

18+

Артем Старостин

ЖИВИ КАК АВТОР

блогерам

копирайтерам

всем, кто начинает



теория и практика сторителлинга для создателей контента

Артем Старостин
Живи как автор. Теория
и практика сторителлинга
для создателей контента

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=70327534

ISBN 9785006228740

Аннотация

Ты хочешь делать контент, за который платят деньгами, лайками и репостами. Но что-то вечно мешает: то страх, то аудитория не та, то тяжело, то идей нет. Поэтому ты ищешь схемы, секреты, строишь контент-планы и пытаешься набрать больше знаний. Но знания не помогают. Теория и практика сторителлинга – это фундамент, с которым ты забудешь и про схемы, и про страхи перед аудиторией. И начнёшь создавать по-настоящему увлекательный контент интуитивно и легко: и в блоге, и по работе, и для души.

Содержание

От автора	5
1. Иллюзия лёгкости: почему нам стыдно стараться?	12
2. Страх перед «Опубликовать» и «Отправить»: неосознанное творчество	20
2.1. В чём разница осознанного и неосознанного?	22
2.2. Почему люди не признают в себе автора?	24
2.3. Как решить проблему?	29
2.4. Выводы	31
3. Путь к автору	34
Конец ознакомительного фрагмента.	35

Живи как автор Теория и практика сторителлинга для создателей контента Артем Старостин

Анна Гольде *Арт-директор*

DALL-E 3 *Иллюстратор*

© Артем Старостин, 2024

© DALL-E 3, иллюстрации, 2024

ISBN 978-5-0062-2874-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

От автора

Эта книга должна была появиться

Бывает как? Решил написать книгу: садишься, думаешь, пишешь. Целенаправленно меняешь реальность, пытаешься вписать себя в мир.

У меня так не было. Я даже не собирался писать эту книгу.

Сначала я просто много писал по работе, изучал сценарии, вёл блоги, и в какой-то момент поехал с женой смотреть на древние хакасские горы.

Там были камни с древними рисунками. Я на них посмотрел и задумался: а зачем древние люди рисовали-то вообще?

Эта мысль не давала мне спать, и сначала я написал пост в соцсети. Потом пост превратился в небольшой гайд-статью про сторителлинг от древних людей до наших дней.

Потом я выступил с этой статьёй перед коллегами. Потом выступил перед целой командой дизайнеров Сбера. Потом подумал: а почему бы это не продать? Выставил урок по сторителлингу на продажу – и его купили.

Всё было как-то слишком... легко.

Я даже не старался. Знания, мысли, идеи сами вели меня по этому пути, а я просто двигался за ними.

После того как это всё стало хорошо продаваться, я решил провести исследование и пообщался с десятком блогеров, копирайтеров и сммщиков. Я не понимал: это я такой

интересный, что они это всё читают, лайкают и покупают, или им интересен и нужен сам сторителлинг?

Оказалось, и то, и другое. Но сторителлинг, конечно, был чуть важнее и актуальнее.

Люди хотели получить это знание, чтобы начать вести блог. Или чтобы выйти на новый уровень в блоге. Но никто из моих собеседников не воспринимал работу над контентом как творчество.

И тут пазл сложился: все их боли и проблемы можно решить через сторителлинг. Но даже в этот момент я не думал о книге.

Я подумал: ну ок, напишу ещё одну статью и буду её про-давать на сайте. Статью написал, а потом создал черновик структуры сайта.

За неделю эта структура превратилась в ещё одну статью. Параллельно я продолжал проводить интервью, читать книги по теме и рефлексировать свой опыт. В итоге текстов, заметок и мыслей накопилось так много, что я понял – это книга.

Волшебство ситуации в том, что реальность, судьба, запросы и потребности рынка сложились таким образом, что книга сама пришла ко мне и появилась в процессе работы над смежными проектами.

Это значит, она максимально прикладная. Все проблемы и решения в книге взяты из жизни реальных людей, и все – проверены на практике.

Поэтому я не верю, не предполагаю и не надеюсь, а точно знаю: она работает.

О чём эта книга?

Легко и эффективно вести соцсети, писать сильные тексты и делать крутой контент – мечта многих людей.

Но к этой «лёгкости» нужно как-то прийти, ведь не может человек без опыта и навыков сразу же взять и делать что-то стабильно круто.

Эта книга – про то, КАК быстрее всего пройти этот путь к лёгкому, интуитивному (лучшему и эффективному) творчеству через *. осознанность автора*

– новый подход к творческой работе, который помогает перестать бояться завышенных ожиданий, ошибок, оценок аудитории, отписок и дизлайков при создании контента в любых форматах. *Жить как автор*

Автор – тот самый секретный элемент, который отличает хороший контент от плохого. Ведь инструменты-то у всех одинаковые.

Для кого книга?

Для всех, кто создаёт контент: соцсети, блоги, тексты, картинки, рекламу, видео, сценарии, книги.

Для тех, кто продаёт (через блог, тексты, картинки и другие каналы) и хочет, чтобы продажи были живыми, оригинальными, а не по деревянным шаблонам и схемам, от которых всех уже стошнило по несколько раз.

Для всех, кто ведёт блог. Или планирует начать. Кто пе-

реживает, что делает недостаточно глубокий, интересный, увлекательный контент. Кто перед кнопкой «Опубликовать» переживает, что людям на том конце будет просто пофигу.

Для тех, кто пишет по работе, но не получает удовольствия от процесса и не видит в работе смысла. Кто хочет завязать с проходными текстами и начать писать гениальные.

Кто боится отписок. Кто боится аудитории. Кто боится осуждения. Кто боится остаться незамеченным. Кто боится безразличия.

Вот для них – тоже этот текст.

Для всех, кто хочет получить новые навыки и знания, чтобы нащупать свой голос, стиль и новый уровень в контенте. Почувствовать себя творцом, а не ремесленником, ощутить свободу и качество, а не повторять чужие схемы.

Всем ли надо быть автором?

Нет, не всем. Но если ты хотя бы немного находишь себя в списке выше – тогда тебе надо.

Почему сторителлинг?

Почему не урок по дизайну? Не по академическому искусству? Не по копирайтингу? Или не по съёмке видео? Не по ведению соцсетей? Потому что это лишь контент. *формы*

В любой форме контента важна суть – . И сторителлинг – универсальный ключ и к интересному тексту, и к крутому дизайну, и к великой картинке, и к увлекательному видео, и к цепляющей песне. *история*

Сторителлинг здесь – это не схема, а набор инструментов драматургии, через которые автор лучше понимает природу человека, своего зрителя. И поэтому создаёт лучший контент из возможного.

В этой книге философия тесно переплетается с практикой, потому что мы не просто изучаем инструменты, но и осмысливаем их через роль автора в современном мире соцсетей и фриланса.

Что я получу после прочтения книги?

Сердце, храбрость и мозги (как герои сказки про Изумрудный город). Твой контент станет глубже, интереснее, смелее и точнее. Страх перед аудиторией уйдёт, а творчество будет осознанным и честным.

Навыки, описанные в этой книге, естественно помогают зарабатывать огромные деньги всем – от корпораций, блогеров, брендов и спортсменов до самых маленьких нишевых микроинфлюенсеров.

Авторы самых великих и гениальных произведений пользовались, пользуются и будут пользоваться этими навыками всегда, пока существует человеческий вид.

Всё это добро подкрепляется знаниями и философией про авторский подход к этим навыкам. Фигура автора – ключ к правильному их пониманию, внедрению и использованию.

До этой книги мир для тебя был чёрно-белым, после неё станет цветным.

Быть автором? Звучит страшно

Страшно, когда ты не понимаешь, что и зачем делаешь. И не понимаешь, как это всё делать.

Неопределённость вызывает тревогу. Бессмысленная работа вызывает ненависть к себе и окружающим.

А вот быть автором – как раз наоборот: не страшно, комфортно и легко.

Потому что автор – это не роль, а к осознанному созданию чего-либо. Сформируешь в себе этот подход – и забудешь про творческие страхи. *подход*



Иллюзия лёгкости:
почему нам стыдно стараться?

1. Иллюзия лёгкости: почему нам стыдно стараться?

Что общего у меня и самого популярного человека в соцсетях – Криштиану Роналду?

Да, я тоже безумно красив, неплохо играю в футбол и ношу серьгу, но больше всего нас объединяют... одинаковые айфоны. И свободный доступ в соцсети. Он богаче меня в несколько тысяч раз, но мы абсолютно на равных можем покупать самые последние смартфоны, создавать в них файлы и выкладывать это всё в интернет. И ты тоже можешь.

Смартфон – великий уравниватель 21 века.

Миллионы лет эволюции, интернет и формат Тик Тока радикально изменили наше восприятие реальности. В какой-то момент мы начали считать, что контент – это легко. И что всё всегда должно получаться с первого раза.

Мы листаем ленту, видим счастливых, богатых, успешных людей, которые просто радуются на камеру и получают миллионы лайков. Ещё мы видим страшных, бедных, кривых инвалидов, которые тоже получают миллионы лайков! Неловкий вопрос возникает произвольно: *а где, собственно, мои миллионы лайков? Чем я хуже?*

Однако тот факт, что у нас с тобой и Криштиану одинаковые технические возможности, создаёт лишь . *иллюзию лёг-*

кости

Ведь ещё даже 30 лет назад никто не мог представить себя наравне со звездой, которую видел только по телеку и в кинотеатре. Они были недостижимыми вершинами, путь к такому же результату ни у кого не вызывал вопросов: это экстремально тяжело, а для кого-то – невозможно.

Теперь я смотрю сторис этих же звёзд. Оказывается, у них тоже бывают прыщи, они тоже плачут и тоже, представь себе, ругаются с провайдерами по поводу стоимости мобильного трафика. И мне кажется, что их жизнь, их успех, их блоги, их соцсети – это легко. Ведь мы так похожи...

Контент – это правда легко. Это всего лишь пиксели! Их можно создать за секунду. Что может быть легче, чем ввести текст в пустое поле и прикрепить к нему картинку? Это не газету печатать, не кино снимать с кучей камер и актёров.

Но в этом и ловушка.

Из-за того, что мы на равных можем создавать и выкладывать контент в интернет, нам кажется, что разница между успешными и неуспешными не в навыках, не в опыте, а в каком-то *. секрете*

Поэтому на рынке появляется бесконечно много курсов, учителей и коучей, которые упаковывают наши ожидания в маркетинговые конструкции и подтверждают: «Да, это легко, просто возьми телефон, снимай видео, будь собой – успех гарантирован. Только заплати денег, и я открою тебе настоящий секрет этого успеха».

Иллюзия лёгкости вынуждает искать секреты успеха. А поиск секрета успеха приводит к бездействию. Или ещё хуже: к стыду.

Да, люди перестают пытаться что-то делать, потому что им стыдно, что контент не получается «легко». Люди бросают заниматься соцсетями не набрав и 10 подписчиков, потому что у них не получается «легко». Бросают? Это я преувеличил. Большинство людей даже не начинают!

Я не хочу, чтобы люди видели, как я стараюсь. Если мне приходится стараться, значит, контент – это не моё. Стараться – стыдно, контент должен рождаться в лёгкости.

Что скрывать? Даже я, набирая этот текст, ловил себя на мысли, что всё должно получиться идеально с первого раза. И мне правда хочется, чтобы читатели думали, что все мои гениальные тексты рождаются за пять минут без напряжения.

Но это всё – максимально токсичное когнитивное искажение.

- Блогер-миллионник, которому сейчас легко даётся искренне улыбаться на камеру, до этого десять лет боялся камеры, пережил 100 неудачных попыток, научился ставить свет, написал кучу плохих текстов, потратил тысячи часов на монтаж видео и прошёл несколько курсов по публичным выступлениям. ТЕПЕРЬ ему всё даётся легко.

- Рекламный слоган JUST DO IT кажется простым и оче-

видным, но чтобы к нему прийти, Nike и их креативное агентство потратили несколько месяцев и миллионы долларов.

- Криштиану Роналду с шести лет играет в футбол в самой футбольной стране мира, его успех – это сочетание цели, на которую он поставил свою жизнь, упорного труда и удачи. Подписчики же появились благодаря успехам в футболе, а не из-за регулярного ведения сторис. ТЕПЕРЬ ему всё даётся легче, чем остальным.

- И я, автор этой книги, много-много раз переписывал даже самые элементарные абзацы, дописывал целые главы, по-настоящему старался формулировать целые предложения так, чтобы тебе, читателю, это было и понятно, и интересно. Иногда я даже гуглил синонимы к отдельным словам, чтобы текст был чуть ярче. А до этого я написал ещё тысячи текстов, сценариев и даже одну книгу (которую не издал). ТЕПЕРЬ эта книга далась мне легче, чем прошлая.

Под капотом любого контента, который кажется лёгким, скрыт тяжёлый путь, который привёл к ощущению этой лёгкости.

Но ты это всё знаешь и понимаешь, правда?

Секрета успеха нет, надо ставить цели, идти к ним, развиваться, никогда не сдаваться... все это знают. Про 10 000 часов, которые нужно потратить на любое дело, чтобы стать в нём профи. Про то, что талант – ничто без упорства и тяжёлой работы над собой. Всё это настолько банальные и про-

стые истины, что их знают все, поэтому... в них никто не верит.

Никто ведь не спрашивает секрет успеха у крутого пианиста? Очевидно, человек просто **ОЧЕНЬ** много сидел за инструментом, тренировался. Ни режим дня, ни инструмент, ни музыка, ни костюм, ни цвет клавиш роли не играют, пока ты не сядешь за них и не начнёшь играть по нотам. Пока не научишься идеально повторять одно и то же каждый день.

Но к создателям контента совершенно другое отношение.

Потому что иллюзия лёгкости обесценивает любые базовые принципы, ведь смартфоны есть у всех, и никакой науки, сложной теории за постингом в соцсетях не стоит. Так почему это должно быть сложно?

Даже когда наш кумир, блогер-миллионник, скажет, что вот это всё ему досталось тяжёлым трудом и регулярной работой над собой – мы вежливо кивнём, но продолжим смотреть интервью, пока не выясним настоящие секреты. Ведь у него всё получается **ЛЕГКО**, а история про какой-то упорный труд – это **ТЯЖЕЛО**. Что-то тут не сходится.

Ага, вот тут он сказал, что встаёт в семь утра. А тут – что женился. И здесь, оказывается, он снимает видео не в 4к, а в 1080p! И телеграм-канал он ведёт, представляешь, без контент-плана.

Мы узнаем эти секреты и... ничего не будем с ними делать.

Абсолютно адекватный, осознанный человек с высшим

образованием смотрит на успешного блогера, собирает все его «секреты», пытается повторить его успех, но сдаётся, даже не выложив первый пост. Потому что это, оказывается, и правда тяжело.

Тяжело писать. Тяжело превращать свои мысли в слова. Тяжело составлять эти слова в связный текст, который нравится. Тяжело подобрать фотографию. Там же возникает стыд, потому что все предыдущие этапы были «стараниями», которые ни в коем случае нельзя показывать подписчикам, ведь они должны думать, что у меня всё получается легко. А потом не просто тяжело и стыдно, но и страшно. Страшно нажать «Опубликовать», ведь можно остаться без лайков. Ради чего всё тогда?

С фрилансом – то же самое!

Молодая копирайтерша боится нажать «Отправить» файл со своим коммерческим текстом, испытывая те же самые эмоции. А если заказчику не понравится текст? А достаточно ли я постаралась? А нравится ли мне самой этот текст? А если я попрошу побольше времени, то мне будет стыдно, ведь я слишком стараюсь за такие маленькие деньги? А если у меня не получится хорошо с первого раза... значит, я ничтожество?

И ведь все эти переживания – для всех, кто занимается творчеством. *нормальны и естественны*

Но есть проблемка. Не все им занимаются.



ГЛАВА 2

Страх перед
«Опубликовать» и «Отправить»:
неосознанное творчество

2. Страх перед «Опубликовать» и «Отправить»: неосознанное творчество

С момента изобретения соцсетей многие люди стали креаторами случайно.

Даже человек, который не считает себя блогером, всё равно создаёт контент, наполняет соцсети фотками, шутками, мыслями, комментирует записи известных людей. Даже дизайнер, который клипает одинаковые картинки для какой-нибудь корпорации. Даже закрытый телеграм-канал для друзей – это контент.

Через такие мелочи каждый человек может ощущать детский восторг от творчества ради творчества.

Потому что создание пикселей в интернете – это абсолютно точно такой же акт творения, как и написание картины маслом. Времени занимает меньше, но в каждом пикселе автор так или иначе оставляет свой след, часть себя, проявляет свободу даже в самой тоталитарной системе или на самой скучной работе.

Неважно, создан ли контент за деньги на копирайтерском фрилансе, по своей воле в блоге или нарисован для друзей. Сторис, пост, мем, видос – это всё контент, а значит – акт творчества.

Однако сммщики, копирайтеры и дизайнеры редко называют это творчеством, ведь это контент «по работе». Блогеры – то же самое. Вот книгу написать – это да, творчество, а вести ежедневно сторис – это же другое?

Такие люди занимаются творчеством . *неосознанно*

Многие современные люди стали творцами, но не все этого хотели. Какие-то умные ребята просто придумали свои смартфоны и незаметно поменяли мир. Поэтому не все успели научиться . *быть творцами*

2.1. В чём разница осознанного и неосознанного?

Сначала определим «творчество». Википедия говорит, что это процесс создания уникального, неповторимого результата: нового объекта, ценности, изображения или текста. Короче, любого контента.

Быть творцом – это каждый день сознательно бросать вызов белому листу, бороться с хаосом и надеяться выйти из этой схватки победителем: найти новую идею, новую связь или хотя бы новую зацепку, чтобы создать что-то необычное.

Как офисный клерк с 9 до 18 пропадает в зелёных ячейках Экселя, так и писатель с 9 до 18 может пропадать в массивах своих текстов, чтобы создать из них один короткий, за который ему заплатят. Для них творчество – это и есть работа, а работа – и есть творчество. Творцы по профессии (художники, музыканты, писатели) знают, что никакого вдохновения не существует, и вся ответственность за качество и скорость творчества лежит только на творце. Такие люди занимаются творчеством осознанно, поэтому не испытывают фрустрации.

Но у человека, который занимается творчеством, возникает огромное количество неврозов, страхов, сомнений и переживаний, которые сильно влияют на жизнь в целом. Как

будто носишь с собой тяжёлый рюкзак с радиоактивным веществом: оно и неудобно, и вредно. *неосознанно*

Главная разница между этими двумя видами творчества — в подходе к нему, то есть в авторстве.

2.2. Почему люди не признают в себе автора?

Когда 70 лет назад копирайтер писал рекламный заголовок для какого-нибудь шампуня с нефтью, он даже не задумывался: по любви это или по работе. Просто творческий человек писал оригинальный текст для заказчика. Но сегодня копирайтер пишет в свой блог для друзей «от души» и по «любви», а днём принимает заказ на статью «по работе», которую ненавидит и за которую *стыдится*.

В мире без соцсетей было невозможно представить работника на заводе, который бы мечтал завести свой блог. А теперь таких работяг – сотни тысяч и на заводах, и в офисах. Смартфон превратил каждого из этих работяг в художников.

Они покупают курсы по блогингу у блогеров, читают книги про контент, но так и не доходят до публикации даже первого своего текста на своей страничке.

И каждый из них ежедневно испытывает фоновую фрустрацию, выгорание, а кто-то и депрессию, потому что хочет вести блог так же круто, как его любимый блогер. Но не может! Страшно. Эти мысли – отравленный кинжал, который торчит в груди и портит своим ядом даже самый солнечный день. Никакого удовольствия от жизни. Даже самые уверенные в себе люди попадают в эту ловушку. Даже большие блогеры рано или поздно приходят ровно к тем же самым стра-

хам быть отвергнутым, ненужным, неинтересным – испытывают синдром самозванца и не могут опубликовать самый простой пост.

За последние 10 лет люди создали 90% всего мирового контента. И только 10% за остальные тысячелетия. Представляешь?

Как это вообще возможно? Ты создаешь что-то, своим мозгом, руками, мыслями, чувствами, но не присваиваешь это себе? **Контента стало так много, что люди отказываются признавать в себе авторов своих же произведений!**

Это как если бы сказал, что вот моя левая рука – она как бы не моя, просто я по работе её использую. Вот правая рука – она да, моя. Но левая – не всегда моя. Если она вам нравится, то она моя. А если не нравится – то не моя.

И таких людей ОЧЕНЬ много: одни не понимают, что уже стали авторами. Другие хотят стать авторами, но не понимают, что им для этого надо. Третьи сознательно отрицают свою авторскую роль.

Люди больше не хотят просто быть красивыми, как модели на экранах. Они хотят быть умными, интересными, вести такие же эстетичные блоги, чтобы получать внимание. Ещё хотят бизнес, который ещё и блог. То есть ты показываешь, какая ты красивая, умная и интересная, а тебе за это платят рекламой и вниманием. Но раньше инструментов для привлечения внимания было очень мало, и они были доступны

только самым изощрённым художникам, политикам, актёрам и моделям. А теперь – буквально всем. Теперь мы уравнили себя с богами и получили в руки такие же суперсилы: смартфоны, контент, возможность творить. Девочка из самой маленькой деревни с ранних классов следит за Ким Кардашьян. Парень с района хочет иметь бизнес, чтобы не работать, но быть богатым, смешным и сексуальным, как Илон Маск.

И у девочки, и у парня в руках точно такой же айфон и точно такой же интерфейс, как у их любимых блогеров. Процесс творчества – одинаковый.

Мы снимаем видео, добавляем обложку, пишем к ней текст и нажимаем... «Опубликовать».

Та самая девочка, мечтающая жить как Ким, должна сделать первый шаг. Нужно ведь что-то выкладывать. Она подбирает фотографию, пишет текст... но удаляет его. Потому что кому этот текст нужен? У неё всего 105 подписчиков. А если она его и выложит, то, скорее всего, всем на этот текст будет пофиг. Но пофиг – это ещё не так страшно, ведь могут и не лайкнуть. А могут даже и отписаться. Или текст будет с ошибкой, и его засмеют. Где она, а где Ким?

Девочка, парень – неважно. Не знаю, зачем я вообще ввёл здесь гендерные роли.

Эти проблемы есть у каждого, кто попал в ловушку лёгкости контента.

Мы хотим выложить «умный» текст, но считаем себя глу-

пыми для него.

Мы боимся, что этот текст прочитает наш друг, дядя, тётя, отец, мать. И осудит.

Мы снимаем видео, но не нравимся себе. Внешность вроде бы норм, но голос какой-то... не такой, да? И монтировать я не умею. И квартира у меня *не такая модная*.

Мы ломаем себя каждый день, пытаюсь начать, но не начинаем, потому что боимся молчания, отписок, сарказма, *безразличия*

Мы точно не считаем себя ни художниками, ни писателями, так с каких пор наше творчество должно быть хоть кому-то интересно?

Мы пишем по работе, но никому не показываем эти тексты, потому что стыдимся за их качество. Да и сами пишем их без удовольствия.

Мы – творцы, которые не осознают себя творцами.

С одной стороны, мы принимаем ту свободу творчества, которую даёт нам смартфон. Но попадаем в ловушку иллюзии лёгкости. Поэтому не можем до конца присвоить себе свой же контент: либо мы делаем его легко, но он нам не нравится, либо стыдимся стараться и не хотим напрягаться, чтобы сделать хорошо.

Люди массово боятся признаться себе в том, что они творцы.

Им стыдно. Иногда из-за отсутствия знаний, иногда из-за отсутствия навыков, понимания или смелости, которой нет

по тем же причинам. Я колушаюсь в этой теме уже несколько лет, и сам прошёл огромный путь от тех же страхов до признания себя автором. Я много лет исследую творческих людей разных возрастов, профессий и жанров. Так, люди в творческих профессиях (или блогеры, как опытные, так и начинающие) обычно делятся на два типа:

1. Те, кто не уверен в качестве своего контента и в своём авторстве, поэтому сознательно себя от него отделяют. Сммщик, который не пишет тексты «душой», а плетёт паутину из шаблонов, потому что ненавидит свою работу. Блогер, который считает, что его интеллект/копирайтинг/навыки дизайна или монтажа слишком низкие, чтобы кому-то был интересен его контент. Копирайтер, который вроде бы и пишет за деньги, но стыдится своих текстов.

2. Те, кто уверен в своём контенте. Такие люди выкладывают публично каждый свой кейс, ведут блог на 200 подписчиков так, будто это основная работа. Гордятся своим статусом, должностью, профессией независимо от уровня и достижений.

Чаще всего, конечно, это комбинация: успешный в профессии человек, который боится начать вести блог. Или успешный блогер, который стесняется своих текстов. Или средний блогер, который хочет выйти на новый уровень.

2.3. Как решить проблему?

И кнопка «Опубликовать», и кнопка «Отправить» – это проводники нашего творчества в жестокий мир. Это волшебный ритуал: нажимая на кнопку, мы предоставляем аудитории доступ к нашим внутренностям, нашей душе. И никогда не знаем: растерзают нас или полюбят.

Неосознанный творец боится нажимать, потому что не понимает, зачем ему это всё и откуда появляется страх.

Осознанный творец нажимает специально, потому что ради этого он и творит.

Поэтому решение очевидно: нужно стать автором.

Нужно признать в себе автора (творца) своего же контента в любой сфере и в любом формате: по работе, в блоге, на фрилансе – это всё мы, и это всё мы делаем для себя, своего эго, своих комплексов, травм или своей связи со вселенной. У каждого свои причины, но результат один: творчество.

Автор – это и творец, и художник. Это фигура, которая признаёт своё творческое начало и присваивает себе свои же творения.

Человек, осознающий себя автором, делает контент по другим причинам, с другим подходом, выкладывает его с другой целью и ожидает от него других *результатов*.

Именно признание себя автором позволяет и выйти

на новый уровень, и прийти к состоянию, когда ожидания от контента совпадают с реальностью: он действительно получается , и за это *легко не стыдно*.

Однако путь к лёгкости – труден. Чтобы свободно и легко импровизировать на пианино, нужно выучить сольфеджио и натренировать мышечную память. То же самое и с контентом, и с творчеством.

И я придумал, как максимально упростить и ускорить твой путь.

2.4. Выводы

Эволюция и прогресс привели к появлению смартфона. Он изменил наше восприятие реальности и самих себя. Также он превратил каждого человека в творца.

Доступность контента в интернете и соцсетях создаёт иллюзию лёгкости его производства. Так неосознанные творцы попадают в ловушку: хотят делать контент легко и круто, а получается трудно и стрёмно. Но стараться никто не хочет, ведь иллюзия лёгкости вызывает стыд, когда что-то не получается с первого раза.

Количество контента приводит к снижению качества и отчуждению автора от произведения: посты в соцсетях и работу на фрилансе перестают воспринимать как творчество.

Чтобы начать создавать интересный контент по-настоящему легко, всем создателям контента нужно выбраться из этого порочного круга и стать : признать своё творчество, подтянуть технические навыки и слегка поменять подход, ожидания и восприятие контента. *авторами*

Сделать это можно через сторителлинг.

Важно: дальше я буду использовать слово «автор» как общее для всех людей творческих профессий: от блогеров до копирайтеров, от писателей до сценаристов, от творцов до художников.

ГЛАВА 3



Путь к
стори
автору через
теллинг

3. Путь к автору через сторителлинг

В любом творчестве, в любом контенте есть история.

Картина, пост в соцсетях, статья, видео, сериал, книга, песня, музыка – везде автор что-то кому-то рассказывает. Сторителлинг – универсальный ключ. Именно владение сторителлингом поможет любому автору в любой сфере создавать уникальный, интересный и эффективный контент.

Звучит как... секрет успеха, да? Так и есть. Только это не секрет.

Вот есть Голливуд, где производят самые успешные, дорогие и увлекательные истории. Разве там есть секрет? Хороший сценарий, талантливый режиссёр, подходящий кастинг – и готово. Книжек по хорошим сценариям – миллион. Но всё равно у кого-то получаются «Аватары» и «Титаники», а у кого-то – бесконечные одинаковые «Форсажи».

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.