

Перевернутая пирамида

Это самая простая и часто встречающаяся структура в нехудожественных текстах. Вы видели ее в пресс-релизах, новостных заметках, часто и сами используете.

Идея перевернутой пирамиды в том, чтобы сначала рассказать самое главное, а затем спускаться к менее важным подробностям. Такая структура гарантирует, что читатель, даже не дочитав до конца, получит ключевые факты.

Говорят, перевернутая пирамида как схема построения текста появилась в 19 веке, когда американские городские издания начали публиковать сообщения из других городов, но быстро обнаружили, что такие сообщения надо сокращать — балтиморская газета не всегда может позволить себе перепечатать нью-йоркскую статью на 20 абзацев — и наоборот. Вскоре выяснилось, что у написанных пирамидальным образом статей можно отрезать хвост, и большая часть важной информации сохранится.

В информационную эпоху ножницы в руках у читателя. Он щелкает ими, как только закрывает вкладку браузера. Поэтому чем быстрее вы освоите перевернутую пирамиду, тем лучше — это ваше вложение в эффективный диалог с читателем.

Естественно, перевернутая пирамида применима не везде. Например, невозможно сделать интервью по принципу перевернутой пирамиды. Длинные тексты тоже рассыпаются. Уходит и интрига — представьте себе детектив, построенный по принципу пирамиды. Он назывался бы «Убийца — садовник».

Обычная новость или информационное сообщение состоят из 4-6 абзацев, чего вполне достаточно для построения пирамиды из трех ступенек (каждая ступенька — 1-2 абзаца).

Перечислим эти ступеньки:

заголовок — выражает идею всего текста одним предложением;

лид — содержит краткий анонсный пересказ всей новости или информационного сообщения. Иногда является одновременно первым абзацем;

первый абзац — отвечает на основные вопросы: кто, что, где, когда, почему и каким образом. В идеале первый заголовок и первый абзац самодостаточны;

второй абзац — содержит подробности или описывает второй информационный повод (представьте, что вы пишете об аварийной посадке самолета: всегда есть два повода — произошла посадка и никто не пострадал; в зависимости от вашего выбор один повод станет первым абзацем, а другой вторым);

третий абзац обычно либо развивает второй (например, дает подробности из другого источника — это часто происходит в журналистской деятельности, но не очень характерно для копирайтинга), либо содержит высказывание — например, цитату ньюсмейкера.

четвертый и последующие абзацы содержат контекст, в котором разворачиваются события, обеспечивают разворот темы. Часто дается и справочная информация, она называется бэкграундом.

Иногда бэкграунд плавно перетекает в служебную информацию. Например, пресс-релизы Apple заканчиваются словами:

“Компания Apple произвела революцию в мире персональных устройств, представив в 1984 году Macintosh. Сегодня Apple является мировым лидером в области инноваций, выпуская iPhone, iPad, Mac, Apple Watch и Apple TV. Четыре программных платформы Apple — iOS, macOS, watchOS и tvOS — обеспечивают идеально слаженную работу всех устройств Apple и предоставляют пользователям уникальные сервисы, включая App Store, Apple Music, Apple Pay и iCloud. 100 000 сотрудников Apple полностью посвящают себя созданию лучших продуктов на Земле и помогают сделать мир лучше, чем он был до нас.”

Есть несколько лайфхаков, которые надо уметь применять, если вы решили задействовать структуру перевернутой пирамиды:

Соберите все данные. Вы не сможете написать первый, самый насыщенный абзац, если не владеете темой.

Не пишите ни строчки, пока не прочтете исходный материал.

Напишите сначала заголовок. Ваш первый абзац зависит от того, что вы сначала укажете в заголовке, а не наоборот. Если вам придется выдумывать заголовок по уже написанному абзацу, вы заметите — стало сложнее, вы связаны по рукам и ногам.

Цитаты не так уж обязательны. Изучите все возможности добавления дополнительных элементов. Например, часто вместо абзаца текста достаточно вставить ссылку или интегрировать запись из Instagram / YouTube, поставить скриншот.

Относитесь к абзацам как к отдельным произведениям. Вы должны быть в состоянии менять их местами в любой момент. Нежелательно размазывать одну мысль на несколько абзацев.

Напишите по одной строчке на абзац, а потом раскройте каждую строчку, добавив подробности. Это позволит быстро набросать хороший план — еще до того, как вы осознаете, что пишете план.