Автор: admin
29.05.2011 14:55 - Обновлено 29.10.2014 13:48

# Как написать читаемое произведение?

Сразу оговорюсь – это не рецепт стопроцентного успеха. Следование рекомендации позволит набрать довольно существенную аудиторию читателей (особенно в сети Интернет), но не сделает ваше произведение шедевром. Шедевр вы можете создать только самостоятельно, причем – отбросив все и всяческие рекомендации и советы. А я расскажу вам историю о том, как создается то, что люди будут читать. Итак,

**История**

Как-то раз забрела я на один литературный портал. В то время там на главной странице вывешивался рейтинг авторов. И этот рейтинг рассчитывался исходя из количества комментариев на произведение. Я заглянула на самые рейтинговые странички, в самые рейтинговые тексты. И оказалась в недоумении. Тексты были буквально ни о чем. Ни о какой литературе, даже о сетературе, речи быть не могло. Это было акынство в самом худшем проявлении. И, тем не менее, эти тексты занимали верхние строчки рейтинга, а читатели шли и шли нескончаемым потоком. В то же время, вполне качественные произведения оставались в загоне, и на них никто не обращал внимания. Почему?

Подумав над вопросом, я создала рецепт рейтингового произведения, который предлагаю вам.

**Рецептура «приготовления»**

Первое, что необходимо для привлечения читателей – это «вкусное» название. Неважно, о чем потом будет текст, но название должно быть привлекательным. Например, в применении к «Школе жизни» можно выбрать следующие заголовки: «Как сделать сто шагов к успеху?» (точное указание количества «шагов» привлекает дополнительное внимание), «Как стать богатым?» (животрепещущий вопрос на одной шестой части суши), «Как стать счастливым?» (то, что интересует всех людей во все времена), «Как привлечь внимание мужчины?» (какая ж женщина пройдет мимо?!), «Как вырастить здорового ребенка?» (это даже я бы читала с удовольствием)… и так далее.

Учтите, что ***заголовок*** – это вывеска. Вы ведь не зайдете в магазин с непривлекательной вывеской и грязной витриной. Разве что вам рекомендуют данное заведение как нечто уникальное, где вы наверняка сможете купить то, что ищете годами. Но проходя мимо, просто так – не зайдете. Так же и с текстом. Театр начинается с вешалки, а текст – с заголовка. Именно заголовок ответственен за первоначальное привлечение читателей.

Если заголовок не дается, то можно пойти по пути римейка. Для этого берется известное, рейтинговое произведение (к примеру, «Курочка Ряба»), которое наверняка известно большей части аудитории. Название оригинальной статьи может звучать так: «Почему разбилось яичко курочки Рябы?», «Психологические аспекты поведения мышки в «Курочке Рябе» и так далее. «Курочка Ряба» должна в обязательном порядке фигурировать в названии произведения. Поклонники и противники «Курочки Рябы» одинаково дружно бросятся читать.

Далее вопрос ***содержания***. Если вы хотите, чтобы ваше произведение набрало максимально возможное количество голосов (неважно каких, вопрос о количестве) или максимально возможное количество комментариев, то достаточно включить в текст спорный вопрос. К примеру, написать о том, что курочка Ряба была явно психологически неадекватна, страдала комплексом неполноценности, а ее отношение к собственному яичку, которое она подарила хозяевам, вместо того чтобы вырастить из него цыпленка, характеризует ее как плохую мать, не заботящуюся о потомстве. Можно упомянуть о том, что курочка Ряба не желала думать о выживании вида и опасалась любой ответственности.

Подобное заявление гарантированно обеспечит вас потоком комментариев и оценок. Причем, комментировать будут как ненавистники курочки Рябы, так и ее апологеты. Одни будут восхищаться вашим тонким психоанализом, другие изо всех сил защищать курочку Рябу, объявляя вас некомпетентным психологом, который не знает базовых основ сказочного повествования. Как бы то ни было, количество комментариев будет. Вот за качество не поручусь, но сейчас не о нем речь.

Таким же образом следует поступать, если вы изобрели оригинальное название для своего текста. К примеру, «Как сделать сто шагов к успеху» может в равной степени описывать как бизнес, так и новомодную диету. Однако в целях привлечения комментаторов какой-то из вопросов должен быть спорным. Предположим, вы написали об успехе в бизнесе. Для того чтобы ввести спорную нотку в текст, достаточно дополнить статью следующей фразой: «Что бы ни говорили о Березовском, но лично я

считаю, что человек, который смог заработать такое количество денег, заслуживает уважения. А методы, которыми он пользовался для получения прибыли, заслуживают самого пристального изучения и достойны применения для достижения собственного успеха». Все. После этого комментаторы у вас в кармане. Как положительные, так и отрицательные.

Помните:
**Для того чтобы текст начали читать, его название должно привлечь внимание.**
**Для того чтобы текст прокомментировали, нужно оставить читателям недоговоренную мысль, которую они смогли бы договорить и дополнить сами.**

Но остается еще вопрос оценки читателями вашего произведения. А вот это уже зависит исключительно от вашего таланта. Насколько грамотно вы смогли изложить интересующую читателей тему, насколько владеете этой самой темой, как интересно можете преподнести ваши мысли читателям.

Учтите, что если в вашем произведении нет ничего, кроме привлекательного заголовка и провокационного вопроса, то оно, конечно, наберет определенное количество читателей. Но в дальнейшем вас читать уже не будут. Вы заработаете репутацию «пустого автора», и к вам будут заглядывать только новички, которые еще не сталкивались с такими «крутыми обломами». О повторных возвращениях читателей можно уже и не мечтать.

Так что, если вы хотите создать действительно хорошее произведение, то как можно больше думайте о том, что вы хотите сказать читателям.

Заканчивая эту статью, я подумала, что она удовлетворяет всем вышеприведенным требованиям. Собственно говоря, в какой-то мере данная статья является провокацией не столько для читателей, сколько для авторов (в каком бы жанре данные авторы ни работали). В наличии имеется и заголовок, и простор для дискуссии. Что ж, посмотрим, сколько будет желающих размять пальцы на клавиатуре, чтобы написать комментарий или проголосовать за текст. И сколько читателей будет привлечено заголовком.

Удачных вам текстов!

Автор - София Варган
Источник