

Глава 59. Взрыв в Интернете и первый ход

Ныне — это вам не дни двадцатилетней давности. Сверхбыстрое развитие интернета привело к тому, что медийные возможности не были сконцентрированы в руках лишь горстки новостных групп. Наступила эпоха всеобщего сам-себе-издатель. Facebook, Weibo, блоги, WeChat. Все виды социальных сетей наводнили сеть.

Трудно отличить хорошее от плохого. Возможно, некоторые газеты и телеканалы до сих пор держат в руках авторитетную часть медийного пространства, особенно новости о текущих делах. Но нельзя отрицать влияние социальных сетей, которое они всё больше и больше оказывают на общество.

В частности, трудно игнорировать влияние фанатов знаменитостей. Нет ничего необычного в том, что у суперзвезды есть сотни тысяч или миллионы читателей и каждый его шаг быстро становится известным поклонникам. Совсем как грандиозное событие, случившееся в интернете в последние два дня.

Началось всё с Ночного Преследователя, второго самого продаваемого звёздного героя в комиксах издательства «Чудо», популярность которого в Нью-Йорке поменьше, чем у Человека-Паука.

Из-за определённой жёсткости, которую нёс сам Ходящий в Ночи, значительная часть читателей-подростков отказалась от чтения комиксов от нём. Его аудиторий были взрослые читатели.

Итак, в новом выпуске комиксов о Ночном Преследователе за пределами основной линии вышел четырёхсерийный мини-сериал.

В мини-сериале Ночной Преследователь приехал в «Чудо», где работал допоздна. Посреди ночи он спросил главного редактора, который помогал ему нарисовать комикс, как ему открыть аккаунт в социальных сетях.

Далее в комиксе главный редактор учил Ночника, как ему зарегистрироваться в Twitter и Facebook, и показал, как работать в них. И, наконец, в конце комикса были размещены имена пользователя Ночной Преследователь в этих социальных сетях.

Поначалу все читатели комикса решили, что это просто небольшая шуточная постановка для поднятия настроения. Но, тем не менее, нашёлся любопытный фанат, который посетил аккаунт на Фейсбуке, обнаружив там реальные посты от Ходящего в Ночи.

Даже после этого читатели считали это редакторским розыгрышем. Но, в новых выпусках мини-сериала уже Ночник учил других героев, как открыть собственный аккаунт в Твиттере и Фейсбуке, чтобы общаться со своими поклонниками.

И, наконец, пожалуй, что самый авторитетный сайт Лиги Ночных Дежурных подтвердил эту новость. Все те, кто регистрировался в Твиттер и Фейсбук действительно были самими супергероями.

Весь круг поклонников комиксов взорвался, как только появилась эта новость.

Всего за два дня вновь зарегистрированный аккаунт Ли Цзе в твиттере приобрел еще 100.000 подписчиков. В его аккаунте Вейбо не было обновлений, чтобы объяснить содержание. Он

просто опубликовал фотографию ночного Нью-Йорка, которую он сделал во время полета на своём слип-стриме.

Всё больше и больше супергероев открывали свои аккаунты в Твиттере и Фейсбуке. Это вызвало интерес и у многих постоянных пользователей Интернета, которые не являлись поклонниками комиксов.

Ведь интересно же иметь возможность взглянуть на повседневную жизнь супергероев, а также выслушать их мысли или жалобы в Твиттере. Это значительно приблизило героев к широкой публике и заставило рядовых граждан почувствовать, что хотя супергерои весьма могущественны, но совсем не далеки от жизни.

Например, Железный Кулак выложил фотографию Люка Кейджа, в своём недавно открытом аккаунте в Твиттере. На фото был изображён покрытый мышцами Люк Кейдж, поднимающий над головой более шести тонн груза, надпись гласила: "Вот, что значит быть по-настоящему мускулистым человеком".

Сам Железный Кулак показал короткое видео, где он боксирует, и, хотя запись длилась всего десять секунд, она всё равно привлекла много поклонников. Изначально не очень популярный комикс "Железный кулак" оказался раскуплен в течение последних двух дней.

Ли Цзе показал видео в Вейбо, на котором он стреляет летающими кинжалами. В конце концов, он не мог продемонстрировать широкой публике свои Девять Ударов Пурпурного Грома.

Несмотря на то, что игра с летающими кинжалами была простой, она всё же вызвала довольно много лайков и ретвитов у поклонников.

Всплеск онлайн-маркетинга, возглавляемого Ли Цзе и изначально направленного на солидарность с Питером Паркером, произошел с открытием частного аккаунта Стива Роджерса в Твиттере.

После того, как он был подтверждён на сайте Лиги Ночных Дежурных, а также Железным Кулаком, Ли Цзе, Люком Кейджем и целым рядом других и всем стало понятно, что владельцем действительно был Капитан Америка Стив Роджерс, вся твиттер-сфера взорвалась.

Менее чем за три часа число подписчиков капитана Роджерса превысило два миллиона. У сервера Weibo даже возникла небольшая проблема, и в течение некоторого времени учетная запись капитана Роджерса Weibo была недоступна.

А на второй день запуска аккаунта в Вейбо капитан Роджерс разместил в нём свой первый контент. Это пятисекундное видео, в котором одетый белоснежную рубашку капитан поздоровался со всеми, за сутки набрало более пяти миллионов просмотров и этот, казалось бы, бессмысленная короткометражная запись стала самой популярной темой в Weibo в тот день

Всего за несколько дней число подписчиков Роджерса в Вейбо достигло уровня десяти миллионов. Там фанаты со всего мира, и Ли Цзе верил, что с течением времени их число без труда достигнет уровня в сотни миллионов.

В конце концов, правительство США потратило более семидесяти лет на маркетинг его имиджа. Позитивный образ Роджерса глубоко укоренился в сердцах простых людей.

Конечно, этот онлайн-маркетинг, который был спланирован Ли Цзе и вызвал ажиотаж в мире интернета, ещё не достиг истинной цели.

Используя свою собственную звёздный образ, он открыл интерактивную платформу со своими поклонниками. Это было то, к чему Ли Цзе готовился долгое время, но откладывал, ему нужна была подходящая точка перелома, чтобы войти на эту платформу.

Прежде всего, поклонники платформы смогут заработать ему очередную волну престижа, может быть, не особенно много. Но, по крайней мере, это почти такой же прекрасный поток, как от комиксов, верно?

Самое главное — это создать постоянный интерес к аккаунтам героя, которые в какой-то момент вспыхнут. К такому большому событию, как героическая гражданская война, нужно подготовиться пораньше.

Онлайн-взаимодействие в социальных сетях само по себе было частью плана Ли Цзе. Он должен был быть в состоянии вызвать взрыв в интернете, как только оказывался бы на месте происшествия, получить достаточно откликов, и влиятельные герои, чтобы сделать это вместе.

Приближение героев к обычному человеку было первым шагом в плане. И эти тщательно продуманные действия - всего лишь небольшой шаг в плане Ли Джея по преобразованию всего мира.

Будь то сделка с Железным Человеком, над которой сейчас тайно работал или Гу И, помогающему Ли Цзе поехать в Асгард, чтобы убедить Одина. И целая куча других вещей. Он все это подталкивал. Как однажды сказал Ли Цзе: жизнь, которую хотел прожить человек, никогда не давалась другими, а создавалась им самим.

Лучшая возможность подтолкнуть героев к сближению с народом уже наступила. Будь то иск капитана Роджерса против правительства США. Или долг Дэйли Бьюгл перед Питером Паркером.

Это была очень хорошая возможность. Именно тот переломный момент, которого ждал Джей Ли. Площадка для героев, чтобы общаться с широкой публикой на равных, и для всех, чтобы поняли, что супергероям не так уж и легко.

Инцидент с Питером Паркером был выбран Ли Цзе как спусковой крючок. Сейчас юный паук был в депрессивном настроении из-за слов Джорджа Стейси и из-за обвинений Джеймса в его адрес в газете.

Как друг, Ли Цзе был обязан заступиться за Человека-паука в такой критический момент. И эффект, вызванный этим событием, впервые оказал явное влияние на весь мир, чтобы изменить его.

И всё это начнётся с выпуска его короткометражного фильма!