

ВВЕДЕНИЕ

Умение писать хорошие тексты всегда пригодится в жизни.

Если вы занимаетесь бизнесом, то знаете, насколько зависят продажи от хорошо составленного коммерческого предложения или рекламного текста листовки. Для того чтобы сайт был посещаемым и хорошо продавал ваши товары или услуги, также не обойтись без хороших текстов. Кто-то может сказать: я не собираюсь сам писать тексты, я всегда могу заплатить за это профессиональному копирайтеру или журналисту. Это нормально. Но, чтобы оценить работу наемного специалиста, надо самому разбираться в основных правилах и законах составления текстов, которые вызывают у читателя интерес и побуждают его приобрести ваш продукт. С другой стороны, никто не сможет лучше написать про свой бизнес, чем его владелец. Поэтому многие известные предприниматели, например Тиньков или Чичваркин, сами пишут тексты.

Этот курс будет также полезен для человека, который собирается писать статьи для СМИ, стать штатным автором газеты или журнала, или стать профессиональным журналистом. Кстати, сотрудники СМИ – это не всегда выпускники факультета журналистики. Часто это люди самых разных профессий, которые однажды написали свой первый текст для газеты или журнала, а потом так увлеклись этим, что сменили прежнюю профессию.

И наконец, сегодня очень много людей ведет блоги – личные дневники на открытых площадках социальных сетей. Самые успешные блоггеры известны и уважаемы далеко за пределами социальных сетей. Их цитируют популярные СМИ, их приглашают на встречи и пресс-конференции в правительство, в Государственную Думу, на самые значительные события светской жизни. В Живом журнале <http://livejournal.com/> личные дневники ведут президент РФ Медведев, спикер Госдумы Грызлов, председатель Совета Федерации Миронов, многие губернаторы, писатели, актеры... Чтобы стать успешным блоггером, также необходимо умение писать хорошие тексты.

Этот курс поможет вам понять основные принципы составления хорошего текста, даст вам самые необходимые инструменты для того, чтобы написанные вами материалы вызывали у читателя интерес и живой отклик.

РАЗДЕЛ 2. ТРИ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ХОРОШЕЙ СТАТЬИ

Надеюсь, у вас все получилось с практическим заданием. Статья написана и мы можем двигаться дальше.

Одно важное замечание к предыдущему разделу: я не утверждаю, что каждая статья всегда построена именно так и никак иначе! На самом деле структура статьи может быть какой угодно! Я просто предлагаю вам работающую технологию. А всякая технология значительно облегчает нашу жизнь. Если у вас есть технология, то не надо каждый раз ломать себе голову и пытаться заново придумать велосипед.

Ну, а сейчас мы продолжим разговор о технологии. И поговорим о трех составляющих хорошей статьи. КАК писать статью мы уже знаем. А вот как ее сделать интересной? Как написать такую статью, которую люди будут читать и будут рассказывать о вашей статье другим? Это следующий вопрос.

Пирамида читательского интереса

Однажды на тренинге, рассказывая про составляющие хорошей статьи, я набросал небольшую схему в виде треугольника. Потом, следуя моде и находясь под впечатлением того, что каждый слушатель семинаров по бизнесу обожает блеснуть своим знанием о «пирамиде Маслоу»¹, я преобразовал свой треугольник в пирамиду. И назвал ее «Пирамида Мигоу». Так что такое название – это не более чем шутка. А все остальное, что входит в понятие «пирамида Мигоу», это вполне серьезно.

Давайте рассмотрим пирамиду.

«Пирамида МИГОУ»

(или Пирамида читательского интереса)



¹ **Пирамида Маслоу:** пирамида потребностей — иерархическая система потребностей человека, составленная американским психологом А. Маслоу.

Основание

Сначала – основание пирамиды. Мы видим, что основание – это уже знакомое нам – **ИДЕЯ** или **МЫСЛЬ**. Всякая пирамида, как и любое сооружение начинается с основания. Основание – это очень важно. Самая совершенная конструкция не сможет устоять, если ее возвели на плохом фундаменте. Также и любая статья начинается с идеи: о чем будет моя статья? Хорошее основание для статьи – это **НОВАЯ** или **ОРИГИНАЛЬНАЯ** идея.

На всякий случай поясню разницу. **Новое** – это нечто, с чем мы еще не встречались. **Оригинальное** - не подражательное кому-то, своеобразное, незаурядное или странное.

Банальная, затасканная, сто раз пережеванная мысль – плохое основание. Вы можете написать блестящую статью, но если в вашей идее нет ничего нового или оригинального, не ожидайте, что вас заметят и оценят. И наоборот, оригинальная идея, изложенная коряво и нескладно, может стать «бомбой».

Новое и оригинальное – это всегда интересно. И здесь не имеет значения величина или значимость события. Например, в новостных интернет-лентах рядом стоят два события:

1. *«Россия продолжает укреплять отношения с Индией»;*
2. *«После ДТП женщина ранила мужчину-обидчика с ножом».*

Согласитесь, значимость этих событий разная. Но я уверен, что вторую новость просмотрят больше людей, чем первую. Потому что отношения мы с кем-то постоянно укрепляем, это не ново. А вот чтобы женщина в результате разборки после ДТП нанесла повреждение мужчине, к тому вооруженному ножом, это и новое, и оригинальное.

Или, если мы опять посмотрим на пример с сантехником от версаче, то можем сказать, что сексуальный сантехник на мерседесе – это новое.

Мы не всегда можем найти что-то новое (точнее, довольно редко можем), но вот необычно посмотреть на привычные вещи можем всегда. Поэтому, если у нас нет нового, мы должны создать оригинальное. На самом деле, это не так сложно. Просто необходимо посмотреть на событие или явление с точки зрения, которая отличается от общепринятой. А какой будет общепринятая точка зрения? Скорее всего, это будет та мысль, которая первой приходит в голову. Значит, оценивая событие или явление, необходимо сразу отбросить в сторону свои первые 2-3 мысли.

Как писать хорошие тексты: для СМИ, блога, интернет-сайта

Для примера можно посмотреть на известного всем политика В.В.Жириновского. Он статьи не пишет, но журналисты постоянно бегают за ним с просьбой прокомментировать событие. Почему? Потому что он всегда имеет оригинальное мнение, а значит, у СМИ будет материал с оригинальным основанием.

Самая распространенная ошибка: брать какую-то действительно важную социальную проблему, немного (или много) об этом говорить, а завершать возгласом «ДОКОЛЕ?!!». Ну, примерно так: *«Как долго еще мы будем равнодушно смотреть, как гибнут памятники истории?!»*. Или *«Когда уже государство поймет, что о пенсионерах надо заботиться?!»*. И т.д.

Этого делать не надо. Это показывает полную беспомощность и некомпетентность автора. Если у нас самих нет ответа на вопрос, то и не стоит его задавать? Пишите о чем-то другом, но не задавайте риторических вопросов.

А если все же взялись за социальную проблему, предложите ее решение. Пускай это решение наивное и невыполнимое... Но:

1. теперь вашим читателям есть о чем поговорить, есть что обсудить, и есть повод вступить с вами в диалог;
2. При обсуждении самой глупой идеи часто рождаются идеи блестящие.

Также не стоит завершать текст назиданием: «Люди! Очнитесь! Пусть наши души не оскудеют!». Или что-то вроде того. Это не работает. Мы все в детстве столько этих назиданий наслушались (*будь честным! мой руки перед едой! не разговаривай во время еды! не вмешивайся в разговоры взрослых!...*), что это уже вызывает в нас протест. Хотите, чтобы люди очнулись, расскажите хорошую историю, которая сама пробудит в нас желание очнуться.

ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАЖНЕНИЕ №3:

Потренируйтесь в поиске оригинальных идей. Ниже я предлагаю 5 проблем, попробуйте найти оригинальное решение для каждой.

1. Бомжи.
2. Пенсии, на которые невозможно прожить.
3. Опоздания на работу.
4. Взятничество.
5. Бродячие собаки.

Как писать хорошие тексты: для СМИ, блога, интернет-сайта

Пример выполнения этого задания: пункт №5 «Бродячие собаки».

Проблема: много бродячих собак во дворах и на улицах; они бывают агрессивны; могут укусить, особенно опасны для детей; переносчики различных заболеваний, в том числе глисты, лишай; гадят на детских площадках – дети могут заразиться.

Идея:

1. Отловить и усыпить всех бродячих собак.

(Первая мысль, которая пришла в голову. Не ново и не оригинально. Не годится!)

2. Отловить и кастрировать.

(Такая же банальная идея.)

3. Создать при президенте РФ должность «Уполномоченный по гуманному отношению к животным». Назначить на нее авторитетного и уважаемого человека. Построить достаточное количество питомников. Объявить один из дней – «Днем Собаки» и собирать в этот день благотворительные пожертвования – по 10руб. с каждого гражданина РФ будет достаточно на содержание собак в течение года.

(Глуповато и трудновыполнимо. Но есть о чем поговорить. И если писать статью с таким основанием, то найдется достаточное число неравнодушных читателей).

ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАЖНЕНИЕ №3а:

Критично взгляните на идею своей статьи. Это подходит под определение «НОВОЕ» или «ОРИГИНАЛЬНОЕ»? Возможно, во время выполнения предыдущего упражнения, у вас возникла мысль, что идею статьи можно изменить? Если да, то выполните это. Если нет, если ваша идея полностью устраивает вас, то пропустите это упражнение.

Коротко

Пишите **КОРОТКО**. Это важная составляющая. Признаюсь вам, что все написанное мной, мне кажется совершенным, важным, гениальным! Каждая моя строчка – это шедевр мысли!!! Недопустимо даже одно слово сократить! Но это мне так кажется. А у моих читателей может быть другое мнение. Скорее всего, им больше понравится, если я сумею уместить свои мысли в максимально короткий текст. Часто человек смотрит на текст и думает: я бы это почитал, наверное, это интересно, но слишком длинно, отнимет у меня много времени. И закрывает страницу.

Любимый мной писатель Юрий Трифонов, рассказывал как-то такую историю. Он написал для газеты рассказ. Объем текста был большой, и рассказ опубликовали в двух номерах – субботнем и воскресном. В воскресенье Трифонову позвонил известный драматург Арбузов и сказал примерно так: *«Юрочка, я прочитал ваш рассказ. Это замечательно! Вы молодец! Сначала мне было как-то непонятно, все начинается так неожиданно... А потом, когда дочитал, я все понял и восхитился вашим умением сжимать сюжет в тугую пружину»*. В разговоре выяснилось, что Арбузов прочитал только вторую публикацию и не понял, что это продолжение рассказа. А Трифонов сделал вывод, что надо безжалостно сокращать себя – это только на пользу производству.

Лучше всего – не публиковать текст сразу. Дать ему отлежаться хотя бы до завтра. Когда наутро вы будете его перечитывать, вы сразу увидите затянутости и ненужности. Кстати, кто работал (работает) со СМИ в качестве штатного автора (или штатного), знает, как часто случается, что ваш материал могут безжалостно порезать и выбросить все, что вы считаете ужасно важным. А потом «изуродованный редакционными вандалами» текст публикуется и кажется, что именно таким он и должен быть.

**«Я написал бы короче, но у
меня не было времени»**

Марк Твен (из письма к другу)

И конечно, КОРОТКО относится к размеру предложений, а также к размеру абзацев.

Старайтесь делать предложения короткими. Не стоит писать огромных, на целый

абзац, предложений, с кучей знаков препинания. Разбивайте такие предложения на несколько. Старайтесь, чтобы в одном предложении было не больше 10-12 слов.

Вот смотрите, цитата из одного текста:

Как писать хорошие тексты: для СМИ, блога, интернет-сайта

«Это всего лишь материализация вещей виртуальных и зачастую не имеющих другого материального воплощения, например, наших жизненных принципов, о которых мы не догадываемся, и прочих тонких моментов естества отдельного индивида, перечислить которые в коротенькой заметке нет никакой возможности!»

Здесь в одном предложении 37 слов. Такое предложение очень трудно воспринимается при чтении, смысл ускользает. И совершенно лишняя здесь фраза «перечислить которые в коротенькой заметке нет никакой возможности!» Зачем это? Сообщить человечеству, что если бы не ограничения, то это предложение состояло бы из перечислений ВСЕХ «тонких моментов естества отдельного индивида» и в нем могло бы быть 100-150 слов?

Текст этот, кстати, писал один из слушателей данного курса. Выполнял задание «написать статью в 2000 знаков». Две тысячи знаков – это примерно 300 слов. И вот одно это предложение – это девятая часть всего текста. А о чем оно? Да, в общем-то, ни о чем, как раз то, что надо безжалостно резать.

Убирайте «воду», сокращайте предложения. Не надо в статью включать художественные красоты, уместные для художественного произведения. Текст статьи должен быть сжат как пружина. А «хруст круасана» или «звонкое пение ручья» оставьте начинающим литераторам.

И не забывайте разбивать свой текст на абзацы. Печатная страница текста, не разбитая на абзацы, выглядит тяжеловесно. Это отталкивает взгляд и вызывает желание закрыть страницу.

Я понимаю, что каждая удачно построенная фраза и каждая высказанная мысль кажутся автору бесценными и гениальными. Но в мире бездушных редакторов безжалостно сокращаются романы, повести, сценарии, снятые кинофильмы... А потом эти изрезанные и обезображенные (с точки зрения авторов) произведения становятся бестселлерами.

Газетно-журнальный текст – это не нетленное произведение. Он живет как бабочка – один день. Но случается, что и дольше. Если произведет впечатление на читателей. Однако, этот эффект никогда и никак не связан с размером текста.

ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАЖНЕНИЕ №4:

Перечитайте свой текст, который вы писали, выполняя практическое упражнение. Посмотрите, есть ли там то, что можно (нужно) сократить? Отметьте эти места. Теперь подумайте, как вы можете сократить лишнее, чтобы смысл статьи не был потерян.

Просто

ПРОСТО – это значит без технических терминов, без труднопроизносимых выражений, без непонятых слов, без ссылок на известных только в узких кругах людей.

Простые слова, простые предложения, простые примеры. Избегать цифр. Если без цифр не обойтись, то переводить их в понятные величины. «7000 км – это расстояние от Москвы до Якутска». «Тысяча баррелей нефти – два железнодорожных состава».

**«Гениальность –
это умение рассказать
просто о сложном»**

(автор неизвестен)

Привяжите цифры к какой-нибудь визуальной картинке. «500 слов – это школьная тетрадка 12 листов. Или сказка про курочку Рябу. Или это словарный запас турецких слов русского студента, отработавшего один месяц аниматором в Анталии.» Как-то так, чтобы не абстрактные арабские знаки в голове крутились, а реальные и понятные картинки.

Однажды я пришел на деловую встречу к одному московскому бизнесмену. Мы поздоровались, и он сразу сказал:

- Давай договоримся, что мы с тобой – два человека средней тупости.

- А зачем? – не понял я.

- А так мы быстро пойдем друг друга и сэкономим время.

ПРОСТО – это писать так, как если бы это была беседа людей, которые договорились, что они два человека средней тупости.

Простоту всегда убивают термины, заумные слова и цифры. Поэтому, или вы убьете их или они убьют ваш материал.

Вот цитата из статьи:

Как писать хорошие тексты: для СМИ, блога, интернет-сайта

«Каждый понедельник Тата ездит к ясновидящей Арианне, дабы задобрить денежный эгрегор очередным обрядом».

Сколько обычных, среднестатистических читателей знают, что такое «эгрегор»?

Я вот не знаю. Но этот текст мне прислали в качестве домашнего задания, на проверку. Поэтому лезу в словари – прояснить значение слова. А читателю это надо? Попалось непонятое слово – смысл текста неясен - в голове образовалась пустота – потянуло в сон – закрыл страницу. Кстати, смотрю «эгрегор» в словаре – *«термин, принятый в новых (нетрадиционных) оккультных и религиозных движениях. Обозначает душу вещи, «ментальный конденсат», порождаемый мыслями и эмоциями людей и обретающий самостоятельное бытие.»* О-о, лучше бы не смотрел, понятней не стало. Теперь надо прояснять значение *«ментальный конденсат»*...

Понимаете? Не делайте чтение вашего текста сложным занятием. Это же не кроссворд и не ребус.

**«Все должно
быть упрощено до
предела, но не более».**

(Альберт Эйнштейн)

Меняйте термины на легкие для понимания слова. Ориентируйтесь не на высокопородного читателя, а на человека средней тупости.

Понимаете?

**Все должно быть УПРОЩЕНО ДО
ПРЕДЕЛА!**

А что значит НЕ БОЛЕЕ? О, это тоже важно. В журналистике есть понятие «штампов». Это набор стандартных, бездушных, дежурных, затертых до банальности фраз. Обычно этим грешат журналисты маленьких изданий. Чем меньше газета, тем больше слов ежедневно журналист должен *«выдать на гора»* (обратите внимание, *«выдать на гора»* - это один из этих самых штампов). Поэтому в его текстах масса штампов – ему некогда искать слова, он складывает текст из готовых деталей (типа кубики Лего). В советское время это были *«поработали с огоньком»* и *«подхватили почин»*... Сейчас что-то типа *«круто потусили»* и *«светская львица»*. А такие выражения как *«произвело эффект разорвавшейся бомбы»* и *«несмотря на все усилия...»* - это штампы на все времена. Или вот - *«эти качества перестали быть мерилom*

Как писать хорошие тексты: для СМИ, блога, интернет-сайта

личности», «во главу угла поставлена материальная успешность». Понимаете, эти «мерило личности» и «во главу угла» мы уже столько раз слышали, что теперь они превращают весь текст во что-то вторичное.

А кроме штампов еще есть паразиты. Всякие *«надо сказать, что...»* или *«надо заметить, что...»*; *«нельзя сказать, что...»*; *«чего только стоит этот ...»*;

Ниже я выписал некоторые штампы и паразиты. Это из текстов, которые мне присылают.

- *возможно ли соблюсти баланс*
- *не берусь с точностью утверждать, что*
- *Как говорится, мы заслуживаем то, что имеем.*
- *Эта история не единична*
- *многие из нас сталкивались с подобным*
- *Комизм ситуации заключался в том, что*
- *начало и конец, альфа и омега*
- *не обошли своим вниманием тему*
- *В завершении моей мысли*
- *хотя, к сожалению, подобное встречается все чаще*
- *где государство, которое должно бы создать такие условия работы наших медиков, при которых они ни о чем другом, кроме как о помощи страждущим, и думать не могли*
- *Устами ребёнка глаголет истина!*
- *Который, кстати сказать*
- *В буквальном смысле положил живот свой*
- *Ярким воспоминанием может стать*
- *предвкушали хороший отдых*
- *судьба дает нам шанс*
- *не без преувеличений*
- *все-таки не удержусь, чтобы*

ПРАКТИЧЕСКОЕ УПРАЖНЕНИЕ №5:

Внимательно перечитайте свой текст и сделайте его ПРОЩЕ.

Теперь перепишите свою статью, применяя все данные, о которых вы узнали в этом разделе.