

Как писать интересные тексты по финансовой грамотности



Текст: **Сергей Макаров**, независимый финансовый советник, заместитель директора Национального центра финансовой грамотности, эксперт Проекта Минфина России «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации»

Чтобы писать интересные тексты по финансовой грамотности для социальных сетей (и не только), необходимо прежде всего соблюдать несколько основных принципов, думать о читателе, чётко понимать тип и форму контента, соблюдать баланс формы и содержания, и не забывать о технических аспектах.

Главный вопрос, который стоит себе задавать в процессе создания текста, звучит так: «Что должен подумать, почувствовать, сделать читатель после знакомства с моим текстом?» Отвечая на него, вы выбираете читателя, стиль текста (тип, форму, структуру, язык) и все остальные элементы качественной публикации.

1. Принципы

Вызвать интерес. Социальные сети — способ быстрого поглощения информации, прокрастинации, «залипания», автоматического листания ленты. Не зацепило начало — вас пролистали. Вне социальных сетей привлечь внимание к теме проще, но время принятия решения (читать или не читать) всё равно составляет секунды. Поэтому длинные вступления можно оставить в прошлом. Захватываем внимание с первой строчки и сажаем, как горшок, в печку вашего текста. Сделать это можно через провокацию или необычный факт. Как вариант: поместите основную идею текста в самом начале, а подкрепляющие приводите по ходу изложения.

Пример. «В России на здравоохранение в 2018 году выделяли 438,3 млрд рублей. А ущерб от действий мошенников — 2,4 трлн. То есть россияне самостоятельно «сожгли» в пирамидах 6 бюджетов на здоровье...»

Развлечь читателя. Люди приходят в социальные сети не покупать, не учиться, а (в основном) развлекаться. Поэтому избегайте стиля академических статей и школьных учебников. Донosite свои идеи и мысли через любопытные факты. А если хотите заставить читателя раз-

1 ПРИНЦИПЫ

- Вызвать интерес
- Развлечь читателя
- Рассказать правду
- Принести пользу
- Не навредить
- Проявить заботу

мышлять — используйте открытый финал и оставьте его с вопросом, на который он должен ответить сам.

Рассказать правду. Финансы — ответственная область. Может быть, чуть менее ответственная, чем здоровье, но уровень влияния информации на жизнь людей весьма высока. Не врете и не передёргивайте факты. Придерживайтесь внутреннего этического правила: говорите правду, только правду и ничего, кроме правды.

Принести пользу. Чтобы микстуры не были слишком горькими, в них добавляют сахар. Возьмите этот приём на вооружение и смешивайте пользу с интересом, создавайте коктейль из практической и развлекательной информации.

Не навредить. Прежде чем излагать факты, давать советы и рекомендации, проверьте их. Постоянно спрашивайте себя: может ли навредить эта информация? Если да — лучше вычеркнуть часть текста. Например, говоря о возможной доходности при инвестировании, обязательно рассказывайте и о рисках, чтобы не создавать завышенных ожиданий и не «рекламировать» рискованные инвестиции тем, кто не готов к потенциальным потерям.

Проявить заботу. Позаботьтесь о читателе и сделайте свой текст максимально грамотным, без ошибок в словах и знаках препинания. Отформатируйте абзацы,

оставив по 2–4 фразы в каждом. Используйте простые предложения, по возможности избегайте «гусениц». Читатель должен скользить по тексту, как сёрфер по волнам.

Как не стоит писать: «Консультируя по вопросам личных финансов и составляя финансовый план, мы обсуждаем с клиентом финансовые цели, которые ставит перед собой человек, например, покупку автомобиля или квартиры для последующей сдачи в аренду с целью получения пассивного дохода вместо государственной пенсии, которая в России, как известно, мизерная».

2. Читатель

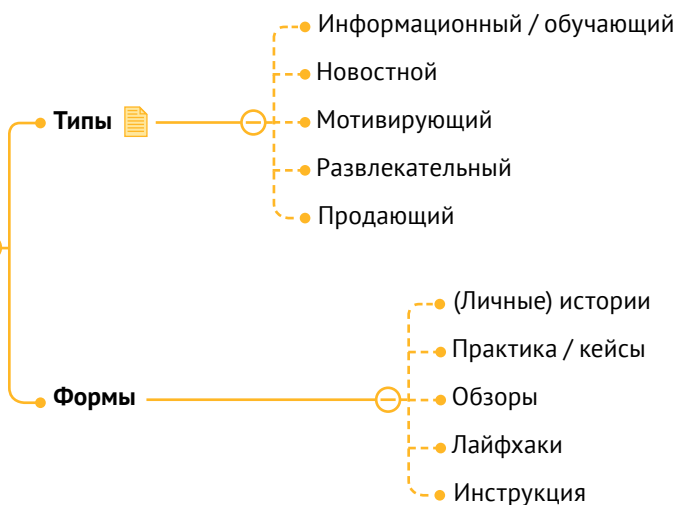
Тех, для кого мы пишем, по уровню знаний и интереса к теме можно разделить на несколько категорий: 1) профессионалы в области финансов; 2) интересующиеся темой; 3) широкие массы или равнодушные к теме люди; 4) те, кто игнорирует тему денег в своей жизни.

На мой взгляд, стоит писать для категорий 2 и 3: интересующимся дать нужную им информацию, равнодушных — попытаться зацепить, расшевелить.

Подумайте, кто ваш читатель и как он живёт. Говорите на его языке, приводите понятные ему примеры. Самый простой способ для начала — писать для таких же, как вы сами.



3 КОНТЕНТ



Ответьте на простые вопросы, которые помогут вам написать первый текст. Какой у вас доход? На что вы тратите деньги? Кто для вас авторитет? В каком магазине покупаете продукты? Мимо каких банков ходите на работу? На каком автомобиле ездите?

Вы можете выбрать, для кого писать. Домохозяйка и пенсионер — разные читатели. Их может интересовать одна и та же тема — например, депозит. Но «завернуть» информацию в текст можно по-разному, используя представление о своём читателе. Детализируйте для себя его портрет, его проблемы, надежды, отношение к деньгам. Исходя из этого, вы можете представить конкретного человека (реального или вымышленного) и писать текст, обращаясь к нему.

3. Контент

Выбор типа контента зависит как от целей конкретного текста, так и от стратегии ведения блога или группы.

- **Информационный / обучающий.** Сообщает полезную информацию — новую или известную, но под неожиданным углом. Учит что-то делать, даёт инструкции или рассматривает практические примеры.
- **Новостной.** Новости, дайджест, обзор новых законов и т. д.
- **Мотивирующий.** Помогает читателям осознать проблему, найти стимулы к действию, подтолкнуть в нужную сторону, поддержать.
- **Развлекательный.** Шутки, путешествия, необычные факты, забавные случаи, курьёзы.

Форму контента в самом начале ваших текстовых практик выбирайте в зависимости от того, что получается лучше писать.

- **Личная история** о том, как вы или ваш знакомый научились чему-то, получили какую-либо выгоду, избежали потерь.
- **Практика / кейсы.** Описание опыта использования финансовых инструментов, решения конкретной проблемы.
- **Обзор.** Разбор финансового продукта, обзор законодательства.
- **Лайфхаки.** Короткие полезные советы на каждый день для быстрого применения.
- **Инструкция.** Пошаговый алгоритм действий. Например, что делать, если карта застряла в банкомате, или как выбрать НПФ.

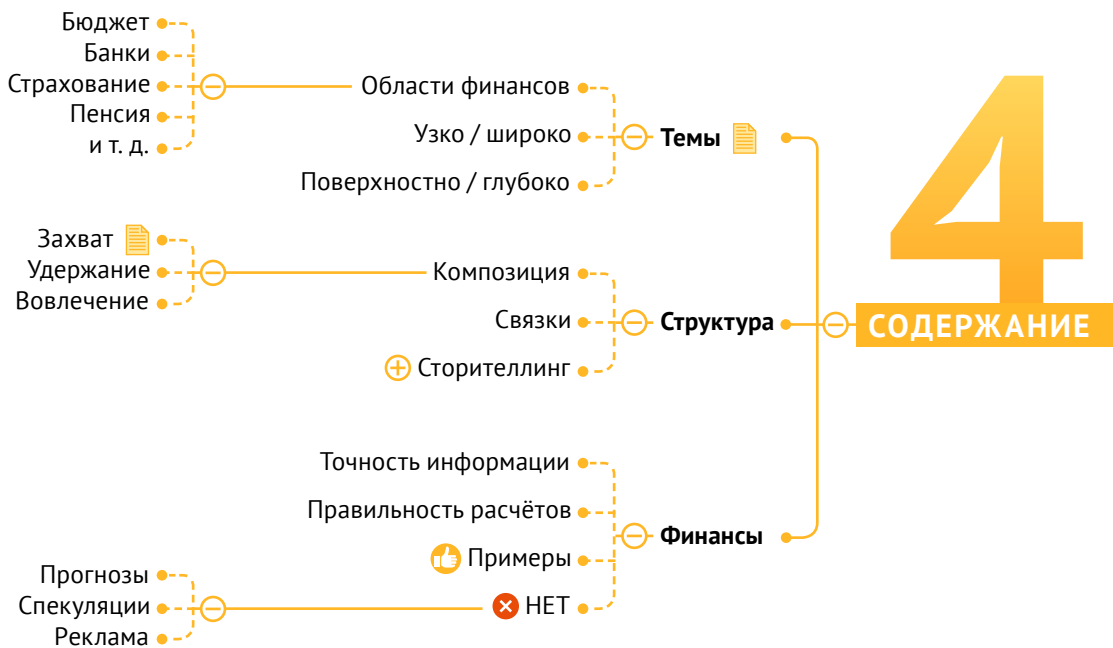
Скомбинируйте тип и форму контента, и вы получите:

- развлекательную инструкцию,
- обзор новостей за неделю,
- мотивирующую личную историю,
- список лайфхаков (например, «33 способа сделать что-либо»),
- побуждающий кейс.

4. Содержание

Темы. Основные темы — это области знаний по управлению личными финансами, которые касаются каждого из нас:

1. семейный бюджет,
2. личное финансовое планирование,
3. банки и небанковские кредитные организации,
4. инвестиции и риски,
5. страхование,
6. государственная и негосударственная пенсия,



7. защита прав потребителей финансовых услуг,
8. налоги,
9. финансовое мошенничество.

Каждую из тем можно подать глубоко или поверхностно, сфокусированно (только эта тема) или широко (в связи с другими темами).

Упражнение. Возьмите тему банков. Подумайте, как её можно углубить (вплоть до продукта), как расширить (связать с другими — например, защита прав кредиторов, мошенничество с картами). Придумайте 10 тем для статей или постов в социальных сетях по теме банков и банковских продуктов для разной читательской аудитории.

Продумайте структуру текста.

Композиция. Как выстроить текст, чтобы его прочитали до конца? Сначала захватите внимание (вопросом, необычным фактом, сильной эмоцией, интригой), затем это внимание нужно удержать и в конце вовлечь в диалог или действие (вопрос, просьба, ожидание следующей публикации).

Вот как это можно сделать.

1. Кратко назовите тему. Этим мы зажигаем у читателя первичный интерес. Цель — чтобы нас начали слушать. Метод — задать вопрос, произнести яркую фразу, назвать аудиторию.
2. Опишите то, о чём будете рассказывать. Буквально в трёх предложениях и простым языком.

3. Дайте понять, почему этот текст важно дочитать до конца. Свяжите тему с возможным личным опытом читателя, его насущными проблемами.

4. Полное изложение. Детальный структурированный рассказ, основная информация по теме.

5. Подведите итоги (кратко). Так читатель лучше усвоит информацию.

6. Метафора, демонстрация. Задача — показать читателю, как написанное поможет ему, как оно сделает лучше его жизнь. Чем ярче вы нарисуете образ, чем точнее подберёте метафору, тем лучше.

7. Финальный призыв (кикер). Короткая ёмкая фраза. Кикер должен быть эмоциональным, лаконичным и запоминающимся.

Связки. Существуют фразы-проводники и фразы-связки, которые вы можете использовать для перехода между частями текста:

Фразы-проводники:

- «Как добиться такого эффекта?»
 - «Почему так происходит?»
 - «Как это сделать?»
 - «Как же выйти из такой ситуации?»
 - «Почему это выгодно?»
 - «И где же скрыта истина?»
 - «И это только начало...»
 - «Ещё одна деталь...»
 - «Сейчас расскажу более подробно»
- Фразы-связки:

- «Постепенно вы начинаете...»
- «Скоро вы станете...»
- «Вам, наверное, интересно...»
- «Я знаю, что вы думаете»
- «А теперь я сообщу вам один секрет»
- «В ближайшем будущем вы...»
- «Немногом ранее я задал вам вопрос»
- «Вы начинаете испытывать...»

Сторителлинг. Используйте приёмы, правила и рекомендации по сочинению качественных текстов с уклоном не в эстетическую, литературную сторону, а в практическую. Сторителлинг основан на принципах рассказывания сказок: должны быть герой, интрига, конфликт, кульминация, развязка. Итак, в истории есть:

- происшествие (например, рассказчик пошёл в банк);
- фон (в какой он пошёл банк и почему; хотя точное название давать не обязательно);
- развитие (как рассказчик беседовал с менеджером, что ему говорили и т. д.);
- кульминация (рассказчик пришёл домой – и обнаружил в договоре не то, чего хотел);
- итог (не ходите «туда, не знаю куда», читайте договор и т. д.).

Особенности финансовых текстов. Поскольку мы работаем с цифрами и законами, то всё нужно проверять и перепроверять. Иначе мы можем потерять свой статус

эксперта. Очень важны точные расчёты, финансовая «математика», правильная информация о законах, лимитах, сроках.

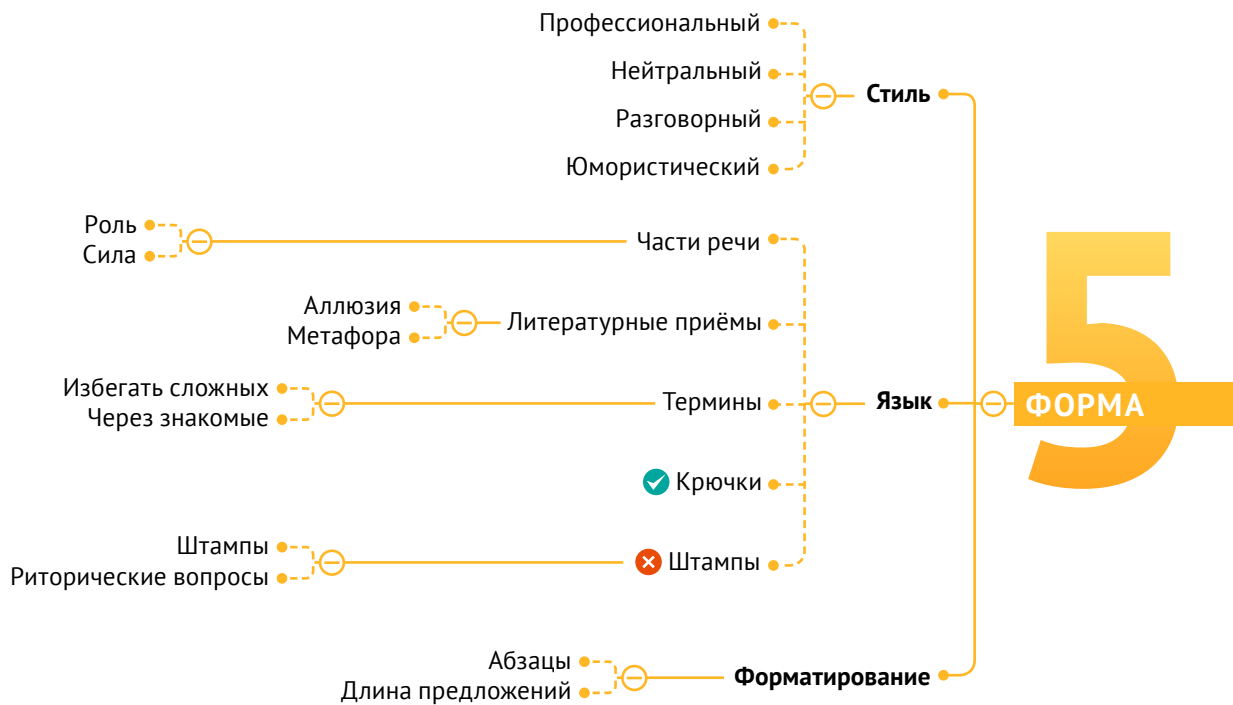
Примеры. Важно давать не просто теоретическую информацию, но и примеры, иллюстрации. Они могут быть гипотетическими, например: «У вас есть 100 рублей, вы купили 10 паёв ПИФа по 10 рублей; стоимость пая упала до 8 рублей, и если продадите сейчас – получите назад 80 рублей». Или практические: «Вы положили на депозит 10 000 рублей и вносите 5 000 ежемесячно...».

Чего не должно быть в ваших текстах. Во-первых, прогнозов. Будущего не знает никто. Если вы не аналитик, то прогнозы давать не стоит. И аналитикам тоже не стоило бы, но они за это деньги получают. Во-вторых, спекуляций – как мнениями других, так и акциями, криптовалютой и т. д. В-третьих, рекламы. Мы не продаём, не рекламируем, не призываем вложить деньги. Мы объясняем, консультируем, просвещаем.

5. Форма

Стиль. Стиль текста зависит от читательской аудитории, формы, целей, которые он преследует.

Части речи. Сделайте упражнение для того, чтобы понять влияние разных частей речи на силу текста.



Упражнение.

1. Замените скучные прилагательные в списке на более «сочные».
 - большой — огромный, гигантский, крупный, важный, значительный, серьёзный (вклад);
 - добрый — душевный, тёплый, радушный;
 - настоящий — естественный, натуральный, органичный, истинный, правдивый, реальный;
 - интересный — увлекательный, захватывающий, глубокий (про человека).
2. Замените слабые глаголы в списке на сильные, усложнённые — на простые.
 - говорить — кричать, шептать, орать, болтать, трещать, тараторить, шипеть, чеканить (слова);
 - просить — требовать, умолять, уговаривать, выпрашивать, приказывать, вынуждать;
 - смотреть — изучать, разглядывать, ощупывать (взглядом);
 - допустить ошибку — ошибиться, промахнуться;
 - провести разбор — разобраться, понять, распределить, рассортировать, проанализировать, разложить.

Литературные приёмы. Чтобы сделать из сухого финансового текста увлекательное чтение, можно воспользоваться приёмами знаменитых писателей. Например, это может быть аллюзия — стилистический приём, заключающийся в использовании намёка на реальные общеизвестные факты, события. Можно воспользоваться метафорой. Это слово или выражение, употребляемое в переносном значении, в основе которого лежит неназванное сравнение предмета с каким-либо другим по какому-то их общему признаку.

Пример. Известный консультант Джозеф Лазерсон описывает финансовую устойчивость семьи с помощью метафоры «финансовая табуретка». Три её «ножки» — это денежный резерв, страхование жизни, эффективный накопительный план. Если какого-либо элемента не хватает, «табуретка» неустойчива.

Крючки и штампы. «Крючки» — это всё, что цепляет в тексте: метафора, эмоция, необычные слова, смена ритма предложений и слов (длинные / короткие). А вот клише и риторические вопросы лучше не использовать: это «антикрючки».

Отдельно стоит сказать о канцеляризмах. В финансовых и юридических текстах

их — как мошкары в тайге. Вот как можно переписать текст, чтобы он стал менее заумным.

Плохо: «При галопирующей инфляции держать сбережения в наличных денежных средствах абсолютно неэффективно».

Лучше: «В условиях высокой инфляции хранить деньги под матрасом неэффективно, поскольку они обесцениваются».

Хорошо: «Если хранить деньги дома, то завтра вы не сможете купить себе молоко или отремонтировать автомобиль. Ведь цены постоянно растут».

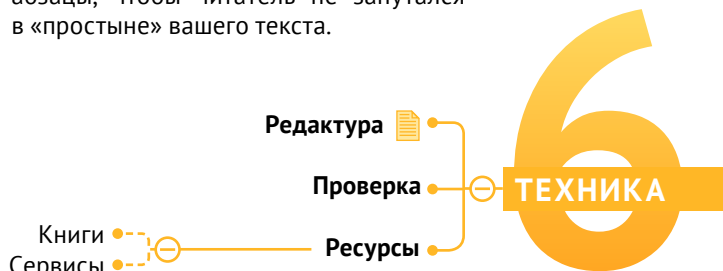
Термины. При использовании терминов или определений старайтесь объяснять незнакомое через известное.

Пример. «Человек, который получит выплаты по страховому полису, иначе говоря — выгодоприобретатель...».

6. Техника

Три моих основных правила редакции таковы.

- Дайте тексту отлежаться хотя бы сутки. Перечитайте его, это поможет выловить нестыковки, повторяющиеся слова.
- Делайте предложения более короткими. При любой возможности используйте точку вместо запятой.
- Делите повествование на смысловые абзацы, чтобы читатель не запутался в «простыне» вашего текста.



И напоследок несколько полезных ресурсов.

Онлайн-сервисы. Удаляем «мусор» и «воду» с помощью glvrd.ru. Оцениваем текст на читабельность, используя readability.io. Корректно расставляем знаки препинания — artlebedev.ru/tools/typograf. Исправляем орфографические ошибки — orfogrammka.ru

Книги

1. Максим Ильяхов. «Пиши. Сокращай»
2. Нора Галь. «Слово живое и мёртвое»
3. Ольга Соломатина. «Писать легко»
4. Уильям Зиснер. «Как писать хорошо»
5. Аннет Симмонс. «Сторителлинг» 📖