

# ZIUA

ÎN CARE AI DEVENIT

UN SCRITOR

GROZAV



# Grozav!

Comunitatea ta, văzută prin alți ochi.

## Despre ce vom vorbi în acest ghid

I. Introducere - Cum a început totul .....	3
II. Procesul de a scrie .....	5
1. Cercetarea .....	5
2. Definește scopul articolului.....	6
3. Reîncadrează articolul pentru cititor .....	9
4. Organizează .....	11
5. Scrie pentru o singură persoană .....	12
6. Creează Primul Draft Urât (PDU) .....	12
7. Îndepărtează-te.....	13
8. Rescrie și editează.....	13
9. Dă-i un titlu grozav .....	14
10. Aruncă o privire finală pentru ușurința de citire.....	15
11. Roagă pe cineva să te editeze sau corecteze .....	18
III. Tips & tricks .....	18
Orice poveste.....	18
O imagine .....	19
KISS .....	19
Pune 140% din talentul tău în titlu și introducere.....	19
Cum scap de blocajul scriitorului? .....	20
Nu uita de teoria GAP .....	20

## I. Cum a început totul



Pe 24 februarie 2015 începeam o aventură ce avea să mă convingă, dacă mai era nevoie, că unele din cele mai plăcute sentimente pe care le putem trăi ca și oameni vin atunci când contribuim la ceva mai mare decât noi, atunci când oferim ceva.

Chiar de Dragobete prindea viață [Grozav.org](http://Grozav.org), un „blog” despre Timișoara, care își propune să schimbe modul în care oamenii văd comunitatea din care fac parte.

Pornit ca și un test de 1 an, ca și un experiment, am ajuns să-mi ating obiectivele în aproape jumătate din

timp. Timișorenii mi-au dovedit că într-adevăr este loc de povești care să ne arate altfel lumea din jurul nostru, care să ne prezinte și lucrurile care merg, exemplele pozitive, pe cei care aleg să facă lucrurile altfel.

De atunci, în doar 9 luni de la lansare, peste 40.000 de mii de vizite au avut loc pe site-ul proiectului, am reușit să avem în medie mai multe share-uri la un articol decât unele din cele mai citite ziare din România. Este clar că ceva facem bine.

Aceste rânduri de mai jos se bazează pe experiența mea în scriere în primul rând în cadrul Grozav dar și [SMARTERS](http://SMARTERS), unde principala strategie de a atrage clienți este prin a scrie conținut de calitate.

Am învățat în acest timp lecții valoroase despre cum să scrii în mediul online, cum să transmiți un mesaj sau o emoție și, cel mai important, să adaugi valoarea oamenilor. Sfaturile de mai jos se bazează pe o combinație de scriere literară, în sensul clasic de autori de beletristică, dar și cunoștințe de marketing, în special copywriting și psihologie. Toate combinate cu o înțelegere a mediului online m-au ajutat să am rezultatele menționate mai sus dar și să le repet și cu alte proiecte.

Am mai împărtășit aceste idei și prin intermediul unor training-uri, iar rezultatul a fost că și oameni care nu credeau că au talent în a scrie au primit feedback de la cei apropiați de genul „*nu îmi imaginam că scrii așa frumos*”. Funcționează. Nu degeaba mi se potrivește numele de Toma. Sunt necredincios, în sensul în care nu cred până nu testez.

Pentru că cel mai bine este să începi cu finalul, așa arată din punctul meu de vedere **un articol grozav**:

- Este scris într-un mod simplu;
- Este scris la persoana a II-a singular „tu” sau persoana I plural „noi”;
- Se folosește de toate oportunitățile mediului digital (video, imagini, link-uri);
- Abordează un subiect sau o perspectivă nouă;
- Are o structură clară și este ușor de parcurs de către cititor;

De cealaltă parte, **un articol slab**:

- Este scris în grabă;
- Are erori gramaticale;
- Nu conține nicio imagine;
- Folosește un limbaj formal sau dificil;
- Nu aduce nimic nou;
- Nu aduce **plusvaloare** cititorului;

Cam acestea ar fi lucrurile care determină, din punctul meu de vedere, un articol bun, respectiv unul slab. De fapt, ele reprezintă baza minimă, peste ele mai trebuie să adăugăm câteva elemente ce țin de scriere. Să vedem despre ce-i vorba zic.

## II. Procesul de a scrie.

Lucrurile pe care le voi explica mai jos pot fi definite ca și un proces, pentru că urmează o ordine temporală. De asemenea, eu le folosesc și ca un checklist, pentru a mă auto-verifica și pentru a fi sigur că am un mecanism de control care să mă ajute să reușesc constant să creez conținut de calitate. La urma urmei, diferența dintre un profesionist și un amator este exact această **constanță în rezultate**.

Să-i dăm drumul deci.

### 1. Cercetarea

**Un articol bun** e scris deja în capul tău, chiar înainte de a te așeza să tastezi măcar o virgulă. Cele mai reușite materiale pe care le-am scris parcă mereu au fost străluciri de moment când îmi veneau idei geniale de abordări, de ce cuvinte să folosesc, ce structură să aibă articolul. Sau cel puțin asta credeam. Pentru că, stim mai bine, aceste „străluciri” de moment sunt de fapt idei care s-au format și dezvoltat în timp. Scriperea de moment a durat câteva ore, zile sau chiar ani să se dezvolte în „background”, la nivel subconștient în creierul nostru. De aceea, când a ieșit la suprafață părea atât de bună și de bine gândită. Pentru că de fapt chiar a fost.

Acesta este unul din motivele pentru care **partea de cercetare** este atât de importantă: **ne oferă o imagine de ansamblu asupra subiectului**, exemple de cum a mai fost abordat acesta, informații noi și în general o mai bună înțelegere a temei despre care scriem și a lucrurilor care au fost omise în încercările anterioare de abordare a ei.

De asemenea, dacă pentru a ne scrie articolul urmează să facem și un interviu, nu pot sublinia cât de important este să cunoaștem cât mai bine persoana pe care o vom intervieva. Mai ales dacă a mai răspuns și altor intervievați este și o dovadă de respect din partea noastră să-i arătăm că ne-am făcut temele și nu repetăm întrebări deja atinse în alte articole. E o oportunitate să punem mai multe întrebări despre subiecte care poate nu au fost bine acoperite și simțim că ar merita să intrăm mai în detaliu.

Cercetarea poate lua diferite forme. În funcție de tema pe care o abordăm putem ajunge de la a căuta pe Google la a ne afunda în diferite cărți sau să trimitem emailuri unor persoane din domeniu. Scopul este să înțelegem mai bine contextul și care sunt întrebările la care merită să răspundem.

Deci  
**niciodată să nu sari peste partea de cercetare!**

## 2. Definește scopul articolului

Acum că înțelegem mai bine tema și întreg contextul, suntem cu un pas mai aproape de a scrie. Dar nu încă, nu prietenul meu. Un articol bun trebuie să fie clar și ușor de citit de către ceilalți. Asta înseamnă că și noi am fost clari atunci când am scris. Cel mai important lucru pentru a reuși asta este să ne definim de la început care este scopul articolului. **De ce îl scriem? Ce trebuie să știe sau să simtă cititorul atunci când termină de citit?**

Definirea unui scop precis, înainte să ne apucăm de scris, ne va ajuta enorm să menținem totul simplu și clar. Vei vedea că cel mai des te vei nu te vei confrunta cu prea puține informații despre subiectul articolului, ci cu prea multe și nu vei ști ce să alegi. Pentru majoritatea temelor vei găsi o multitudine de informații, care de care mai interesante.

Dar dacă le incluzi pe toate în lucrare nu va avea niciun sens și cititorul nu va rămâne cu nimic la final. Și atunci, ce rost a mai avut tot efortul de a scrie? Sau, de exemplu, dacă ții un interviu care s-a întins ca și timp mult peste așteptări (cum se întâmplă de obicei), care sunt „parantezele”, anecdotele pe care le includem în articol și pe care nu?

Atunci ne ajută definirea scopului articolului. Odată acesta clar stabilit ne va fi clar care sunt informațiile care ne ajută să ne atingem scopul și cele care nu.

Cum spuneam, un obiectiv este specific și te ajută în decizii. Iată câteva exemple:

- La finalul articolului cititorul va înțelege de ce e mai bine să ai o atitudine pozitivă asupra vieții.
- Scopul articolului este să arăt că se poate călători cu bani puțini și că Xulescu a dovedit asta;
- La final oamenii vor înțelege că sunt o grămadă de lucruri frumoase în jurul nostru dacă suntem deschiși și prezenți să le vedem;

Și așa mai departe. Pentru a-i fi clar cititorului, trebuie să-ți fie și ție clar de ce scrii ceea ce scrii. Acum, am pățit de câteva ori ca pe parcursul scrierii articolului să-mi dau seama că de fapt scopul acestuia e (sau trebuie să fie) altul. Deci e posibil ca acesta să se schimbe pe parcurs, mai ales dacă reușești să mergi către ceva mai profund. Important este să îți fie clar la tot pasul.





----

Înainte de a merge mai departe aș vrea să încercăm un mic joculeț. Mă bazez pe integritatea ta să nu sari mai departe (mai ales că e fun jocul) și nici să nu tragi cu ochiul la răspuns.

Buuuun. Ce trebuie să faci? Eu îți voi da câteva informații despre o anumită situație și tu trebuie să scrii începutul unui articol. Practic titlul și 1-2 paragrafe. Atât. Fă abstracție de datele fictive sau referințele la Game of Thrones. E o situație ipotetică, ia-o ca atare! **Acest articol va fi publicat în ziarul liceului** scris de și pentru liceeni.

Here we go:

„Săptămâna viitoare, toți elevii de la liceul unde înveți (da, ești din nou licean/liceancă) vor merge în orașul vecin pentru a participa la un seminar despre România în UE.

Printre vorbitori vor fi domnul John Snow, Președintele UE, 2 români care sunt funcționari publici la Bruxelles și alți oameni respectați din domeniu.

Evenimentul va avea loc la Muzeul de Artă Contemporană începând cu orele 10:00 și până la ora 14:00. Plecarea se va face din fața liceului la ora 09:00. Transportul este asigurat de liceu.

Acest eveniment face parte dintr-o suită națională de evenimente ce au ca și obiectiv promovarea impactului pe care UE l-a avut asupra României începând cu aderarea noastră din 2007.”

Bun, acum e rândul tău. Ai 4 minute și 37 de secunde (pe ceas) pentru a scrie titlul și 1-2 paragrafe introductive. Scopul este să faci totul cât mai interesant.

Mult spor!



Te-am prins! Ai vrut să treci direct la rezolvare. Treci înapoi și scrie. E important exercițiul.

Serios, nu trișa!

Buuun, acum (sper) că ai depus efortul de a scrie introducerea, măcar mental, dă-mi voie să fac o asumție. De fapt, e o asumție măsurată: peste 90% dintre cei care fac acest exercițiu fac o eroare mare de scriere.

Dacă e să am dreptate titlul tău sună ceva în genul „John Snow, președintele UE ține un discurs cu ocazia evenimentului X” sau „Președintele UE ne vorbește despre impactul UE asupra României”.

Nu sunt titluri rele, doar că au o problemă majoră și știi care este aceasta? Sunt bleeeeeeah. Boring! Să fim serioși, ce elevi au poftă să asculte un funcționar public (chiar dacă se numește John Snow)?

Așa că, din păcate, cel mai probabil și tu, la fel care și majoritatea celor care fac acest exercițiu, ați eșuat în a vă îndeplini scopul. Și anume să vă puneți în locul publicului țintă (ceilalți elevi) și să scrieți ceva interesant și care să aducă valoare acestora.

Un răspuns corect la această sarcină ar fi fost să începi cu un titlu de genul „Marțea viitoare nu se fac ore” și apoi să continui prin a explica de ce. Crezi că ai fi atras mai mult atenția cu un astfel de titlu?

Dacă ai scris ceva de genul, felicitările mele. Ori ești la liceu încă, ori ești o persoană foarte empatică și vei face lucruri grozave în viață.

Ca să mă asigur că nu sunt înțeles greșit, în acest exercițiu nu este vorba despre a promova o atitudine neproductivă între elevi, ci pur și simplu de a vedea dacă ne putem pune în locul publicului nostru țintă și să scriem pentru el.

Și asta ne duce la pasul următor:

### 3. Reîncadrează articolul pentru cititor

Ce uităm, majoritatea dintre noi, atunci când scriem, e că nu facem acest lucru pentru noi, ci pentru un cititor. Dacă acest cititor arată demografic și psihologic ca și noi, avem noroc. Dar de cele mai multe ori nu va fi așa și trebuie să ne punem în papucii lui și să scriem pentru el.

Odată ce am definit tema și scopul articolului este momentul să ne punem întrebarea: **oare asta e interesant pentru altcineva în afară de mine?** De ce ar merita pentru

altcineva să citească bla bla-urile mele? Cum pot să fac totul cât mai interesant pentru cititor? Oare care este cel mai interesant punct din această temă/articol pentru celălalt?

**Dacă îți pui aceste întrebări și apoi și răspunzi la ele, vei vedea că scrisul tău va fi mult mai de impact.**

Un alt lucru de care trebuie să ții cont în această etapă este „blestemul cunoașterii”. Practic, acesta înseamnă că odată ce știm ceva, ne este aproape imposibil să ne comportăm ca și cum nu am ști acel lucru. Pentru noi, ca și scriitori, riscul este că, făcând cercetare, să plecăm de la asumptia că și cititorii noștri sunt la fel de informați pe acea temă. Și, deci, putem folosi termeni sau nume fără să-i explicăm sau să oferim puțin context în jurul lor. Și așa cădem în blestemul cunoașterii. Iar cititorii noștri vor rămâne din păcate cu lacune, care îi vor afecta pe tot parcursul citirii articolului. Asta dacă nu renunță pentru că nu mai înțeleg nimic.

Nu pleca niciodată de la asumptia că cei pentru care scrii cunosc deja la fel de bine ca și tine tema și alte informații din jurul ei. Oferă o introducere, puțin context și în general imaginează-ți: **dacă tu, acum, ai auzi pentru prima dată despre subiect, ce ai vrea să știi?**

În această etapă filtrăm atât scopul articolului pentru a ne asigura că este interesant pentru publicul țintă, dar de asemenea de el trebuie să ținem cont pe tot parcursul scrierii și să luăm decizii în funcție de ce interesează publicul țintă.

Un lucru pe care am început să-l practic de ceva timp, este ca **atunci când scriu un articol să îmi imaginez foarte clar pe unul dintre cititori**. Să vizualizez o persoană care are caracteristicile principalului procentaj a celor care vor fi cititorii articolului. Cu alte cuvinte, e reprezentativ pentru *majoritatea* cititorilor. Acest lucru mă ajută de la deciziile mari legate de abordare și perspectivă, până la alegerea unui anumit cuvânt în diferite locuri în articol. Așa se face magia, prietene.

De exemplu, în cadrul Grozav.org am definit (în scris!) 3 tipuri de cititori, pentru că mi-am dat seama că acestea sunt principalele categorii de urmăritori ai blogului. Fiecare categorie are un nume, și am definit foarte clar cum arată acea persoană, ce vârstă are, ce interese, cât poartă la picior etc. Glumesc în legătură cu numărul de la picior. Sau poate nu ;) Nu mă întreba cum am ajuns să știu atât de multe lucruri, dar îți pot spune că skillul meu de stalking e peste 9000!

Definește-și clar persoana pentru care scrii și imaginează-ți-o în fața ta atunci când scrii. Vei vedea cât de mult îți influențează asta scrisul și te ajută să realizezi un articol în care omul simte aproape că stai lângă el/ea și îi povestești.

4.

## Organizează

Ai observat cum unele articole, cărți sau scrieri în general sunt mai ușor de citit decât altele? Parcă treci ușor prin ele, ceea ce urmează se leagă foarte bine cu ceea ce a fost înainte, totul curge logic? Ei bine, sunt șanse mari ca „vinovatul” să fie structura.

Unul din cele mai bune articole pe care le-am citit raportat la impactul pe care l-au avut asupra modului în care scriu a fost [Structure, de John McPhee](#). E destul de lung dar ca să-l rezum: e grozav! Când ai timp citește-l, merită. Acest articol m-a ajutat să îmi ordonez mult mai mult procesul de scriere și să realizez de ce unele materiale sunt mult mai ușor de citit decât altele. De asemenea, după ce l-am citit mi-a fost mult mai ușor să aleg între lucrurile care intră într-un articol și cele care nu.

Ideea e că **marea majoritate a scriitorilor pe care îi respecti pun accent pe structură**. Garcia Marquez de exemplu nu începea niciodată o carte fără a avea o structură clară, chiar bine detaliată. De multe ori, spune acesta, știa și câte pagini trebuia să aibă cartea la final. Chiar și când vorbim despre mamuți de 600+ pagini precum „*A trăi pentru a scrie*”, biografia lui.

Înainte să te pui să așterni totul pe hârtie... pardon, ecran, **fă-ți o structură clară**. Dacă vrei să nu treci de la o idee la alta, să nu pierzi punctele cheie ale poveștii printre cele neimportante și, în general, să fii asociat cu cineva care scrie „doar bla bla, fără a spune nimic” fă-ți o structură clară.

Gândește-te la toate ideile pe care le-ai adunat în urma cercetării, a interviului, și identifică firul roșu al poveștii. Nu începe până nu știi care îți e „drumul”. Sunt șanse mari ca notițele și ideile să fie haotice. La urma urmei, cercetarea înseamnă explorare. **Organizează informațiile pe sub-teme, idei, cronologic**, cum simți că e nevoie.

În general, am observat că o abordare cronologică este cel mai ușor de folosit (adică să iei lucrurile de la început până unde sunt astăzi). Și poți, în anumite puncte, să faci un salt pe orizontală și să detaliezi lucrurile și din alt punct de vedere, și în final vei avea o poveste pe care cititorul o va putea urmări cu ușurință.

De asemenea, pe lângă **punctele cheie ale articolului**, îți recomand să îți definești și subpunctele, chiar dacă vorbim doar de a avea anumite linii. Când vezi totul așa simplu îți pot sări în ochi mai ușor lucrurile care „nu pușcă”. În general îmi definesc o structură a subpunctelor fiecărui articol.

De exemplu, pentru [blogul SMARTERS](#) încerc să definesc o structură și pentru subpunctele articolului. Țin totul simplu, la nivelul de: Ce este - De ce este important - Ce

să faci -  
Exemplu. Dar dacă folosești asta pe toată „durata” articolului, ai fi uimit să vezi cum cititorul pur și simplu „înțelege”, sau cum spun anglofonii „I get it”.

## 5. Scrie pentru o singură persoană

Mai ții minte cum spuneam mai sus să-ți definești scopul articolului și, mai important, să definești totul pentru cititor? Ei bine, acum e momentul să ducem totul la nivelul următor.

Una din întrebările pe care le primesc cel mai des este „**Cum scriu pe limba cititorului?**”, „Cum îmi fac stilul/limbajul mai simplu?”. Ei bine, prietenul sau prietena mea, răspunsul este să scrii pentru o singură persoană.

În loc să îți imaginezi multitudinea și diversitatea oamenilor care ar putea să-ți citească articolul, mai bine concentrează-te să-l scrii pentru cei care îl vor citi de fapt. Pentru că, la urma urmei, chiar și dacă ai 1 milion de cititori, aceștia se pot împărți în câteva categorii pentru care te citesc, fiecare având motivul său.

Și nimic nu face un articol mai puternic și de impact pentru cel care îl citește decât să simți că este scris pentru el. Să simți că cel care a scris te ține de mână și îți povestește. Cam acesta ar trebui să fie obiectivul tău legat de experiența omului care îți citește munca.

Și nu există metodă mai bună pentru a reuși asta decât să ți-l imaginezi efectiv în fața ta pe cel/cea pentru care scrii. Definește-l cât mai clar în mintea ta, vizualizează-l. Cu cât cunoști acel cititor mai bine, cu atât poți folosi cuvinte, exemple și referințe cu care acesta se poate conecta și deci te poate înțelege mai bine.

Nu mă crede pe cuvânt, încearcă.

## 6. Creează Primul Draft Urât (PDU)

**E timpul să dansăm-scriem ca și cum nimeni nu ne privește.** Una din cele mai mari provocări ale celor care scriu este că nu știu cum să înceapă, se blochează la un anumit cuvânt și în general simt că anumite lucruri „nu pușcă”. Și atunci rămâi blocat la acel cuvânt sau la acea frază, devii frustrat... continuarea o știm.

Dar acesta este unul din cele mai proaste lucruri pe care poți să le faci. Poți să fii tu și Hemmingway, foarte rar sau *niciodată* nu o să scrii foarte bine un text mediu sau lung din prima. Dacă te blochezi asupra unui mic detaliu, cum ar fi o propoziție care nu sună bine, sau un cuvânt nepotrivit, o să-ți pierzi tot „mojo-ul” tot ritmul pe care îl ai.

Nici nu vrei să-ți imaginezi cum arăta prima variantă a acestui ghid. Dar nu mi-a păsat, pur și simplu am așternut cuvintele pentru că am știut că nu vor vedea lumina zilei în forma aceea.

Am observat că, de obicei, cele mai mari probleme pe care le avem atunci când scriem, legat de ceva care nu se potrivește, se pot foarte ușor și rapid rezolva luând o pauză (cred că de aici a pornit vorba „pauzele lungi și dese, cheia marilor succese”).

Așa că, atunci când simți că ceva „nu pușcă”, nu-ți face griji. Pur și simplu scrie. Nu te îngrijora prea mult legat de gramatică, de o literă greșită, de 2 cuvinte care nu merg foarte bine împreună de o repetiție. Cu alte cuvinte, de formă. **Crucial în această etapă este să te folosești de starea de creație pe care o ai și să așezi toate ideile care îți vin.** Poți sări de la un punct la celălalt, să lași fraze neterminate, fă-ți notițe să înlocuiești anumite cuvinte. Just do it!

## 7. Îndepărtează-te

După ce am realizat o primă variantă a articolului nostru trecem la un alt punct critic. Să luăm o pauză. Ideal ar fi să lași lucrurile de pe o zi pe alta, din experiență am văzut că atunci se sedimentează și clarifică cel mai bine ideile.

Așa cum spuneam și mai sus, pauza este crucială pentru că ne poate ajuta să rezolvăm foarte ușor anumite situații care păreau dificile la un moment dat, ne ajută să ne îndepărtăm de text și să-l putem privi critic mai apoi. Atunci când scriem suntem foarte concentrați pe un anumit punct de vedere și avem o vedere îngustă. Dar e aproape magic cum, dacă ne depărtăm puțin, totul devine mai simplu și clar.

Dacă vrei să scrii texte cu adevărat grozave, pauza nu e doar un moft, e un pas foarte important. Îndepărtează-te de lucru și fă cu totul altceva, relaxează-te.

## 8. Rescrie și editează

Sper că nu te-ai speriat că va trebui să arăți lumii acel prim draft urât, nu? :) Acum e momentul în care ne ocupăm de detalii.

Până în momentul de față s-au întâmplat 2 lucruri importante care ne vor ajuta să creăm acel text grozav: în primul rând, la nivel de subconștient avem o anumită structură a poveștii și știm punctele cheie precum iar informațiile despre subiect s-au mai organizat și clarificat. În al doilea rând, am luat o pauză care acum ne permite să vedem totul cu alți ochi.

Acum este momentul să ne uităm peste toate idioțeniile pe care le-am așternut și să vedem ce are sens și ce nu, cum se leagă totul, să scriem în limba română (sau care ne-o fi limba articolului) :) De aceea nu era important la prima scriere să fim atenți la detaliile acestea pentru că acum ne putem ocupa liniștiți de ele.

În partea de editare, pe lângă lucruri mai simple precum corecturi gramaticale, evitarea repetițiilor și lucruri de genul, trebuie să fim foarte atenți și la puterea cuvintelor și a scrierii. **Analizează-ți scrisul și vezi dacă ideea pe care vrei să o transmiți este destul de clară**, dacă ai folosit chiar cuvântul potrivit și dacă nu cumva mai sunt lucruri pe care poți să le elimini, să simplifici totul și să-l faci mai puternic? Ah, și încă ceva.

Am denumit acest punct **rescrie** și editează pentru că există situații în care o simplă corectură nu este de ajuns. Și din nou, revenind la ce face un text să fie cu adevărat frumos, să transmită ceva, e efortul depus de cel care l-a creat.

Dacă sunt lucruri care „nu pușcă”, nu le lăsa așa.

Dacă simți că o idee nu este destul de clară, nu o lăsa așa.

Dacă structura aleasă nu este neapărat cea mai potrivită, nu o lăsa așa.

Dacă simți că sunt goluri în informațiile pe care le-ai prezentat, nu le lăsa așa.

Dacă nu ești sigur de anumite lucruri și ar trebui să te întorci la sursă, întoarce-te.

Partea crucială în această etapă este gândirea critică și, wait for it, empatia. Mai ții minte că spuneam să reîncadrezi totul pentru cititor? Să te pui în papucii lui? Trebuie să ne întoarcem la asta (dacă ne-am îndepărtat cumva). Nu edita doar să sune bine pentru tine sau să fie corect gramatical, asigură-te că articolul își îndeplinește scopul.

## 9. Dă-i un titlu grozav

**Știi că doar 1 din 5 persoane care citesc un titlu ajung să dea și click pe el pentru a citi mai mult?** Și sincer, din punctul meu de vedere statistica aceasta este greșită. Corect ar fi 1 din 20 sau chiar mai mult. Trăim într-o lume în care suntem bombardați de informații și atenția noastră este praf. De aceea, e crucial să ne asigurăm că tot efortul depus pentru a scrie articolul nu este în zadar.

Dar, din păcate, mulți scriitori, odată ajunși în acest stadiu de a da un titlu articolului sunt prea obosiți sau presați de timp pentru a-i mai acorda importanța necesară. Și uite așa se face că tot efortul depus va avea din păcate un impact de 20 de ori mai mic decât era posibil.

Ziarele de cancan, showbiz sau cele de genul BuzzFeed, Upworthy sunt cei mai buni la a veni cu titluri care ne atrag atenția. De aceea sunt și printre cele mai vizitate website-uri din lume în majoritatea țărilor. Pentru că **ni se adresează specific unor nevoi umane cum ar fi curiozitatea.**

Nu spun să faci ca și ele, dimpotrivă. Motivul pentru care le urâm cu toții este pentru că ne promet mult dar livrează puțin. Titlul îți promite ceva senzațional, unic, dar când ajungi la conținut vezi că de fapt nu e nimic consistent, ai fost păcălit.

Ce trebuie noi să facem este să găsim cel mai interesant lucru din articol din perspectiva cititorului și să-l transformăm într-un titlu grozav. Este foarte important să fim specifici în titlu, să oferim oamenilor clar motivul pentru care articolul este interesant.

Cum reușim asta? Aici vine partea amuzantă, dar ție nu o să îți placă: **pentru fiecare articol scrie minim 20 de titluri.** Nu, nu am înnebunit. Chiar și scriitorii cu experiență, care ai zice că au scrisul „în sânge” încearcă multe variante ale titlului. De cele mai multe ori cea mai bună idee vine la numărul 14 sau 17. Atunci când ne provocăm creierul să vină cu acest număr (sau unul mai mare) este clar că trebuie să iasă din tiparele obișnuite de gândire și să vadă lucrurile altfel. Și așa se întâmplă magia.

Vei observa, anumite *tipuri* de titluri funcționează cel mai bine. Nu mă refer neapărat la liste, întrebări și alte lucruri de genul. Asta depinde de la caz la caz, dar vei vedea și în cazul tău că poate folosirea numelui protagonistului, o aluzie la ceva mai cunoscut sau un joc de cuvinte funcționează ca de minune.

Ce îți recomand aici este să fii atent la titlurile care îți atrag ție atenția, la cele care îți plac și salvează-le undeva. Fă-ți un document „Titluri grozave” și pune-le acolo. Vei vedea ce bine îți pică atunci când nu ai inspirație. Chiar dacă titlul tău final va arăta total altfel poate, ai aprins scânteia creativității.

Atenția este cel mai de preț lucru pe care trebuie să îl câștigăm iar titlul este principala noastră armă. Nu o ignora.

## 10. Aruncă o privire finală pentru ușurința de citire

Un aspect care nu ne îngrijora înainte de dezvoltarea mediului digital este partea de citire. Dacă publici o carte nu îți pasă dacă e ușor sau greu de citit din punct de vedere al așezării în pagină, tu te concentrezi doar pe cuvinte, de restul se ocupă, teoretic, editura.

Dar cu siguranță și tu te-ai lovit de cărți unde un paragraf avea vreo 3 pagini. Zid de text! Și îți amintești cât de greu era de citit și de urmărit.



Fără să intru în detalii tehnice legate de exemplu de fonturi (dacă au serife sau nu), dacă scrii pentru mediul digital, **ușurința de citire este crucială**. În primul rând, așa cum spuneam și mai sus, atenția ne este mult mai solicitată. Dacă un text este greu de citit (din orice punct de vedere) ne pierdem interesul mai repede. Și chiar dacă ai vrea, e mai obositor să citești de pe un ecran de 10 cm decât dintr-o carte.

Imaginează-ți și tu cum ar fi să intri pe un website și să te lovești de ceva de genul:



Dar aici parcă este o altă viață, nu?

By us



Imag  
run o  
You c  
in the

Watc  
the ti



Vezi ce **bine aleasă este spațierea dintre litere, dintre rânduri, dintre paragrafe?** Fontul în sine este special pentru web și se folosesc imagini pentru a ne ajuta să parcurgem informația și să mai împartă textul?

Tipul care a scris acest articol are câteva milioane de vizitatori unici pe lună pe site-urile lui și cu timpul a optimizat fiecare aspect. Ce te interesează pe tine sunt aspectele sublinitate mai sus:

- Folosește propoziții scurte;
- Nu uita să mai apeși enter și să împarți paragrafele;
- **Bolduiește** anumite cuvinte importante pentru a da repere cititorului;
- Folosește imagini care te ajută să îți spui povestea;

11.

## Roagă pe cineva să te editeze sau corecteze

Amuzant este că, oricât de grammar nazi sau atent la detalii ai fi, biologia îți joacă feste. Dacă lucrezi la un anumit material mai mult timp, creierul tău se va obișnui cu el atât de mult încât îți va fi greu să te mai uiți la el critic și să observi eventualele greșeli.

De aceea, este foarte bine odată ce simți că ai terminat un material, înainte de publicare, să îl dai cuiva să-l citească. Vei fi surprins de greșelile gramaticale care ți-au scăpat sau cât de neclare pot fi anumite idei, și totuși le-ai lăsat așa. Eu, de exemplu, am primit vreo 3 pagini de feedback pentru ghidul acesta. Și tot mai poate fi îmbunătățit.

De aceea, toate publicațiile au un editor care asta face: ia la puricat textele. Dar cum bănuiesc că tu nu ești în situația asta, poți ruga un prieten, care fie e bun la gramatică sau poate e în publicul țintă al articolului (ideal ambele) să te ajute. Caută pe cineva care știi că este atent la detalii și **nu-i e inconfortabil să fie sincer cu tine**.

## III. Tips & tricks

În final, câteva sfaturi și lucruri utile pe care le-am învățat pe parcurs și care nu-și găseau neapărat locul în procesul de mai sus, ele fiind utile pe tot parcursul scrierii unei povești.

### Orice poveste...

Trebuie să aibă un erou. Dar și un personaj negativ. Unul din tiparele pe care le-am observat scriind pentru [Grozav](#) a fost că articolele cu cel mai mare impact au fost cele în care prezentam nu doar reușitele protagoniștilor din articol, dar și momentele grele. Momentul de „Aha!” a venit în timp ce mă uitam la [o prezentare despre storytelling a celor de la Pixar](#), creatorii celor mai bune animații din istorie, cei care reușesc printr-un desen animat la urma urmei să facă și copiii și adulții deopotrivă să trăiască emoții puternice.

Personajul negativ din povestea ta poate fi orice și oricine, pornind chiar de la o persoană rea dar, în general, pot fi momente dificile prin care a trecut cel despre care scrii, părți negative ale unei meserii pe care o analizezi, ce nu știe lumea despre subiectul tău.

Dacă vrei  
să ai o poveste puternică structura ta nu trebuie să arate așa: a fost odată, și, și, și apoi... the end. Ci așa: a fost odată, și, și, dar într-o zi... și totuși... the end. **Mereu trebuie să ai un „dar”**.

## O imagine

Face cât 1000 de cuvinte. Un lucru pe care ni-l permite mediul digital este să ne folosim de puterea imaginilor. Dacă un print color este de câteva ori mai scump decât cel alb negru, în mediul online culoare nu te costă nimic. Imaginează-ți cum ar fi să scrii despre o stațiune turistică fără să arăți și imagini? Sau, dacă pui o poză cu persoana despre care scrii, cititorul va fi mult mai conectat cu el și cu textul tău.

Folosește-te de puterea imaginilor. **Arată-le oamenilor, nu le spune doar.**

## KISS

Mai pe lung, Keep It Short and Simple. Sau cum îmi mai place mie să spun, Keep it Smart and Simple. O eroare pe care o facem noi ca și scriitori e faptul că vrem să spunem tot și despre toate într-un articol. Dar astfel, singurul lucru care rezultă e un talmej balmej din care cititorul nu mai înțelege nimic.

Ține propozițiile scurte, ține frazele scurte. Dacă vrei să spui ceva, spune-l. Nu divaga în 100 de direcții. Acceptă faptul că anumite lucruri trebuie lăsate pe dinafară. Gândește-te la scopul articolului și la publicul țintă și prioritizează în funcție de acestea.

## Pune 140% din talentul tău în titlu și introducere

Am mai zis-o și sus, dar o voi repeta și aici: **Dacă nu atragi atenția omului și nu-i stârnești interesul, toată munca ta e degeaba**. Cea mai frumoasă operă de artă din lume, ascunsă în spatele unei uși încuiate nu aduce niciun beneficiu nimănui.

Dincolo de titlu, este important ca din primul paragraf să stârnești interesul cititorului. Să-i oferi câteva indicii despre cele mai interesante lucruri pe care le va descoperi dacă citește mai departe. În marketing, copywriterii știu că trebuie să-ți prezinte beneficiile la început, altfel te pierd. La fel și tu, oferă câteva indicii despre ce urmează și stârnește interesul omului pentru mai mult.

Ce am descoperit cu timpul este că de multe ori primul sau primele 2 paragrafe sunt pline de bla bla-uri d-ale mele încercând să introduc lumea în temă. Pe când, abia în

paragraful 3 oferă ceva informație interesantă și de valoare. Așa că, în partea de editare pur și simplu șterg primul sau primele 2 paragrafe și toată introducerea devine mai puternică.

## Cum scap de blocajul scriitorului?

Se întâmplă de multe ori să nu poți să începi. Stai și te uiți la documentul nou deschis dar gol, tastatura nu îți face cu ochiul, ai atâtea idei dar nu știi care să fie prima.

Un truc simplu pe care l-am descoperit aici este să vizualizezi în fața ta persoana căreia îi este destinat articolul și să începi cu „**Hei tu...**” și apoi continuă ca și cum ai povesti unui prieten. E magie, știu, îmi poți mulțumi mai târziu.

## Nu uita de teoria GAP

Ai observat cum în unele articole cititorul îți dă câte un hint de informație, urmat de „dar despre asta mai în jos”? E enervant de addictive, nu-i așa? Te face să tot citești mai departe pentru a vedea despre ce e vorba?

Ei bine, profesionist vorbind, aceasta este teoria GAP. *Gap* putând fi tradus prin gaură, lipsă, you know what I mean. Ți se spune ceva, dar lipsesc informații, este o lipsă pe care vrei să o umpli.

Pur și simplu, oferă indicii pentru alte idei care vor fi explicate mai jos.

## IV. La revedere

Dacă ai ajuns până aici, ești un om grozav. Nu doar pentru că ai rezistat să citești tot ce am așternut eu într-un mod dezordonat mai sus, ci pentru că asta înseamnă că ești conștient că în jurul nostru sunt povești care merită spuse, date mai departe.

Dacă te-a făcut curios ce ai citit mai sus, te încurajez să pui în aplicare cât mai mult și să continui mereu să citești și să încerci lucruri noi. La urma urmei, acesta e cel mai important lucru pentru a deveni un scriitor mai bun: practica.

Și dacă vreodată îți amintești de Grozav, să știi că mereu vom avea ușa deschisă pentru cei care vor să contribuie cu povești, indiferent că este vorba despre Timișoara sau alte comunități din România.

Până data viitoare, spor în toate și o viață faină!

Toma Grozăvescu