

Алексей Балуев

СВЕТ В КАДРЕ

Как продвигать себя в интернете,
вести видеоблог и превращать песни в события



Алексей Балуев

Свет в кадре

«Автор»

2026

Балуев А.

Свет в кадре / А. Балуев — «Автор», 2026

Как стать заметным — и при этом не потерять собственное лицо? «Свет в кадре» — роман-наставление о молодой артистке Мире, которая пытается найти свою тему, создать узнаваемый образ и превратить творчество в профессию. Её проводником становится вымышленный литературный образ Жанны Фриске — наставницы, помогающей увидеть за алгоритмами, охватами и просмотрами главное: живого человека по другую сторону экрана. Через гримёрные, съёмочные площадки, студии, редакции и небольшие концерты героиня проходит путь от первых сомнений до полноценной системы продвижения. Читатель вместе с ней научится выстраивать личный бренд, находить свою аудиторию, создавать удерживающий видеоконтент, развивать сообщество, работать с репутацией, рекламой и коллаборациями, а также превращать музыкальный релиз в настоящее медиасобытие. Это книга для артистов, блогеров, продюсеров и медиа-личностей, которые хотят не просто однажды попасть в рекомендации, а научиться включать свет снова и снова.

© Балуев А., 2026

© Автор, 2026

Алексей Балугев

Свет в кадре

**НЕОФИЦИАЛЬНАЯ ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ФАНТАЗИЯ
СВЕТ**

В КАДРЕ

Как продвигать себя в интернете,

вести видеоблог и превращать песни в события

Роман-наставление от лица вымышленного

литературного образа Жанны Фриске

Для медиа-личностей, артистов, блогеров и продюсеров

Автор - Алексей Балугев · 2026

ОБ ЭТОЙ КНИГЕ

Перед первым кадром

Важно: Это самостоятельное художественное произведение и практическое руководство. Оно не является книгой, мемуарами, интервью или подлинными высказываниями Жанны Фриске и не связано с её семьёй, наследниками или правообладателями.

Повествование ведётся от первого лица вымышленным литературным образом по имени Жанна. Все сцены, диалоги, мысли, советы и персонажи созданы для этой книги. Имя Жанны Фриске указано только как обозначение художественного замысла, предложенного заказчиком, и не означает авторства или одобрения.

Перед вами не сухой учебник. Это история о молодой артистке Мире, которая учится быть заметной, не становясь пустой. Её наставница проводит её через гримёрные, монтажные, студии, редакции, рекламные кабинеты и маленькие концерты. Каждая сцена заканчивается рабочим инструментом.

ЧТО ВЫ ПОЛУЧИТЕ

- позиционирование и узнаваемый публичный образ
- систему видеоблога: форматы, сценарии, съёмка, монтаж и аналитика
- план развития сообщества, коллабораций, репутации и монетизации
- архитектуру музыкального релиза: контент, медиа, реклама, стриминг и каталог
-

девяностодневный цикл, который превращает вдохновение в профессию

Практические рекомендации актуализированы на 19 июля 2026 года. Интерфейсы, функции, доступность инструментов и правила платформ меняются; перед запуском проверяйте официальные справочные центры.

СОДЕРЖАНИЕ

Части I–II

Каждая глава занимает четыре страницы: сцена, принцип, мастерская и контроль.

01 Имя, которое что-то обещает · 5–8

- 02 Зритель с настоящим лицом** · 9–12
- 03 Право на собственную тему** · 13–16
- 04 Характер сильнее декораций** · 17–20
- 05 История без бронзового памятника** · 21–24
- 06 Визуальная подпись** · 25–28
- 07 Первая секунда тишины** · 29–32
- 08 Формат, который возвращается** · 33–36
- 09 Крючок без обмана** · 37–40
- 10 Сценарий на одном дыхании** · 41–44
- 11 Свет, звук, лицо** · 45–48
- 12 Монтаж как дыхание** · 49–52

СОДЕРЖАНИЕ

Части III–IV

Читайте по порядку или входите в книгу через актуальную задачу. Практику выполняйте до перехода к следующей главе.

- 13 Редакция из одного человека** · 53–56
- 14 Поиск вместо магии** · 57–60
- 15 Разговор после публикации** · 61–64
- 16 Чужой свет не гасит ваш** · 65–68
- 17 Когда экран становится холодным** · 69–72
- 18 Деньги без потери лица** · 73–76
- 19 Песня как мир, а не файл** · 77–80
- 20 Календарь до полуночи** · 81–84
- 21 Одна строка — двадцать дверей** · 85–88
- 22 Плейлист не заменит человека** · 89–92
- 23 Пресс-релиз с пульсом** · 93–96
- 24 Девяносто дней света** · 97–100

ГЛАВА 1 · СЦЕНА

Имя, которое что-то обещает

Это случилось в пустой гримёрной после репетиции. На зеркале ещё горели круглые лампы, а в коридоре уже выключали свет. Мира посмотрела на меня и спросила: «Что во мне вообще можно продвигать?»

Я не стала отвечать сразу. В медиа пауза иногда честнее готового совета: она заставляет услышать, что именно мы пытаемся доказать — себе, зрителю или рынку.

Люди запоминают не перечень ваших качеств, а предсказуемую ценность: какую эмоцию, мысль или перемену они получают после встречи с вами. Личный бренд — это устойчивое обещание, а не красивый аватар.

«Тогда с чего начать?» — спросила Мира. Я ответила: «С результата, который можно положить на стол». В этой главе таким результатом станет одна фраза позиционирования и три доказательства к ней. Не обещание когда-нибудь заняться продвижением, а вещь, которую можно показать команде и использовать в следующей публикации.

Мысль сцены: Если имя светится, но ничего не обещает, зритель пройдёт мимо.

Сначала прочитайте эту страницу как историю. Затем вернитесь к вопросу Мира и ответьте на него от своего имени одним предложением.

ГЛАВА 1 · СМЫСЛ

Принцип

Личный бренд — это устойчивое обещание, а не красивый аватар.

Люди запоминают не перечень ваших качеств, а предсказуемую ценность: какую эмоцию, мысль или перемену они получают после встречи с вами.

Маркетинг медиа-личности не начинается с попытки понравиться системе рекомендаций. Он начинается с ясного человеческого сигнала, который система способна заметить, а зритель — подтвердить действием. Поэтому любое решение проверяем в трёх слоях: понятно ли оно человеку, можно ли его повторить и оставляет ли оно измеримый след.

ЧЕТЫРЕ ОПОРЫ

- Назовите одну аудиторию, которой хотите быть полезны
- Сформулируйте один результат, который вы помогаете получить
- Выберите человеческую черту, через которую вас узнают
- Соберите всё в одну фразу без превосходных степеней

Антисовет: Не стоит пытаться одновременно быть экспертом для всех, артистом без темы и блогером без позиции.

-

Главный признак работающего принципа: незнакомый человек может пересказать ваше обещание своими словами после одного просмотра.

ГЛАВА 1 · ПРАКТИКА

Мастерская

Цель этой мастерской — создать одна фраза позиционирования и три доказательства к ней. Отведите 45–60 минут, закройте уведомления и работайте с реальными материалами: профилем, роликом, песней, письмом или календарём.

- Назовите одну аудиторию, которой хотите быть полезны
- Сформулируйте один результат, который вы помогаете получить
- Выберите человеческую черту, через которую вас узнают
- Соберите всё в одну фразу без превосходных степеней

СБОРКА РЕЗУЛЬТАТА

Соберите ответы в один документ и сократите его до версии, которой удобно пользоваться в работе. Покажите результат человеку из вашей аудитории и задайте два вопроса: «Что вы поняли?» и «Что захотелось сделать дальше?». Не объясняйте замысел до ответа — иначе вы проверите красноречие, а не материал.

Полевое задание: переписать шапку профиля так, чтобы в ней было меньше регалий и больше пользы

ГОТОВО, ЕСЛИ

- результат можно открыть или показать за несколько секунд
- в нём есть одно главное решение, а не список пожеланий
- понятно, где и когда он будет использован
- назначена дата проверки по реальным данным

ГЛАВА 1 · КОНТРОЛЬ

Проверка света

Перед тем как идти дальше, проверьте не настройку, а готовность системы. Отметьте только то, что уже существует в файле, календаре или опубликованном материале.

Я могу показать: одна фраза позиционирования и три доказательства к ней.

Я знаю, как не повторить ошибку: пытаться одновременно быть экспертом для всех, артистом без темы и блогером без позиции.

У следующего действия есть владелец и дата.

Я понимаю, какое поведение зрителя будет сигналом качества.

Мой главный сигнал на этом этапе: незнакомый человек может пересказать ваше обещание своими словами после одного просмотра.

Красный флаг: Вы снова начинаете пытаться одновременно быть экспертом для всех, артистом без темы и блогером без позиции. Остановитесь и вернитесь к одному проверяемому решению.

ЗАПИСЬ В РАБОЧЕМ ДНЕВНИКЕ

Что я прекращаю делать? _____

Что повторяю ещё раз? _____

Какой тест запускаю? _____

Если имя светится, но ничего не обещает, зритель пройдёт мимо.

ГЛАВА 2 · СЦЕНА

Зритель с настоящим лицом

Это случилось в маленькое кафе у окна. Мира листала комментарии и видела в них только цифры, хотя за каждой цифрой сидел человек. Мира посмотрела на меня и спросила: «Как понять, для кого я снимаю?»

Я попросила её не открывать аналитику. Цифры умеют подсказывать, но плохо умеют начинать разговор; до них должна появиться человеческая причина.

Пол и возраст полезны для закупки рекламы, но идея рождается из напряжения: чего человек боится, к чему стремится и в какой момент открывает приложение. Аудитория начинается с жизненной ситуации, а не с возраста в таблице.

«Тогда с чего начать?» — спросила Мира. Я ответила: «С результата, который можно положить на стол». В этой главе таким результатом станет карточка одного живого зрителя: ситуация, желание, барьер, привычная фраза. Не обещание когда-нибудь заняться продвижением, а вещь, которую можно показать команде и использовать в следующей публикации.

Мысль сцены: Я снимаю не для толпы. Я ставлю ещё один стул перед камерой.

Сначала прочитайте эту страницу как историю. Затем вернитесь к вопросу Миров и ответьте на него от своего имени одним предложением.

ГЛАВА 2 · СМЫСЛ

Принцип

Аудитория начинается с жизненной ситуации, а не с возраста в таблице.

Пол и возраст полезны для закупки рекламы, но идея рождается из напряжения: чего человек боится, к чему стремится и в какой момент открывает приложение.

Маркетинг медиа-личности не начинается с попытки понравиться системе рекомендаций. Он начинается с ясного человеческого сигнала, который система способна заметить, а зритель — подтвердить действием. Поэтому любое решение проверяем в трёх слоях: понятно ли оно человеку, можно ли его повторить и оставляет ли оно измеримый след.

ЧЕТЫРЕ ОПОРЫ

•

Опишите один обычный день вашего зрителя

-

Найдите три момента, когда он особенно нуждается в вашем контенте

-

Запишите его реальные вопросы без профессионального жаргона

-

Выберите один вопрос для следующего ролика

Антисовет: Не стоит рисовать абстрактную аудиторию «18–45, интересуется саморазвитием».

-

Главный признак работающего принципа: в комментариях появляются фразы «это про меня» и конкретные истории.

ГЛАВА 2 · ПРАКТИКА

Мастерская

Цель этой мастерской — создать карточка одного живого зрителя: ситуация, желание, барьер, привычная фраза. Отведите 45–60 минут, закройте уведомления и работайте с реальными материалами: профилем, роликом, песней, письмом или календарём.

Опишите один обычный день вашего зрителя

Найдите три момента, когда он особенно нуждается в вашем контенте

Запишите его реальные вопросы без профессионального жаргона

Выберите один вопрос для следующего ролика

СБОРКА РЕЗУЛЬТАТА

Соберите ответы в один документ и сократите его до версии, которой удобно пользоваться в работе. Покажите результат человеку из вашей аудитории и задайте два вопроса: «Что вы поняли?» и «Что захотелось сделать дальше?». Не объясняйте замысел до ответа — иначе вы проверите красноречие, а не материал.

Полевое задание: провести пять коротких разговоров с подписчиками без попытки им что-то продать

ГОТОВО, ЕСЛИ

-

результат можно открыть или показать за несколько секунд

-

в нём есть одно главное решение, а не список пожеланий

-

понятно, где и когда он будет использован

-

назначена дата проверки по реальным данным

ГЛАВА 2 · КОНТРОЛЬ

Проверка света

Перед тем как идти дальше, проверьте не настройку, а готовность системы. Отметьте только то, что уже существует в файле, календаре или опубликованном материале.

Я могу показать: карточка одного живого зрителя: ситуация, желание, барьер, привычная фраза.

Я знаю, как не повторить ошибку: рисовать абстрактную аудиторию «18–45, интересуется саморазвитием».

У следующего действия есть владелец и дата.

Я понимаю, какое поведение зрителя будет сигналом качества.

Мой главный сигнал на этом этапе: в комментариях появляются фразы «это про меня» и конкретные истории.

Красный флаг: Вы снова начинаете рисовать абстрактную аудиторию «18–45, интересуется саморазвитием». Остановитесь и вернитесь к одному проверяемому решению.

ЗАПИСЬ В РАБОЧЕМ ДНЕВНИКЕ

Что я прекращаю делать? _____

Что повторяю ещё раз? _____

Какой тест запускаю? _____

Я снимаю не для толпы. Я ставлю ещё один стул перед камерой.

ГЛАВА 3 · СЦЕНА

Право на собственную тему

Это случилось в радиостудии перед прямым эфиром. Красная лампа ещё не загорелась, а ведущий уже спросил, о чём Мира может говорить час без подготовки. Мира посмотрела на меня и спросила: «А если моя тема слишком узкая?»

Мы выключили лишний свет и оставили один источник. Так же приходится поступать со стратегией: убрать всё, что красиво мерцает, но не помогает увидеть главное.

Сильная тема соединяет компетенцию, личный опыт и общественный интерес. Она достаточно конкретна, чтобы вас различили, и достаточно широка, чтобы расти годами. Узкая дверь чаще ведёт в большую комнату.

«Тогда с чего начать?» — спросила Мира. Я ответила: «С результата, который можно положить на стол». В этой главе таким результатом станет тематическое ядро: главная тема, две опоры и список запретных отвлечений. Не обещание когда-нибудь заняться продвижением, а вещь, которую можно показать команде и использовать в следующей публикации.

Мысль сцены: Не бойтесь маленькой сцены. Бойтесь сцены, на которой вас невозможно узнать.

Сначала прочитайте эту страницу как историю. Затем вернитесь к вопросу Мира и ответьте на него от своего имени одним предложением.

ГЛАВА 3 · СМЫСЛ

Принцип

Узкая дверь чаще ведёт в большую комнату.

Сильная тема соединяет компетенцию, личный опыт и общественный интерес. Она достаточно конкретна, чтобы вас различили, и достаточно широка, чтобы расти годами.

Маркетинг медиа-личности не начинается с попытки понравиться системе рекомендаций. Он начинается с ясного человеческого сигнала, который система способна заметить, а зритель — подтвердить действием. Поэтому любое решение проверяем в трёх слоях: понятно ли оно человеку, можно ли его повторить и оставляет ли оно измеримый след.

ЧЕТЫРЕ ОПОРЫ

•

Выпишите десять тем, за советом по которым к вам уже обращались

•

Отметьте темы, где у вас есть собственный опыт

•

Добавьте к каждой теме конфликт или неожиданный угол

•

Выберите одну главную и две поддерживающие линии

Антисовет: Не стоит прыгать между темами вслед за каждым трендом и стирать собственный контекст.

•

Главный признак работающего принципа: после месяца публикаций зрители заранее понимают, какой разговор найдут у вас.

ГЛАВА 3 · ПРАКТИКА

Мастерская

Цель этой мастерской — создать тематическое ядро: главная тема, две опоры и список запретных отвлечений. Отведите 45–60 минут, закройте уведомления и работайте с реальными материалами: профилем, роликом, песней, письмом или календарём.

Выпишите десять тем, за советом по которым к вам уже обращались

Отметьте темы, где у вас есть собственный опыт

Добавьте к каждой теме конфликт или неожиданный угол

Выберите одну главную и две поддерживающие линии

СБОРКА РЕЗУЛЬТАТА

Соберите ответы в один документ и сократите его до версии, которой удобно пользоваться в работе. Покажите результат человеку из вашей аудитории и задайте два вопроса: «Что вы поняли?» и «Что захотелось сделать дальше?». Не объясняйте замысел до ответа — иначе вы проверите красноречие, а не материал.

Полевое задание: отказаться на неделю от контента, который не усиливает выбранное ядро

ГОТОВО, ЕСЛИ

•

результат можно открыть или показать за несколько секунд

•

в нём есть одно главное решение, а не список пожеланий

•

понятно, где и когда он будет использован

•

назначена дата проверки по реальным данным

ГЛАВА 3 · КОНТРОЛЬ

Проверка света

Перед тем как идти дальше, проверьте не настраивание, а готовность системы. Отметьте только то, что уже существует в файле, календаре или опубликованном материале.

Я могу показать: тематическое ядро: главная тема, две опоры и список запретных отвлечений.

Я знаю, как не повторить ошибку: прыгать между темами вслед за каждым трендом и стирать собственный контекст.

У следующего действия есть владелец и дата.

Я понимаю, какое поведение зрителя будет сигналом качества.

Мой главный сигнал на этом этапе: после месяца публикаций зрители заранее понимают, какой разговор найдут у вас.

Красный флаг: Вы снова начинаете прыгать между темами вслед за каждым трендом и стирать собственный контекст. Остановитесь и вернитесь к одному проверяемому решению.

ЗАПИСЬ В РАБОЧЕМ ДНЕВНИКЕ

Что я прекращаю делать? _____

Что повторяю ещё раз? _____
Какой тест запускаю? _____
Не бойтесь маленькой сцены. Бойтесь сцены, на которой вас невозможно узнать.

ГЛАВА 4 · СЦЕНА

Характер сильнее декораций

Это случилось в костюмерная, где на рейлах висели десятки образов. Мы примеряли не платья, а версии личности: строгую, дерзкую, смешную, недоступную. Мира посмотрела на меня и спросила: «Какой образ лучше продаётся?»

Я предложила превратить вопрос в маленькую сцену. Не декларацию о будущем успехе, а выбор, который можно сделать сегодня и проверить завтра.

Внешняя упаковка должна помогать человеку быстрее считать вашу позицию. Если она требует постоянной игры против собственной природы, вы устанете раньше аудитории. Образ работает, когда усиливает характер, а не подменяет его.

«Тогда с чего начать?» — спросила Мира. Я ответила: «С результата, который можно положить на стол». В этой главе таким результатом станет паспорт публичного характера: три качества, три сигнала, три границы. Не обещание когда-нибудь заняться продвижением, а вещь, которую можно показать команде и использовать в следующей публикации.

Мысль сцены: Костюм может открыть дверь, но разговор продолжает человек.

Сначала прочитайте эту страницу как историю. Затем вернитесь к вопросу Мира и ответьте на него от своего имени одним предложением.

ГЛАВА 4 · СМЫСЛ

Принцип

Образ работает, когда усиливает характер, а не подменяет его.

Внешняя упаковка должна помогать человеку быстрее считать вашу позицию. Если она требует постоянной игры против собственной природы, вы устанете раньше аудитории.

Маркетинг медиа-личности не начинается с попытки понравиться системе рекомендаций. Он начинается с ясного человеческого сигнала, который система способна заметить, а зритель — подтвердить действием. Поэтому любое решение проверяем в трёх слоях: понятно ли оно человеку, можно ли его повторить и оставляет ли оно измеримый след.

ЧЕТЫРЕ ОПОРЫ

- Выберите три качества, которые хотите усиливать публично

- Для каждого найдите визуальный и речевой сигнал

- Определите границу между приватным и публичным

- Проверьте, сможете ли жить в этом образе два года

Антисовет: Не стоит строить бренд на чужой манере речи, гардеробе и конфликтности.

-

Главный признак работающего принципа: вас узнают даже без логотипа — по интонации, выбору тем и способу реагировать.

ГЛАВА 4 · ПРАКТИКА

Мастерская

Цель этой мастерской — создать паспорт публичного характера: три качества, три сигнала, три границы. Отведите 45–60 минут, закройте уведомления и работайте с реальными материалами: профилем, роликом, песней, письмом или календарём.

Выберите три качества, которые хотите усиливать публично

Для каждого найдите визуальный и речевой сигнал

Определите границу между приватным и публичным

Проверьте, сможете ли жить в этом образе два года

СБОРКА РЕЗУЛЬТАТА

Соберите ответы в один документ и сократите его до версии, которой удобно пользоваться в работе. Покажите результат человеку из вашей аудитории и задайте два вопроса: «Что вы поняли?» и «Что захотелось сделать дальше?». Не объясняйте замысел до ответа — иначе вы проверите красноречие, а не материал.

Полевое задание: записать один ролик без декораций и проверить, остаётся ли в нём ваша энергия

ГОТОВО, ЕСЛИ

•

результат можно открыть или показать за несколько секунд

•

в нём есть одно главное решение, а не список пожеланий

•

понятно, где и когда он будет использован

•

назначена дата проверки по реальным данным

ГЛАВА 4 · КОНТРОЛЬ

Проверка света

Перед тем как идти дальше, проверьте не настраивание, а готовность системы. Отметьте только то, что уже существует в файле, календаре или опубликованном материале.

Я могу показать: паспорт публичного характера: три качества, три сигнала, три границы.

Я знаю, как не повторить ошибку: строить бренд на чужой манере речи, гардеробе и конфликтности.

У следующего действия есть владелец и дата.

Я понимаю, какое поведение зрителя будет сигналом качества.

Мой главный сигнал на этом этапе: вас узнают даже без логотипа — по интонации, выбору тем и способу реагировать.

Красный флаг: Вы снова начинаете строить бренд на чужой манере речи, гардеробе и конфликтности. Остановитесь и вернитесь к одному проверяемому решению.

ЗАПИСЬ В РАБОЧЕМ ДНЕВНИКЕ

Что я прекращаю делать? _____

Что повторяю ещё раз? _____

Какой тест запускаю? _____

Костюм может открыть дверь, но разговор продолжает человек.

ГЛАВА 5 · СЦЕНА

История без бронзового памятника

Это случилось в ночная машина после длинного съёмочного дня. За стеклом текли фонари, и Мира впервые рассказала не о победе, а о том, почему когда-то хотела всё бросить. Мира посмотрела на меня и спросила: «Нужно ли показывать слабость?»

Я не стала отвечать сразу. В медиа пауза иногда честнее готового совета: она заставляет услышать, что именно мы пытаемся доказать — себе, зрителю или рынку.

Аудитория не обязана знать всю биографию. Ей нужна честная сцена, в которой видно: что было поставлено на карту, какое решение вы приняли и чему это научило. Личная история убеждает, когда в ней есть выбор, цена и изменение.

«Тогда с чего начать?» — спросила Мира. Я ответила: «С результата, который можно положить на стол». В этой главе таким результатом станет трёхминутная история по схеме «до — выбор — после — смысл». Не обещание когда-нибудь заняться продвижением, а вещь, которую можно показать команде и использовать в следующей публикации.

Мысль сцены: Уязвимость — не дверь без замка. Это окно, которое вы открываете сами.

Сначала прочитайте эту страницу как историю. Затем вернитесь к вопросу Мира и ответьте на него от своего имени одним предложением.

ГЛАВА 5 · СМЫСЛ

Принцип

Личная история убеждает, когда в ней есть выбор, цена и изменение.

Аудитория не обязана знать всю биографию. Ей нужна честная сцена, в которой видно: что было поставлено на карту, какое решение вы приняли и чему это научило.

Маркетинг медиа-личности не начинается с попытки понравиться системе рекомендаций. Он начинается с ясного человеческого сигнала, который система способна заметить, а зритель — подтвердить действием. Поэтому любое решение проверяем в трёх слоях: понятно ли оно человеку, можно ли его повторить и оставляет ли оно измеримый след.

ЧЕТЫРЕ ОПОРЫ

-

Выберите переломный момент, связанный с вашей нынешней темой

-

Назовите прежнее убеждение

-

Покажите конкретный выбор и его цену

-

Закончите тем, что читатель может применить к себе

Антисовет: Не стоит превращать исповедь в бесконечную травму или украшать прошлое ради героического мифа.

-

Главный признак работающего принципа: историю сохраняют и пересылают не из жалости, а потому что она даёт язык для чужого опыта.

ГЛАВА 5 · ПРАКТИКА

Мастерская

Цель этой мастерской — создать трёхминутная история по схеме «до — выбор — после — смысл». Отведите 45–60 минут, закройте уведомления и работайте с реальными материалами: профилем, роликом, песней, письмом или календарём.

Выберите переломный момент, связанный с вашей нынешней темой

Назовите прежнее убеждение

Покажите конкретный выбор и его цену

Закончите тем, что читатель может применить к себе

СБОРКА РЕЗУЛЬТАТА

Соберите ответы в один документ и сократите его до версии, которой удобно пользоваться в работе. Покажите результат человеку из вашей аудитории и задайте два вопроса: «Что вы поняли?» и «Что захотелось сделать дальше?». Не объясняйте замысел до ответа — иначе вы проверите красноречие, а не материал.

Полевое задание: рассказать одну правдивую историю без назидательного финала и выслушать реакцию

ГОТОВО, ЕСЛИ

-
- результат можно открыть или показать за несколько секунд
-
- в нём есть одно главное решение, а не список пожеланий
-
- понятно, где и когда он будет использован
-
- назначена дата проверки по реальным данным

ГЛАВА 5 · КОНТРОЛЬ

Проверка света

Перед тем как идти дальше, проверьте не настройку, а готовность системы. Отметьте только то, что уже существует в файле, календаре или опубликованном материале.

Я могу показать: трёхминутная история по схеме «до — выбор — после — смысл».

Я знаю, как не повторить ошибку: превращать исповедь в бесконечную травму или украшать прошлое ради героического мифа.

У следующего действия есть владелец и дата.

Я понимаю, какое поведение зрителя будет сигналом качества.

Мой главный сигнал на этом этапе: историю сохраняют и пересылают не из жалости, а потому что она даёт язык для чужого опыта.

Красный флаг: Вы снова начинаете превращать исповедь в бесконечную травму или украшать прошлое ради героического мифа. Остановитесь и вернитесь к одному проверяемому решению.

ЗАПИСЬ В РАБОЧЕМ ДНЕВНИКЕ

Что я прекращаю делать? _____

Что повторяю ещё раз? _____

Какой тест запускаю? _____

Уязвимость — не дверь без замка. Это окно, которое вы открываете сами.

ГЛАВА 6 · СЦЕНА

Визуальная подпись

Это случилось в фотостудии с белой циклотамой. На белом фоне особенно заметно, что стиль — это не количество деталей, а точность повторения. Мира посмотрела на меня и спросила: «Как выглядит дорожка без огромного бюджета?»

Я попросила её не открывать аналитику. Цифры умеют подсказывать, но плохо умеют начинать разговор; до них должна появиться человеческая причина.

Повторяемые цвет, свет, композиция, шрифт и способ кадрирования создают память. Важна не сложность каждого элемента, а их согласованность. Цельный визуальный язык дороже случайной роскоши.

«Тогда с чего начать?» — спросила Мира. Я ответила: «С результата, который можно положить на стол». В этой главе таким результатом станет мини-гайд: палитра, шрифты, кад-

рирование, одежда, фон, обложки. Не обещание когда-нибудь заняться продвижением, а вещь, которую можно показать команде и использовать в следующей публикации.

Мысль сцены: Стил — это то, что вы повторяете достаточно честно, чтобы оно стало подписью.

Сначала прочитайте эту страницу как историю. Затем вернитесь к вопросу Миры и ответьте на него от своего имени одним предложением.

ГЛАВА 6 · СМЫСЛ

Принцип

Цельный визуальный язык дороже случайной роскоши.

Повторяемые цвет, свет, композиция, шрифт и способ кадрирования создают память. Важна не сложность каждого элемента, а их согласованность.

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.