оголенным нервам — вас не существует.

В этом и заключается главный парадокс, который сводит с ума тысячи талантливых авторов. Именно у вас, у писателей, есть абсолютная, врожденная суперсила, которой лишены 90% блогеров-маркетологов, — способность создавать истории. Вы не просто генерируете текст, вы управляете вниманием на молекулярном уровне. Вы знаете, что такое экспозиция, завязка и катарсис. Но вот беда: эту суперсилу нужно научиться упаковывать в цифровой формат, который визуально и аудиально убивает пресловутый «скролл». Рилс — это не враг литературы. Это — самая быстрая обложка, которую когда-либо видело человечество.

Я, Ярослав Громов, писатель-фантаст, прошел этот путь от отрицания до создания системы. Я переработал сотни вирусных карточек, механик и воронок, которые обычно продают курсы и косметику, и адаптировал их специально под литературные аккаунты. Я не буду врать, что это легко. Но я докажу, что это работает. В моей практике есть авторы детективов, которые стали медийными лицами, не вложив ни рубля в таргет. Есть сценаристы, которым издательства предложили контракт только на основании их вовлеченности в Storis. Это пособие — концентрат того опыта, который принес им миллионы прочтений не книг пока что, а постов, но именно эти посты привели за руку миллионы читателей к их текстам.

Где система дает сбой: диагностика перед лечением

Чтобы понять, как лечить, давайте честно поставим диагноз. Я десятки раз слышал одну и ту же мантру от гениальных прозаиков: «Я пишу книгу, а не посты, мой читатель умный, он не сидит в Инстаграме». Это опасное заблуждение, которое сродни отрицанию электричества. Ваш читатель сидит в Инстаграме. Прямо сейчас. Он листает ленту, пока завтракает, пока едет в метро, пока не может уснуть. Но он не видит вас, потому что вы говорите с ним на языке романа XIX века, а интерфейс требует языка комикса.

Смотрите, что происходит на уровне нейробиологии скроллинга. Когда пользователь открывает приложение, его мозг переходит в режим дофаминового поиска. Ему нужно предвкушение. Он ищет не пользу, он ищет эмоциональный крючок. Писатель же часто постит либо белый лист с текстом «ждет своего читателя», либо новость о выходе книги, либо бесконечный фрагмент главы без контекста. Это все равно что пытаться утолить жажду соленой водой. Вы даете продукт, который требует медленного потребления, в среде, заточенной на быстрое поглощение.

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.