

Joanna Wrycza-Bekier

Wydanie **2**
rozszerzone

magia SŁÓW

! Jak pisać teksty,
które porwą tłumy

?

onepress
EXCLUSIVE

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Redaktor prowadzący: Barbara Gancarz-Wójcicka
Projekt okładki: Jan Paluch

Fotografia na okładce została wykorzystana za zgodą Shutterstock.

Wydawnictwo HELION
ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE
tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
WWW: <http://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://onepress.pl/user/opinie?magsl2>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

ISBN: 978-83-283-4030-5

Copyright © Helion 2018

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. Przejdź do konkretów	11
Magia szczegółu	13
Kolekcjonuj nazwy	16
Nadawaj imiona	19
Porównuj	22
A co z abstrakcją?	23
Rozdział 2. Ożyw tekst	27
Jaki czasownik jest dynamiczny?	29
Wampir energetyczny nr 1: Nominalizacja	31
Wampir energetyczny nr 2: Strona bierna	36
Wampir energetyczny nr 3: Czasowniki modalne	41
Wampir energetyczny nr 4: Mieć i być	43
Rozdział 3. Lekcja Iana Fleminga	49
Rozdział 4. Eksponuj to, co ważne	59
Utnij niepotrzebną końcówkę	63
Nie komentuj tego, co napisałeś	63
Rozłup zdanie na dwie części	64
Przejdź od informacji starej do nowej	65
A jak rozpocząć zdanie?	65
Ułóż wyrazy w zdaniu	66

Rozdział 5. Zaciekawiaj od pierwszego zdania	73
Wrzuć czytelnika w wir wydarzeń	74
Zacznij od czegoś niezwykłego	75
Wprowadź intrygującego bohatera	76
Oddaj głos bohaterowi	77
Wybierz znaczący szczegół	78
Zmuś czytelnika do refleksji	79
Rozdział 6. Pozbądź się słów-śmieci	81
Tiki	82
Skamieliny	83
Papugi	85
Koturny	86
Urzędasy	89
Snoby	90
Tasiemce	91
Usypiacze	92
Podróbki	94
Gaduły	94
Tchórze	96
Zuchwalcy	96
Instrukcje	97
Sobki	97
Anonimy	98
Zrzędy	98
Gmatwaniny	100
Rozdział 7. Lekcja Ernesta Hemingwaya	103
Rozdział 8. Uwolnij się od kłutwy wiedzy	111
Co zakładasz, pisząc tekst?	112
Trzymaj się tematu	113
Zwolnij	117
Wyjaśniaj obrazowo	119
Podaj przykład	120
Ale czy specjaliści się nie obrażą?	122

Rozdział 9. Wykorzystaj moc interpunkcji	125
By stopniować	125
By uwydatniać	126
By ukryć	127
By zaciekawić	128
By ostrzec	129
Rozdział 10. Nie bój się długiego zdania	131
Połącz zdania	133
Wyliczaj	135
Powtarzaj	137
Podsumuj	141
Wtrącaj	142
Rozdział 11. Opowiedz historię	145
Początek (sytuacja)	149
Środek (komplikacja)	156
Koniec (rozwiązanie)	162
Rozdział 12. Lekcja braci Grimm	167
Rozdział 13. Pokazuj, nie opisuj	175
Nie wyręczaj czytelnika	175
Mniej znaczy więcej	178
Zmuś bohatera do działania	179
Zadbaj o towarzystwo dla bohatera	180
Walcz o czytelnika	181
Rozdział 14. Graj na emocjach	183
Pisz sercem	183
Porywające opowieści	186
Poruszające reklamy	192
Rozdział 15. Buduj napięcie	197
Zawieszenie akcji	200
Strzelba Czechowa	203
Zwrot akcji	210

Rozdział 16. Lekcja Agathy Christie	217
Rozdział 17. Odważ się pisać dialogi	231
Naturalne, czyli jakie?	231
Co wylapywać?	232
Powiedział, krzyknął czy wycedził?	236
Mowa ciała	238
I znowu mniej znaczy więcej	240
Rozdział 18. Maluj słowami	243
Kolor	243
Światło i cień	246
Kadr	248
Rozdział 19. Pobudzaj zmysły	251
Zapach	252
Dźwięk	253
Smak	255
Dotyk	256
A teraz wszystko wymieszaj	257
Rozdział 20. Lekcja Vincenta van Gogha	259
Rozdział 21. Przemów własnym głosem	267
Zakończenie	273
Lista dynamicznych czasowników	279
Bibliografia	285
Blogi	287

Zaciekawiaj od pierwszego zdania

„Podobno w przemówieniu pierwsze zdanie jest zawsze najtrudniejsze. A więc mam je już poza sobą” — tak Wisława Szymborska w swym odczycie noblowskim zażartowała z największej zmory pisarzy i mówców: pierwszego zdania. Jednak kto w tej chwili zмага się z pierwszym zdaniem swojego tekstu, temu nie jest do śmiechu.

Pierwsze zdanie jest jak **obietnica**. Przekonujesz czytelnika, żeby przewrócił kartkę lub przewinął stronę. Robisz wszystko, żeby Ci zaufał.

Pierwsze zdanie jest jak **flirt**. Uwodzisz czytelnika, kusisz go, zabawiasz. Byleby tylko zwrócił na Ciebie uwagę.

Pierwsze zdanie jest jak **atak**. Zadajesz mocny cios, który natychmiast wciśnie czytelnika w fotel. Walczysz, choć Twoją jedyną bronią są słowa.

Stephen King przyznaje, że nad pierwszym zdaniem każdej ze swoich powieści mógłby pracować w nieskończoność. Mocne i obrazowe pierwsze zdanie *Mrocznej Wieży* brzmi: *Mężczyzna w czerni uciekał przez pustynię, ścigany przez rewolwerowca*. King napisał te słowa, gdy studiował na drugim roku college’u. Dopiero dwanaście lat później opublikował powieść, która była rozwinięciem tego właśnie zdania.

W czasach, gdy na stronie internetowej o uwagę czytelnika walczą obrazy, filmy i reklamy, pierwsze zdanie tekstu jest ważniejsze niż kiedykolwiek wcześniej. Specjaliści od funkcjonalności stron internetowych badają **trasę, jaką gałka oczna podróżuje po ekranie**

(ang. *eyetracking*), i na tej podstawie tworzą mapy cieplne, z których wynika, że największym zainteresowaniem internauty cieszy się **lewa część ekranu i górna partia tekstu**. Korzystamy z ekranów o różnych wymiarach i kształtach, dlatego nie sposób przewidzieć, które słowo w jakim miejscu się wyświetli. A nawet gdyby to było możliwe, to przecież taka skrupulatność krępowałaby swobodę autora. Jest jednak parę miejsc, o których wiadomo, że znajdują się blisko lewej strony, niezależnie od tego, na jakim ekranie tekst zostanie wyświetlony. Są to **pierwsze słowa tytułu, lidu i każdego akapitu**. Pierwsze słowo tytułu jest ważniejsze od drugiego, pierwsze zdanie pierwszego akapitu jest ważniejsze od kolejnego, a w nim najważniejszych jest pierwszych kilka słów.

Pisząc do internetu, musimy więc pamiętać o **zasadzie odwróconej piramidy**, zgodnie z którą **najważniejsze informacje należy umieszczać na początku**, tak by odbiorca mógł natychmiast się zorientować, o czym jest tekst i czy chce go czytać. Gdy już złapiemy czytelnika na haczyk, stopniowo przechodzimy do coraz bardziej szczegółowych informacji i wątków pobocznych. Odwrotnie niż u Hitchcocka, tekst powinien zaczynać się od trzęsienia ziemi, a potem napięcie powinno spadać.

Oto kilka skutecznych i sprawdzonych przez słynnych autorów sposobów, które pomogą Ci rozprawić się z pierwszym zdaniem:

Wrzuć czytelnika w wir wydarzeń

Opowieść nie ma początku ani końca. Wybiera się arbitralnie jakiś punkt swego doświadczenia, z którego spoglądać można wstecz lub też naprzód – tymi słowami rozpoczyna się powieść Grahama Greene'a.

Zacznij tekst w momencie, kiedy woda w garnku wrze, a nie gdy dopiero odkręcasz kurek. Zadaj sobie pytania: Co się w tej chwili dzieje? Co się zmieniło? Twój czytelnik będzie połykał kolejne strony, by dowiedzieć się, co się stanie dalej albo co się stało wcześniej.

Oto kilka słynnych pierwszych zdań napisanych wedle tej metody:

Ktoś musiał zrobić doniesienie na Józefa K., bo mimo że nic złego nie popełnił, został pewnego ranka po prostu aresztowany.

— Franz Kafka, *Proces*

Dzisiaj umarła mama.

— Albert Camus, *Obcy*

Był to dzień, w którym wybuchła moja babcia.

— Iain M. Banks, *Ulica Czarnych Ptaków*

To była miłość od pierwszego wejrzenia.

— Joseph Heller, *Paragraf 22*

Szeryf z Lucasem Beauchamp zajechał przed więzienie w samo południe w niedzielę, choć już od sobotniego wieczora wszyscy w mieście (a prawdę mówiąc i w całym okręgu) wiedzieli, że Lucas zabił białego.

— William Faulkner, *Intruz*

Zacznij od czegoś niezwykłego

Czytelnik chce, by autor rzucił mu wyzwanie, by go zadziwił, przeraził, oczarował. Zabierz więc czytelnika do niezwykłego świata, w którym nic nie dzieje się tak jak powinno, i spraw, by zachodził w głowę, o co chodzi. Jak to zrobić? Uczmy się od mistrzów:

W pewnej dziurze w ziemi mieszkał sobie hobbit.

— J.R.R. Tolkien, *Hobbit, czyli tam i z powrotem*

Wiele lat później, stojąc naprzeciw plutonu egzekucyjnego, pułkownik Aureliano Buendía miał przypomnieć sobie to dalekie popołudnie, kiedy ojciec zabrał go z sobą do obozu Cyganów, żeby mu pokazać lód.

— Gabriel García Márquez, *Sto lat samotności*

Wszystkie dzieci — poza jednym — dorastają.

— J.M. Barrie, *Piotruś Pan i Wendy*

Był — bowiem jego pleć nie pozostawiała żadnych wątpliwości, aczkolwiek ówczesna moda wcale jej nie podkreślała — w trakcie szlachetowania głowy Maura, która kołysała się zwieszona z krokwi.

— Virginia Woolf, *Orlando*

Przyjemnie było palić.

— Ray Bradbury, *Fahrenheit 451*

Wprowadź intrygującego bohatera

Udowodnij czytelnikowi, że Twój bohater zasługuje na to szlachetne miano. Pokaż, że warto za nim pójść:

Jestem niewidzialnym człowiekiem.

— Ralph Ellison, *Niewidzialny człowiek*

Był starym człowiekiem, który łowił ryby w Golfstronie, pływając samotnie łodzią, i oto już od osiemdziesięciu czterech dni nie schwycił ani jednej.

— Ernest Hemingway, *Stary człowiek i morze*

Scarlett O'Hara nie była piękna, ale mężczyźni, zadurzeni w nią tak jak dwaj młodzi Tarletonowie, rzadko zdawali sobie z tego sprawę.

— Margaret Mitchell, *Przemienięto z wiatrem*

Oddaj głos bohaterowi

Narratorem w Twojej opowieści jest jeden z bohaterów? Niech w pierwszym zdaniu przemówi do czytelnika tak, by ten chciał go dalej słuchać. Nawet jeśli zamierza sobie pogrywać z czytelnikiem, niczym narrator powieści *Buszujący w zbożu*:

Jeżeli rzeczywiście gotowi jesteście posłuchać tej historii, to pewnie najpierw chcielibyście się dowiedzieć, gdzie się urodziłem, jak spędziłem zasmarkane dzieciństwo, czym się zajmowali moi rodzice, co porabiali, zanim przyszedłem na świat, no i wszystkie tym podobne bzdury w guście Dawida Copperfielda, ale ja wcale nie mam ochoty wdawać się w takie gadki, od razu wolę was szczerze uprzedzić.

Co ciekawe, skrytykowany przez Salingera *Dawid Copperfield* rozpoczyna się bardzo intrygującym pierwszym zdaniem, które brzmi: *Czy sam zostanę bohaterem niniejszej powieści, czy miejsce moje zajmie ktoś inny, rozstrzygną następne stronicę.* Jednak już drugie zdanie opowiada o tym, przed czym ostrzegał Salinger, a mianowicie: *W każdym razie zaczynam od początku, to jest od chwili mego urodzenia.*

A oto kilka innych pierwszych zdań, w których ujawnia się nietuzinkowy narrator:

Stałem się tym, kim teraz jestem, kiedy miałem dwanaście lat, pewnego mroźnego, pochmurnego dnia zimną roku 1975.

— Khaled Hosseini, *Chłopiec z latawcem*

Nie będę ukrywał: jestem pensjonariuszem zakładu dla nerwowo chorych, mój pielęgniarz obserwuje mnie, bodaj ani na chwilę nie spuszcza z oka; w drzwiach bowiem jest judasz, a okno

pielegniarza ma w sobie ów brząz, który mnie, niebieskookiego, nie potrafi przejrzeć.

— Günter Grass, *Błaszany bębenek*

Gdy byłem młodszy i wrażliwszy, ojciec mój dał mi pewną radę, nad którą do dziś często się zastanawiam.

— Francis Scott Fitzgerald, *Wielki Gatsby*

Ja, Tyberiusz Klaudiusz Druzus Neron Germanik, i tak dalej, który tak niedawno znany byłem przyjaciółom, krewnym, znajomym jako Klaudiusz Idiota, Klaudiusz Jąkała, Klau-Klau-Klaudiusz, a w najlepszym razie jako „biedny stryjasek Klodzio”, przystępuję do spisania dziwnej historii mojego życia.

— Robert Graves, *Ja, Klaudiusz*

Wybierz znaczący szczegół

Większość autorów rozpoczyna opowieść w środku akcji, więc może warto pójść pod prąd? Namaluj obraz przed oczyma czytelnika, a dopiero później opowiedz, co się dzieje. Tylko nie każ mu czekać zbyt długo. Wybierz znaczący szczegół, taki jak ryksza lub palma.

Niebo nad portem miało barwę ekranu monitora nastrojonego na nieistniejący kanał.

— William Gibson, *Neuromancer*

Ogary poszły w las.

— Stefan Żeromski, *Popioły*

Śniło mi się tej nocy, że znów byłam w Manderley.

— Daphne DuMaurier, *Rebecca*

Białe grzebień piany zdobyły jasnozielone grzebień kotłujących się fal, a spod zieleni wyzierał granat.

— Torsten Krol, *Biali bogowie*.

Podnosi się znad grządk w zapuszczonym ogrodzie — postanowiła go stopniowo uporządkować — i spogląda przed siebie w przestrzeń.

— Michael Ontaatje, *Angielski pacjent*

Zmuś czytelnika do refleksji

Opowieść o dwóch miastach Charlesa Dickensa rozpoczyna się tak:

Była to najlepsza i najgorsza z epok, wiek rozumu i wiek szaleństwa, czas wiary i czas zwątpienia, okres światła i okres mroków, wiosna pięknych nadziei i zima rozpacz. Wszystko było przed nami i nic nie mieliśmy przed sobą. Dążyliśmy prosto w stronę nieba i kroczyliśmy prosto w kierunku odwrotnym. Mówiąc zwięźle, były to lata tak bardzo podobne do obecnych, że niektórzy z najhałaśliwszych znawców owej ery widzą w niej dobro i zło takie samo jak dzisiaj, tylko w nieporównanie wyższym stopniu.

W oryginale cały ten fragment to jedno zdanie — wspaniałe, wysmakowane, monumentalne zdanie. Dziś, w czasach zwięzłych komunikatów tak rozbudowana refleksja na początku tekstu byłaby ryzykowna, jednak wciąż dobrze jest rozpocząć od zaskakującej myśli. Czytelnik zacznie się zastanawiać: Co znaczą te słowa? Co z nich wynika? I będzie czytał dalej. Nie wierzysz? Przekonaj się sam. Czy chciałbyś czytać teksty, które rozpoczynają się tak:

Wszystkie szczęśliwe rodziny są do siebie podobne, każda nieszczęśliwa rodzina jest nieszczęśliwa na swój sposób.

— Lew Tołstoj, *Anna Karenina*

Jest prawdą powszechnie znaną, że samotnemu a bogatemu mężczyźnie brak do szczęścia tylko żony.

— Jane Austen, *Duma i uprzedzenie*

Sekret wart jest tyle, ile warci są ludzie, przed którymi powinniśmy go strzec.

— Carlos Ruiz Zafón, *Cień wiatru* (rozpoczęcie rozdziału)

Czas nie jest linią, lecz wymiarem, tak jak wymiary przestrzeni.

— Margaret Atwood, *Kocie oko*

Oczywiście, zdarzają się świetne ekspozycje, które rozpoczynają się na przykład od dialogu. Jeśli uważasz, że w Twoim pierwszym zdaniu zadziała to, co zwykle się nie sprawdza, spróbuj. Wszystkie triki dozwolone. Zadziw swoich czytelników, rozbaw ich, zaszokuj, ale nigdy nie pozostaw obojętnymi. Bo wtedy już do Ciebie nie wrócą.

I najważniejsze: **Nie utknij na początku** jak Joseph Grand, bohater *Dżumy* Camusa. Ten skromny i pracowity urzędnik marzył o napisaniu powieści, która zachwyci wszystkich. Dopiero na łożu śmierci pokazał doktorowi Rieux swe dzieło: pięćdziesiąt stron notatnika zapisanych... jednym tylko zdaniem, za to setki razy przerabianym, skracanym lub wydłużanym. Pierwsza wersja brzmiała: *Wciąż obok siebie maj, amazonka i aleje Lasku w coraz to innym układzie*, ostatnia zaś: *W piękny poranek majowy smukła amazonka, siedząc na wspaniałej kasztance, jechała wśród kwiatów alejami Lasku*.

Z historii Josepha Granda płynie dla Ciebie taka oto nauka: póki piszesz pierwszą wersję tekstu, nie skupiaj się na pierwszym zdaniu. I tak później je skasujesz lub przeniesiesz w inne miejsce. Pierwsza linijka prawdopodobnie będzie ostatnią, nad którą będziesz pracować. Ostatecznie to przecież tylko jedno zdanie. Wisława Szymborska kontynuowała swój noblowski odczyt: „Ale czuję, że i następne zdania będą trudne, trzecie, szóste, dziesiąte, aż do ostatniego...”.

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



- 1. ZAREJESTRUJ SIĘ**
- 2. PREZENTUJ KSIĄŻKI**
- 3. ZBIERAJ PROWIZJĘ**

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA

 **Helion SA**

By odpowiednio dać rzeczy słowo

W języku angielskim słowo *writer* rozumie się bardzo szeroko – oznacza właściwie każdego, kto pisze. W języku polskim jedynie autorzy literatury beletrystycznej mają prawo używać zaszczytnego miana pisarza. Czy to znaczy, że dziennikarz jest zwolniony z obowiązku tworzenia celnych metafor? Czy autor książek naukowych może zapomnieć o budowaniu napięcia? Czy twórcy tekstów reklamowych wolno ignorować zasady ciekawego opowiadania? Nie! Jeśli zajmujesz się pisaniem, to jesteś pisarzem. Poczuj się nim nie tylko dlatego, że „pisarz to brzmi dumnie”. Także dlatego, że bycie nim zobowiązuje do tworzenia lepszych, bardziej przekonujących treści. Chętniej czytanych. Trafniej przekazujących to, co chcesz powiedzieć. Mocnych. Takich, pod którymi z satysfakcją podpiszesz się własnym nazwiskiem.

Dzięki tej książce poznasz wiele pisarskich sztuczek, które sprawią, że Twój tekst zabłyśnie jak za dotknięciem czarodziejskiej różdżki. Dowiesz się, które czasowniki są dynamiczne i w jaki sposób konkretne rzeczowniki pobudzają wyobraźnię. Nauczysz się tworzyć wyraziste zdania oraz eksponować w nich wybrane wyrazy. Zgłębisz fascynujące tajniki storytellingu, czyli opowiadania historii w taki sposób, by inni chcieli ich słuchać. Nauczysz się, jak budować napięcie, grać na emocjach i malować słowami... Autorka stawia przed Tobą jeszcze jeden cel: pragnie, by jej książka pomogła wykształcić indywidualny styl – głos, który wyróżni Cię spośród grona innych autorów.

Joanna Wrycza-Bekier – doktor nauk humanistycznych, certyfikowany trener biznesu. Niestrudzenie bada teksty internetowe, reklamowe, literackie. Pisze, szkoli, inspiruje. Jest autorką siedmiu książek odśladających tajniki pisania: *Webwriting. Profesjonalne tworzenie tekstów dla Internetu* (Onepress, 2010 i 2013), *Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy* (Onepress, 2014 i 2018), *Kreatywna praca dyplomowa* (Septem, 2011), *Szkoła twórczego pisania* (Editio, 2011), *Galaktyka języka Internetu* (Novae Res, 2008), *Fast text. Jak pisać krótkie teksty, które błyskawicznie przyciągną uwagę* (Onepress, 2016) oraz *Webwriting w kulturze* (WiP, 2016). Jej blog *Poradnik pisania* (<http://poradnikpisania.pl>) ma kilka tysięcy czytelników, których łączy pasja pisania. Szkoli z webwritingu, blogowania, storytellingu oraz pisania krótkich tekstów do mediów społecznościowych. Łączy wiedzę akademicką z podejściem biznesowym.

onepress

Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>

HELION SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
onepress@onepress.pl

Sprawdź nasze szkolenia!



AKADEMIA IT & BUSINESS

ebook dostępny wyłącznie na:

ebookpoint^{PL}



ISBN 978-83-283-4030-5



książkiklasybusiness

www.szkolenia.helion.pl

Cena: 37,00 zł