

Зачем мы пишем тексты

Всем привет! С вами краткий курс для тех, кто хочет научиться писать фандрайзинговые тексты.

Мы живем в славное время соцсетей, быстрых заметок, бесконечных переписок с близкими и случайными людьми, так что мы постоянно пишем тексты. Конечно, я надеюсь, что у вас уже есть опыт в написании фандрайзингового текста, тогда вам будет гораздо интереснее слушать все, о чем мы будем говорить, но даже если это ваша первая практика, наверняка вы писали текст-просьбу, текст-признание, текст-описание, текст-инструкцию. Хорошие новости: ваш будущий текст будет больше похож на эти сообщения, чем на литературное произведение.

Вы ведь не ждете вдохновения, чтобы вступить с кем-то в переписку или рассказать, как ваши дела? Уверяю вас, для фандрайзингового текста оно тоже не нужно. Зато нужно то, что требуется, когда вы отправляете инструкцию, например, рецепт любимого пирога, дорогому другу в чат: вам нужно очень точно знать, что вы хотите сказать, кому вы это говорите, сказать все что нужно, не сказать ничего лишнего и быть максимально понятным. Это звучит чуть проще, чем «вдохновись и пиши», но требует тренировки. Именно этим мы сейчас займемся.

Для начала давайте вспомним несколько «служебных текстов». Например, кулинарный рецепт. Что мы ждем от рецепта? Я жду список ингредиентов, точные пропорции, четкие указания. История создания «Пражского торта» и его борьба за венец первенства среди всех шоколадных тортов крайне занимательна, но если я не валяюсь в кровати, расширяя кругозор, а стою у разделочного стола и собираюсь приготовить торт и съесть его, она меня не интересует.

Или вообразите, что мы зашли в раздел «Как нас найти» какого-нибудь театра или торгового центра. Чего мы ждем от хорошего описания маршрута? Что в нем должны рассказать? Ок, а теперь представьте себе фандрайзинговый текст. Чего мы ждем от него как читатели? А как жертвователи? Допустим, читатель — это вы. И вы решили пожертвовать в фонд. Что нам ВАЖНО знать?

Итак, самый первый вопрос, на который нужно ответить: что мне нужно рассказать читателю, а что не нужно? Помните, мы знаем о героях намного больше, чем когда-либо будет знать наш читатель. Мы живем в бешеном ритме, спешка и многозадачность теперь в почете, и люди хотят узнать все сразу, и как можно быстрее.

То есть они буквально хотят знать все подробности и одновременно перестают читать текст после первых 5000 знаков. Не потому, что текст плох (хотя гениальный текст не отпускает читателя никуда, это правда), а потому, что современным читателям вообще тяжело держать внимание на чем-то длиннее поста в ленте. Заметили, как люди в соцсетях извиняются за длинные посты, лонгриды? Временами это чистое кокетство, но в нем есть доля правды. Мы живем в такое время, когда прочесть длинный текст — это большое читательское усилие и даже как бы одолжение автору.

Чтобы хорошо оценивать свои тексты, нужно всегда держать в голове светлое пятно, в котором стоит стул — это стул читателя. Вы должны уметь сесть на него и прочесть свой собственный текст с этой позиции. Это непросто, будем тренироваться. Для начала давайте вспомним, какие мы читатели.

НУЖНА ПОМОЩЬ

Подготовлено фондом «Нужна помощь»