



# Оглавление

<b>Введение</b> .....	6
<b>Глава 1</b>	
Что нужно знать о тексте .....	9
<b>Глава 2</b>	
Как насчет грамотности? .....	21
<b>Глава 3</b>	
О чем писать: как выбрать тему .....	36
<b>Глава 4</b>	
Зачем нужен план и как его составить .....	45
<b>Глава 5</b>	
С чего начать текст .....	55
<b>Глава 6</b>	
Как написать красиво: большой разговор о графомании, авторском стиле и лишних эпитетах .....	66
<b>Глава 7</b>	
Как сделать совсем красиво .....	101
<b>Глава 8</b>	
Что происходит с текстом после того, как вы его написали .....	127
<b>Глава 9</b>	
Что такое писательский блок, как с ним быть и как с ним жить (а лучше без него) .....	134
<b>Глава 10 (бонусная)</b>	
Почему вы не ведете блог .....	153
<b>Вместо заключения</b>	
Как быстро научиться писать .....	163
<b>Приложения</b> .....	165
<b>Что дальше?</b> .....	186
<b>Благодарности</b> .....	187

# Введение

Я начал писать книгу пять лет назад, в 2017 году, и за это время очень сильно поменялось примерно все. На старте я зарабатывал перебором букв: был автором, редактором, копирайтером; писал статьи, брал интервью, конструировал содержание лендингов, вел блоги компаний.

На выходе я аж продакшен-директор: управляю большим конвейером по производству контента для бренд-медиа, настраиваю процессы и нанимаю людей десятками. Сам я уже давно ничего по работе не пишу, кроме схем, планов и структур, зато в моей команде больше ста человек, которые ежедневно создают десятки и сотни единиц контента для разных изданий и проектов. Они зарабатывают нам премии, а клиентам — деньги. Соцсети, которые мы ведем, вызывают слезы радости и восхищения у подписчиков.

Короче, выход книги — завершение гигантского этапа моей жизни. Она — о мотивации, умении разговаривать и мышлении. Она не о том, как научиться писать (этому вас научат другие книги, и в конце есть их список), не о волшебных таблетках, после которых умеешь все. Книга эта — про голову и ее правильный настрой.

### **А кому в итоге это стоит читать?**

Тем, кто пишет что угодно, но не зарабатывает копирайтингом, написанием книг или редактурой. Всем, кто не входит в этот список: копирайтеры, редакторы, авторы. Для вас есть куча книг, курсов, видео, Telegram-каналов с бесплатной информацией от практиков с тоннами приемов и наблюдений.

### **А ты вообще кто и почему встал на трибунку вещать?**

Привет, меня зовут Паша, и я Паша в блоге «Паша и его прокрастинация». Это Telegram-канал о русском языке, редактуре, текстах и умении думать. Больше десяти лет зарабатываю на контенте: сначала делал сам, потом начал строить заводы по его производству, а дальше и заводы по производству заводов.

Если хочется бессмысленного неймдроппинга (ну, перечисления крутых компаний из портфолио), то вот он: «Палиндром», «Лайфхакер», «ВКонтакте»,

«Нетология», vs.ru (который тогда назывался «Цукерберг позвонит»). У меня есть курсы о контенте в Skillbox, преподавал (немного) в SkillFactory, GeekBrains, Британской высшей школе дизайна. Выступал на куче конференций. Написал несколько тысяч текстов (хотя это число вообще ни на что не влияет). Отредактировал несколько тысяч текстов (тоже абсолютно неважно).

А вот вам первая простая истина: всякий может написать книгу на любую тему, ведь на самом деле писательство — не какой-то особый талант или дар свыше. Просто нужно чуть-чуть знать теорию и очень много практиковаться.

## Глава 1

# Что нужно знать о тексте

В этой главе мы поговорим о базовых вещах, которые нужно знать, если вы пишете любой непрофессиональный текст (у профи свои правила, рецепты и заморочки; пусть разбираются с ними сами, сейчас нам это неинтересно).

Непрофессиональный текст — тот, что используется как форма передачи информации. Это может быть письмо коллеге, пост в соцсети, анонимная жалоба на соседа-идиота, паркующегося на газоне.

Короткая версия для ленивых: главное, чтобы вас понимали. Можете не соблюдать никакие правила и даже делать ошибки, если делаете это осознанно и со смыслом.

Самое важное и самое главное правило любого хорошего текста такое:

**ЧТОБЫ ВАС ПОНИМАЛИ.**

## Писать может любой! Да?

Ну почти.

Представьте ситуацию: вы повар, сидите в коридоре больницы, к вам выбегает санитар, напяливает халат и говорит, что вы сейчас будете делать операцию на мозге. Не знаю, что должно произойти, чтобы вы согласились.

Ну ладно, операция — кардинальный пример. А как насчет важной презентации? Даже если человек не умеет их делать, то с большой вероятностью возьмется за задачу. Потому что писать — не мешки ворочать. В смысле не ракеты строить и не оперировать маленького котенка.

Так что, писать хорошие тексты может любой? Да, конечно. Но лучше все-таки подходить к этому делу подготовленным.

Из-за того, что создание текстов выглядит просто, многие не дают себе труд разобраться в том, как написать несколько понятных абзацев. Мол, ну никто же не умрет, если я напишу плохо? Я же не зарабатываю этим, чё париться! Не совсем верно. Текст — суперудобный формат информации. Если вы понимаете, как он работает, вы в курсе, как доносить свои мысли до людей.

Это как салат оливье. Вроде бы все умеют его готовить, но кто-то сделает такой, что за ним выстроится очередь: ингредиенты в правильных

пропорциях, все нарезано очень тонко, майонез нежирный, колбаса супер-премиум-качества, а еще секретный ингредиент. А кто-то сделает тяп-ляп, зальет самого жирного соуса в мире, набахает туда еще лука для аппетита, а колбасы поменьше. С таким поваром уже никто дел иметь не станет.

Итог: да, писать может научиться любой. Но без практики и упорства тут никуда.



**Ксения** 4:25

Каким шрифтом лучше писать?



**Паша и его прокрастинация** 12:02 (Вы)

любым



**Ксения** 12:04

Вы так считаете?



**Паша и его прокрастинация** 12:13 (Вы)

Конечно, шрифт вообще ни на что не влияет



**Ксения** 12:14

Ну возможно



**Паша и его прокрастинация** 12:15 (Вы)

Совершенно точно)

Людей правда волнует,  
каким шрифтом лучше писать

## **Почему каждый должен уметь писать**

На самом деле, конечно, не должен. Писательство и тексты — это навык, который вам пригодится, но вряд ли спасет жизнь (если, конечно, вас не выбросило на необитаемый остров и есть ровно один клочок бумаги и одна бутылка). Есть в мире вещи и поважнее, и поинтереснее текстов.

Если у вас мелькнула шальная мысль начать зарабатывать текстами, то не стоит. Займитесь видео: говорят, там сила и деньги. Учитесь дизайну и созданию иллюстраций, такие люди нужны всегда и везде. Учитесь кодить — работа будет постоянно. Еще можете освоить профессию из реального мира, например врача или строителя. Тогда в случае зомби-апокалипсиса вас не съедят первым. В отличие от коммерческого писателя, который говорит просто о сложном, ведет рассылки и создает блоги. Не зарабатывайте на жизнь текстами — учитесь чему-то еще.

## **Лучше быть профи в чем-то и понимать в тексте, чем быть профи в тексте и ничего не уметь**

Экономист, который стал писателем, живет лучше, чем писатель, который пытается играть в экономиста. Написание текстов — приобретаемый навык, ему можно научиться. Экономика — такая штука, где разобраться просто так будет тяжело. Поэтому автора, который умеет писать классно об экономике, потому что сам экономист по образованию, наймут копирайтером с радостью, а выпускника журфака, прочитавшего пару статей о финансах в «Википедии», — не наймут.

Если вы хотите писать, потому что сейчас это модно, то не надо. Сегодня в тренде понятные тексты, вайны и Монеточка, а когда книга выйдет из типографии — возможно, татуировки на щеках, ретроартхаус и голограмма блогера Пьюдипая.

Если вы хотите писать, потому что это полезно, — добро пожаловать в этот странный мир. Лучше зарабатывать чем-то другим, а навык писательства пусть будет приятным дополнением.

Понимание того, какой текст хороший, а какой плохой, может вам пригодиться (а может и не пригодиться). По крайней мере, лишним это не будет. Всем иногда нужно что-то написать или проверить, как написали другие: отчет, письмо, приказ, фельетон, юмореску. Вот в таких ситуациях навык писательства будет полезен.

## Какой текст считать плохим?

Плохой текст — тот, из которого неясно, что автор хотел сказать. Тот, где ошибка на ошибке. Тот, где суть прячется за витиеватыми наборами букв. Тот, где вместо дела изливают душемысли. Тот, который читаешь — и хочется плакать от горящего стула. Тот, который читаешь и понимаешь: этот текст — ужасный.

Плохой текст — тот, что не сработал. Если вы его написали и не произошло ничего, значит, что-то не так. Если вы его написали, а потом произошло что-то ужасное, то уже стоит задуматься.

В сущности, не бывает неправильных текстов — бывают те, что не подходят под принятые правила, и те, что не работают. Еще, конечно, бывают уроды, слепленные из палок, скотча и пожеванного жмыха, при этом работающие, но давайте договоримся: у всего есть цена. Если вы слепили работающий текст (письмо, пост, описание, что угодно) из вторсырья (кликбейт, вранье, графоманские сравнения) и он сработал, то это, конечно, круто. Но чтобы что? Не забывайте задавать себе этот вопрос.

Однако есть хорошая новость: всегда можно сделать лучше. Иногда, конечно, придется сильно постараться, но сделать лучше можно всегда.

## Нет никакого правильного варианта

Давайте сразу поговорим об этом, чтобы потом не возвращаться. Будь на то моя воля, с этого кусочка текста я бы начинал каждую главу. Это правда важно, суперважно, гиперважно, супермега-гипер-космически-вселенски-галактически-важно! Эти несколько вещей важно помнить все время, когда вы будете читать эту книгу или любую другую книгу о писательстве, редактуре либо текстах, или писать что угодно, или когда кто-то будет вас критиковать, или когда вам покажется, что какая-то магическая формула не работала.

**НЕТ НИКАКОГО ПРАВИЛЬНОГО  
ВАРИАНТА.**

Можно использовать все: любые слова, выражения, приемы, мемы, шутки, картинки и примочки\*. Волшебных формул и фраз не существует.

Используйте что угодно, если знаете, что делаете.

**ГЛАВНОЕ, ЧТОБЫ ВАС ПОНЯЛИ.**

---

\* Кроме тех, что запрещены российскими законами (или законами страны, в которой вы читаете эту книгу и складываете буквы) и официальными правилами. Вот их лучше вырезайте, а то мало ли что.

Смотрите, как бывает. Вы видите знак и понимаете, что тут хотят сказать.



**КУРИТЬ  
ЗАПРЕЩЕНО!**

А еще можно сделать так:

**НЕ КУРИТЕ,  
МРАЗИ!!!  
НАДОЕЛИ!!!**

ПОЧЕМУ МЫ ДОЛЖНЫ  
СТРАДАТЬ ОТ ВАШЕГО  
СРАНОГО ДЫМА, ИРОДЫ?  
ЕСЛИ ВЫ ПРОДОЛЖИТЕ  
КУРИТЬ В ПОДЪЕЗДЕ,  
Я СДАМ ВАС УЧАСТКОВОМУ,  
ДОРОГИЕ СОСЕДИ  
ИЗ КВАРТИР НОМЕР 250,  
289 И 302.

**С УВАЖЕНИЕМ, СОСЕД.**

И вы снова все понимаете. Правда, здесь столько жуткого эмоционального окраса, что ух.

А еще может быть так:

**НЕ КУРИТЕ НА ОБЩИХ БАЛКОНАХ –  
ЭТО ЗАПРЕЩЕНО ЗАКОНОМ.**

**ДЛЯ КУРЕНИЯ В ДОМЕ ЕСТЬ СПЕЦИАЛЬНЫЕ  
ПОМЕЩЕНИЯ. ОНИ РАСПОЛОЖЕНЫ  
НА 3, 5 И 13-М ЭТАЖАХ РЯДОМ  
С МУСОРОПРОВОДОМ.**

И вы снова все понимаете. Основная мысль та же, а полярность другая. Главное, чтобы вас поняли, а остальное второстепенно. В конце концов, вряд ли ваше объявление в подъезде будут оценивать, как диктант.

Если мы говорим о правилах форматирования текста, каких-то избитых или заезженных фразах, стоп-словах, канцелярите, пословицах или мемах, то правильного варианта нет и не может быть. Почему? Потому что, честно говоря, все эти правила — вкусовщина. Да, они помогают сделать текст понятнее, чище, легче. Или, наоборот, серьезнее, суше. Редакторы и писатели кругом твердят: «Убирайте стоп-слова», «Избегайте пассивного залога». Но если вы четко знаете, для чего вам это нужно, то используйте их на здоровье! Если вы понимаете, что делаете, почему бы и нет? Своя голова и немного подумать — гораздо круче, чем правила любых, даже самых крутых блогеров.

## Продающих текстов не существует

Почти, но не совсем.

Если вы листаете эту книжку в надежде получить секреты, которые помогут продать что-то, — горюйте и плачьте. Нет никакого продающего текста. Ну или можно сказать так: **любой текст — продающий**. Выбирайте вариант, который вам больше нравится.

Если вы продаете какую-то дичь, никакой текст вам не поможет. Если вы продаете что-то невероятно крутое, то продадите и без текста, а правильно подобранные слова вам только помогут. В общем, текст сам по себе ничего не продаст, но если вы правильно определитесь с целью, то он вам поможет.

Если хотите что-то продать, сначала найдите нормальный продукт, а потом напишите текст.

Чтобы текст продавал, надо объяснить суть продукта на человеческом языке, рассказать, какие проблемы читателя решаются, пояснить, как его жизнь станет лучше. Такой финт продаст лучше, чем любые копирайтерские формулы.

Сравните:

**ТОП-КУРС ОТ ТОПОВЫХ  
ТОП-ПРОФЕССИОНАЛОВ**

ВОТ С ЭТИМ:

**КУРС «НАУЧИТЬСЯ РАЗВОДИТЬ  
ПЧЕЛ С НУЛЯ»**

**НА КУРСЕ ВЫ УЗНАЕТЕ:**

- 1) КАК ВЫБИРАТЬ УЛЬИ;**
- 2) ПОРОДЫ ПЧЕЛ;**
- 3) КАК УХАЖИВАТЬ ЗА ПЧЕЛАМИ.**

Толку от продающих оборотов ноль, если внутри пусто. А если не пусто, то и продавать текст будет получше.

## Как написать текст, который точно дочитают до конца

Читал десятки вариаций ответа на этот вопрос. Проанализировав их все вместе, вывел универсальный рецепт. Распечатайте его на принтере и повесьте на стену.

**ПИШЕТЕ ТЕКСТ.**

**ПРОВЕРЯЕТЕ: НЕ ФУФЛО ЛИ ВЫШЛО?**

**ПРОВЕРЯЕТЕ: ВСЁ ЛИ ВЫ СКАЗАЛИ?**

**ВЫРЕЗАЕТЕ СКУЧНУЮ ШЛЯПУ.**

**???**

**ГОТОВО, ВЫ ВОСХИТИТЕЛЬНЫ.**

И все. Само собой, найти скучные или лишние места — отдельный труд, но в общем и целом суть написания крутого текста сводится именно к этому.