– Как ты стала тренером? Как ты себя называешь?

– У меня не было никогда цели стать тренером, коучем, бизнес-тренером. Я просто делала это для удовольствия, в последние несколько лет меня часто приглашали с разных сторон рассказывать о текстах, о пиар в целом.

– Это были какие-то рабочие контакты или люди знали тебя по работе?

– Ну, допустим, меня приглашали в университет, потому что я училась в университете, меня приглашали выступать перед студентами-пиарщиками. Те, кто видели, что я рассказываю о текстах в социальных сетях, – это молодежные объединения, – приглашали меня, потому что они видели в соцсетях, что я рассказываю о текстах.

– А ты вела у себя на странице что-то типа блога?

– Да, да.

– Это во ВКонтакте или где-то на другой платформе?

– И во ВКонтакте, и в Инстаграм я по чуть-чуть рассказывала, как я вообще работаю с текстом, ну и какими-то своими мыслями в этом направлении делилась. Тем более Сыктывкар – все специалисты друг друга знают. И вот так получалось, что я все выступала – на одном мероприятии, на втором, на третьем, у меня копились кейсы...

– Что вы называете кейсами? Все вы, умные вот эти люди, тренеры?

– Кейсы – это примеры. Смотри, вот, к примеру, звонит мне девочка и говорит: «Галя, слушай, я шью, хорошо шью, но мне рассказывать о себе стыдно. Мне неловко, я вообще не умею себя «продавать». Но я шью, и я понимаю, что мне уже куда-то надо расти, что мне надо о чем-то писать в социальных сетях, а я не знаю, о чем писать и мне страшно писать». И мы с ней вот начинаем разбираться. Ну, она позвонила, попросила меня помочь, посоветовать ей – и мы с ней разбираемся.

– Это твоя знакомая?

– Да, знакомая. Ну вот так вот, например. То есть кейс – это пример, какая-то реальная история, как человек с помощью текста решает свою задачу, занимается и развивает свой бизнес.

– И как у этой девочки сейчас дела?

– Хорошо дела. Мы с ней разобрались в плане чего: сначала мы поговорили... Сейчас попытаюсь сформулировать. Вот когда у меня часто спрашивают: если я боюсь писать, если я боюсь рассказывать о своем деле… И вот та же самая ситуация, которая была с ней, подходит в принципе для любого человека, у которого есть внутри вот этот какой-то страх.

– Это называется синдромом самозванца?

– Слушай, синдром самозванца, страх критики вот этой вот внешней, страх того, что не оценят, и вот эти вот все мысли про то, что «да кто я такой, чтобы кому-то что-то продавать, а есть люди, которые намного заслуженней меня»… Вот мы с этой девочкой посидели, поговорили. Я у нее спрашивала: «Для кого ты шила? Какой у тебя опыт? Какие отзывы людей, которые к тебе приходят?». И она вот начинает это рассказывать. Я говорю: «Ну ты же видишь, что ты крутая, ты классная. Вот эти три составляющие: ты – самая классная, ты делом своим горишь любимым, и ты в него вкладываешь себя (что-то большее, чем время и какие-то затраты), и третье – люди в итоге довольны. Я говорю: «Ну вот, смотри, у тебя же есть самое главное для того, чтобы перестать бояться и понять, что, рассказывая о себе, ты на самом деле помогаешь другим людям найти тебя как эксперта или ответить на свои какие-то вопросы, когда они прочитают тебя».

– То есть, прежде чем начать работать с тем, как человек пишет, ты работаешь с ним как психолог?

– Слушай, ну это знаешь, это такое… Тексты – это вообще всегда, о чем бы ты ни писал, тексты – они всегда про тебя, в первую очередь. И даже если ты пишешь про бизнес, прежде чем начать писать тексты, ты глубоко должен копнуть в свой бизнес, понять, в чем твоя ценность, какая твоя конкретная польза, каким людям ты помогаешь, с какими людьми ты работаешь, а с какими ты не работаешь. То есть тут очень сильно все завязано на психологии.

– Ну и когда уже это обозначено словами, то и, наверное, приходит понимание, да?

– Когда приходят вот эти смыслы, когда ты внутри себя на эти вопросы отвечаешь, то тогда у тебя снимаются вопросы «О чем писать?», «Я вижу чистый лист, я не могу к нему подступиться». «А кто будет меня читать?» – вот это тоже популярный вопрос. «Ну и буду я писать, а кому это интересно?». Так разберись, кому это интересно. Потому что ты поймешь, кто твоя, на языке маркетинга, целевая аудитория, кому это действительно нужно и важно.

– У девочки сейчас есть свое ателье?

– У девочки есть свое дело, которое она с любовью развивает, я вот так скажу.

– Но она занимается этим и этим зарабатывает?

– Да.

– К тебе вот люди так обращались, и когда ты поняла, что пора брать за это деньги?

– На самом деле я просто поняла, что я могу… Вот была конкретная ситуация… (Какие у тебя интересные вопросы! Мне прямо хочется на них отвечать). Была такая ситуация: я проводила бизнес-завтрак один вместе с Всеволодом Харлужниковым (ты его знаешь по публичному выступлению). В общем, был там один из участников, бизнесмен такой серьезный (строительный бизнес), в общем, обстоятельный мужчина. И он после этого тренинга ко мне подходит и говорит: «Галина, вот вы, когда представлялись, сказали, что вы занимаетесь тем, что учите людей самих писать о своем деле». Он говорит: «Я нанимал маркетологов, я нанимал контентщиков, копирайтеров – я, в итоге, понял, что никто лучше меня мой вот этот вот строительный бизнес, про эти дома, вообще не расскажет. Потому что я их сам своими ручками создал, прямо с нуля, через свои ошибки, синяки, через первых клиентов, с которыми до сих пор друзья». Ну вот он прожил этот бизнес. Говорит: «Я хочу сам рассказывать, но я не умею». И я такая: «Кхм.. И думаю: так вот оно – кому я могу помогать». Вот я это для себя в тот момент прямо четко представила.

– Когда это было?

– Это было за пять недель до того, как появился мой курс. А курс у меня появился, первый поток, – 20 мая этого года.

– То есть ты совсем недавно, получается, занимаешься?

– Да. Сейчас у меня только второй поток курса. Первый поток две недели был, с 20 мая. Сейчас я его расширила, переработала, доработала чуть-чуть, и сейчас у нас уже второй поток.

– Как проходит курс? Как прошел первый и как будет проходить второй?

– Технически?

– Да, форма? Вот я – человек, который прочитает это интервью, хочу к тебе обратиться, научиться писать тексты. Что мне делать? Ну, помимо того, чтоб найти тебя во ВКонтакте и написать. Что будет дальше?

– У нас будут впереди три недели, в которые мы будем писать. Иногда каждый день, иногда через день, чтобы было больше времени для отработки более глубоких заданий. Таким образом, я по кусочкам даю всю вот эту базу, чтоб человека сразу не нагружать, не вывалить на него все эти знания...

– Ты даешь прямо теорию текста, связки, сложноподчиненные, сложносочиненные предложения?

– Вообще нет. Мы на самом деле про все вот эти вещи, которые мы учили на филфаке – структуру предложений, суффиксы и так далее, – мы про все это не разговариваем. Мы разговариваем про содержание. Ну вот, допустим, на одном из первых уроков мы как раз определяем целевую аудиторию… То есть получается, что вместе совмещены маркетинг, который для бизнеса, – даже если человек не знает, как подать свой бизнес, он не знает, что о нем написать, если он все вот эти базовые вопросы (свою ценность, свою целевую аудиторию, про выгоды свои) …

– Ну ты вот задаешь вот эти вот ключевые вопросы: «В чем ваше преимущество?», «Кто ваша целевая аудитория?».

– Ведь в каждом уроке мы копаем вот прямо глубоко. У меня уроки в видеоформате в закрытой группе во Вконтакте (я выкладываю урок, я выкладываю видео, в котором я объясняю основную теорию, даю какую-то мотивацию, примерами делюсь, – это все на примерах, все на практике построено).

– Это не онлайн происходит? Они не в живом, не в реальном времени?

– Нет, не в реальном времени. Потому что мы вот с первым потоком пообщались, и мы поняли, что это на самом деле такая форма абсолютно себя оправдывающая, потому что были ребята, которые просыпались… Мне потом один из участников сказал: «Блин, вот вы выкладываете в 7 урок, а я просыпаюсь в 5. А я хочу проснуться и сразу день начать с вашего урока». Серьезно, были у меня такие дисциплинированные участники. Кто-то возвращался домой, делал дела, стирал, детей кормил. Девочки вечером садились.

– Ну а так – чтобы было удобно посмотреть, когда ему хочется.

– Да. Потому что подогнать под 10 и больше человек одно время для вебинаров не очень удобно.

– А у тебя 10 человек? Сколько было в первом потоке?

– В первом потоке нас было 16 человек. Это много. И то, как набралась группа, для меня во многом было такой большой мотивацией. И это показало, что у людей есть вот эта потребность, уже сформированная, где-то внутри. Потому что я без рекламы какой-то внешней…

– То есть ты на странице у себя во ВКонтакте…

– Да, я просто разместила баннер о том, что вот объявляю набор на курс, буквально, наверное, за 2-3 недели. Рассказывала о том, как будет идти курс, для кого он, чему научатся ребята – и так создалась группа.

– Это твои знакомые, это твои друзья во ВКонтакте или это незнакомые тебе люди? Какое соотношение?

– Были и знакомые, были… ну как сказать незнакомые. Вот я пришла на выступление, на мероприятие, на форум, я выступила, в зале сидели 30 человек. Им всем понравилось. Многие у себя написали какой-то отзыв о том, что им показалось интересным на моем выступлении – мы так с ними познакомились. У них увидели их друзья, они мне там какие-то вопросы написали.

– Сарафанное радио…

– Сарафанное радио – это то, что работает в Сыктывкаре, вот в этих личных встречах.

– Это все жители города нашего были – эти 16 человек?

– Да. Сейчас у меня на этом потоке есть две девушки из Москвы. Вот. А так это все Сыктывкар, да.

– Ты выкладываешь видео. Что происходит дальше?

– Я выкладываю видео, я выкладываю текстовую часть, в которой есть, собственно, инструкции и задания, примеры и домашние задания. И потом люди выполняют и выкладывают. Тут же мы вместе комментируем, друг друга поддерживаем, задаем вопросы. Те, кто работают и берут курс с поддержкой, они отправляют мне, и я прямо каждый текст разбираю: показываю сильные стороны, показываю, где можно доиграть, какие смыслы можно вытащить из текста, чтобы он стал еще более убедительным. Вот так.

– Кто эти люди, кто эти 16 человек? Чем они занимаются, сколько им лет? Мужчины или женщины?

– Разные люди. Лэшмейкер, ландшафтный дизайнер, психолог, строитель, продюсер музыкальной группы, девушка-блоггер… Девушка, которая просто пишет для себя, ей нравилось, как я пишу. И она говорит: «Я хочу. Поделись, как это». И поэтому я давала на курсе такие задания, которые могли быть и как бизнес-задания трансформированы, и как тексты для себя. То есть человек себя находил, даже если у него нет никакой задачи продать. Он всегда находил, о чем написать, какие-то повороты для себя интересные.

– А возраст какой?

– Возраст примерно, наверное, от 28 лет.

– Ну это, получается, как самозанятые?

– Самозанятые. Вот знаешь, я называю их малыми предпринимателями, кто-то называет микропредпринимателями. Те, кто работает на себя, те, у кого нет еще команды в 200 человек, которые начинают развивать свой бизнес.

– А крупные? Ты же говорила, что начала-то вот…

– Строитель? Он пришел, он был на курсе. Сразу, как только я объявила, он сразу ко мне записался.

– Он был самым крупным предпринимателем из твоих учеников в тот раз?

– Смотря как, по чему оценивать. Ну да, наверное, да.

– А были еще представители хотя бы среднего бизнеса или все остальные маленькие и супермаленькие?

– Что ты имеешь ввиду? Это знаешь такое размытое понятие. Была финансовый консультант – она вообще эксперт, и она работает на себя.

– А финансовому консультанту зачем писать тексты?

– Финансовому консультанту – рассказывать о том, как она работает, чем она может помочь, продвигать себя. Тексты – это же разные задачи, это ж необязательно только продавать. Формировать личный бренд, себя как эксперта показывать, чтобы у тебя росла аудитория. Когда у тебя есть потребность расширять свою аудиторию, находить новых людей и общаться с ними. Тексты – это про общение, а не про то, что я выложу тебе красивую глянцевую картинку, а ты ею любуйся. Текст – это всегда обратная связь: как я могу понятно и интересно рассказать тебе. Вот об этом текст.

– А на второй поток уже набираются люди?

– На второй поток вот мы уже пишем. У нас сейчас третья неделя идет, завершающая.

– А на этом потоке кто у тебя?

– Примерно такие же. Вот есть девочка, которая преподает в онлайн-школе испанского – ровно в 7 раз больше подписчиков, чем у меня в Инстаграм. Есть девочка, которая пишет для себя, но понимает, что… Вот у нее есть знакомые, допустим, у которых бизнес – бьюти-коворкинг в Москве. И так как она хорошо пишет для себя (ей очень нравится), они попросили ее вести их аккаунт. Она не копирайтер, ей просто нравится писать. И она пришла за тем, чтобы понять вот эту вот базу текстовую о том, как развивать бизнес через тексты, а не просто там творчески себя самовыражать. Вот она пришла с такой задачей.

– А не было ли, например, владельцев бизнеса, которые прислали к тебе своих маркетологов, пиарщиков, чтобы они научились работать?

– У меня сейчас на курсе 8 человек. Я причем всегда думала, что мой курс – для тех, кто с текстом как с формой не сильно знаком, кто не филолог, не пиарщик. Вот у меня на курсе 8 человек – пиарщики, филологи, маркетологи.

– Которые должны все это сами знать, по идее…

– Нет, они и так все знают. Просто понимаешь, когда человек, скажем так, все знает со своей точки зрения, иногда ему нужно просто увидеть другую, чтобы сравнить, чтобы посмотреть, как оно может по-другому работать. На прошлом курсе вообще у меня была девушка, она в библиотеке работает. Она вот рассказывает, что ведет группу во ВКонтакте про библиотеку, вообще не про бизнес, но про то, как рассказывать о своем деле, и чтобы это было интересно.

– А вот эти 8 человек маркетологов, пиарщиков – это их собственная инициатива, чтобы прокачать себя?

– Да. Я вот отвечаю на твой вопрос «Направляет ли кто-то своих?» – они приходят сами.

– То есть у них желание прокачивать себя как специалистов, да? Чтобы лучше выполнять свою работу.

– Да.

– А вот так, чтобы владелец бизнеса захотел прокачать свою команду, таких примеров еще не было?

– Пока еще не было. Может быть, конечно, еще будет.

– Ну, будет, это только второй поток. Я думаю, будет еще. А «булочки с текстом» – это что?

– «Булочки с текстом» – это такая здоровская история, которая началась от школы текста «Глаголица» и распространилась через учеников, которые там стали кураторами, в разных городах школы текста «Глаголица». В общем, это писательские встречи, которые сейчас происходят в 20+, 22, по-моему, города печатается (далее – *неразб*.). 250 рублей сейчас на Биеналле (*неразб*.), это все – музей, галерея – чтобы окупить их расходы. А так эти встречи бесплатные абсолютно. То есть это встречи, главная цель которых – показать, что писательство, творчество, игра какая-то доступны каждому. И каждый, чем бы он ни занимался в своей жизни, может творить: писать тексты, сочинять какие-то истории, самовыражаться. Это очень сильно про общение, потому что каждый раз мы собираемся, мы знакомимся, мы чем-то делимся, какие-то люди дружат, знакомятся друг с другом – у них какие-то уже общие проекты появляются.

– Кто приходит туда? Кто эти люди? Кто в них участвует?

– Очень многие приходят и говорят: «Я не знаю, что я тут делаю, мне просто понравилось, Галя, как ты про это пишешь».

– А, то есть ты берешь личным очарованием, да?

– Не знаю. И говорят: «Я – юрист, я ничего не пишу», «Я – сотрудница завода, я ничего не пишу», «Я чиновник, я пишу только сухим официальным языком». А потом оказывается, что все умеют писать, и через полтора часа все пишут здоровские истории. Потому что мы все умеем писать, мы проживаем свою жизнь, у нас у каждого есть эмоции, мы все видим свет, чувствуем ветер, и все это мы можем передать на бумагу. Любой человек. Просто надо немножечко помочь и направить. Поэтому приходят совершенно разные люди: мамочки в декрете, мужчины (немного мужчин, но приходят). Это абсолютно не привязано ни к каким профессиям. Были и журналисты, и пиарщики тоже были – ну вот прямо совершенно разных профессий.

– А вот на тех бизнес-тренингах, семинарах, где ты выступала поначалу и сейчас продолжаешь выступать, – там какая аудитория? Кто приходит туда?

– Ну, там приходят те, кто заинтересован развивать свое дело. У кого есть либо бизнес, который они развивают, либо хобби, которое они хотят сделать чем-то большим, то есть как-то масштабировать. Ну, в основном это такой малый бизнес и эксперты, которые хотят развиваться в своей сфере.

– Получается, у тебя три аудитории: это аудитория на семинарах, это аудитория твоего курса…

– Я бы назвала это общей аудиторией. Потому что, по сути, те, кто приходит на семинары, слышат меня, получают мою пользу, они приходят на курс, чтобы получить еще больше пользы. Для этого же, собственно, делают и для своего бизнеса. И второе направление – творчество.

– А вот эти три формы. Какая из них тебе нравится больше, в чем плюсы одной, второй, третьей? Сравни их.

– Мне нравятся все три, потому что мне нравится общение: видеть глаза, видеть отклик... Это если говорить, допустим, про семинары. Потому что все равно, даже когда большая аудитория, ты всегда с ней общаешься, и они тебе что-то говорят, мы какие-то задания вместе выполняем. Ну а «булочки с текстом» – у нас вообще очень камерная атмосфера. 10-12 человек у нас, как правило. Мы сидим в кафе, там тихая музыка, ну такая прямо очень камерная атмосфера, и это тоже про общение… Ну, и, получается, моя «обучка» с текстом – там вообще очень такая близкая история, про общение и про доверие очень много. Потому что все тексты, которые мы пишем, – это так здорово, так неожиданно, что можно вот так взять собраться утром, заняться чем-то вообще неожиданным: какие-то тексты придумывать, вообще невиданные истории…

– У нас обычно в Сыктывкар приходит все с опозданием в несколько лет, а тут как-то, наверное, только год разницы. И вот мы уже тоже в этой общей струе бума инфобизнеса, когда люди встречаются, чему-то все учатся. Как ты думаешь, кстати, почему сейчас у всех такое желание учиться?

– Ну, конечно, вот этот общий тренд какой-то на развитии, который задан, он существует, открещиваться от него сложно. Потому что очень много книг по саморазвитию появляется, издательство «Миф» – его все очень любят – прямо на этом специализируется. Ну, во-первых, это же про общение все равно. Может быть действительно люди поняли, что вот это обучение – это возможность что-то новое открыть, какие-то границы своего привычного мира. Вот, допустим, меня родители отправили учиться на бухгалтера, потому что посчитали, что бухгалтером быть хорошо. А ты дожил до 30 лет и понимаешь, что ты не хочешь быть бухгалтером, что ты хочешь делать совершенно другие вещи. А курсы и обучение – они не так долго по времени.

– Ну это не второе высшее...

– Это не второе высшее. Они, во-первых, тебе позволяют попробовать кусочек, понять твое это или не твое, а, во-вторых, помочь тебе открыть что-то новое. Мне кажется, знаешь, бум сейчас не столько из-за того, что тренд на обучение, а бум на потребность людей выходить из этой привычной серой рутины. Почему сейчас все путешествуют? Ну, может быть у меня просто такое окружение, что все путешествуют – «дикие», причем, эти путешествия, не по путевкам. Увольняются с работы, начитают работать на себя… Какие-то новые вещи: вдруг кулинарией начинает заниматься, печь торты тот человек, который вообще не пек торты. Ну, то есть что-то новое пробуют. Мне кажется, что это есть, такое стремление к чему-то новому. Я не люблю вот эти фразы про «выйти из зоны комфорта», «встань и беги»…

– А чем заменить «выйти из зоны комфорта»? Давай, как специалист.

– Я вообще не считаю, что нужно выходить из зоны комфорта, я, знаешь, за то, что… Как сказать… Вот есть, допустим, «ворк аут», где «Подними!», «Отожмись!», «Умри, но беги!». А есть йога, где все – через любовь к себе, через внимание к своему организму, через какую-то заботу о себе. Вот и я и в преподавании скорее про это, и в жизни скорее про это. То есть если тебе хорошо в своей зоне комфорта и тебя это устраивает…

– Зачем уходят в эту зону комфорта?

– Понимаешь, как мне говорят: «Я хочу писать, как вот этот вот блоггер – и скидывают мне, – а пишу я совсем по-другому». Я вижу, что человек пишет по-другому, и ему комфортно так писать – и это не плохо, у него просто другой стиль. Я всегда объясняю людям, что не надо пытаться стать как кто-то: подражать кому-то, копировать, пытаться, начитаться кого-то, чтобы у тебя стал такой слог. И это вот тоже: люди стремятся стать какими-то другими людьми. А оно не надо.

– А надо быть собой и раскрывать себя полнее?

– Да, потому что у каждого из нас, оно уже внутри есть. Это не просто слова. Какие-то маленькие, простые творческие задания позволяют тебе это увидеть.

– Это ты несешь во всех своих трех формах взаимодействия с людьми?

– Как бы да. Как сказать… У меня нет вот этой истории: я села, расписала стратегию своего продвижения и стала крутой в бизнесе...

– А ее у тебя нету?

­– Я занимаюсь тем, что нравится. Понимаешь, вот я прошла, зашла на Биеналле – я знала, что оно там проходит в Парме (*неразб*.). И я собиралась туда сходить, но забыла, ну в смысле отложила себе «на потом». А потом зашла просто в магазин, хожу по этой Парме, думаю: оно этажом выше. Что мне мешает сейчас вечером, в 9.30, ровно за полчаса до закрытия, туда зайти. Я зашла – там никого нет. Я взяла этот аудиогид, все посмотрела, мне это дико понравилось, просто безумно, хотя там такое… про современное искусство. Я тут же, на следующее утро, написала в галерею и сказала: «Слушайте, вы такие крутые! Давайте придумаем что-то вместе». Они такие: «Да, давай, здорово! Давай попробуем». Я это к тому, что никакой стратегии, найти партнеров, у меня нет.

– То есть у тебя не было за полгода вот такого плана с ними?

– Нет, я пришла на выставку, увидела вот эту идеологию выставки, про то, что искусство может быть разным. Оно может быть непонятным для кого-то, может быть каким-то шокирующим, красивым, некрасивым. Но это искусство. И я подумала, что о текстах ведь та же самая история. Про творчество, про то, что мы можем писать каждый, как хочет, и не будет неправильных вариантов. И я подумала, что оно классно друг на друга накладывается…

– Ну, а неправильных вариантов совсем не бывает?

– Нет. Смотри, если мы говорим про тексты для творчества, вот это как раз та история, которая на «булочках с текстом». Когда мы говорим, что мы пишем истории для того, чтобы самовыражаться, когда мы сочиняем историю, а не когда мы ставим перед собой бизнес-задачу. Это другое.

– Ну а даже если творческий текст… Человек только начинающий, только впервые пришедший на твою встречу пишет сплошь «штампами»?

– Ему можно подсказать, что он может заменить фразу, допустим, «закат разгорался ярким пламенем», которую тут же подсказывает тебе мозг, потому что мы привыкли, мы эти слова слышим. «Чувства накрыли волною» – да, вот эти… они сразу всплывают, потому что это наш мозг, куда мы от него денемся? Можно мягко подсказать ему посмотреть, чтобы он описал по-другому. «А это какое?» – знаешь… Не «Горячий чай», а «Он какой? Он, как что?»…

– Как горячее сердце.

– Как горячее сердце. Да, да, да, «…пылкого юноши». Ну, на самом деле на «булочках с текстом» мы вообще друг друга не правим. Там задача – написать, уродить в себе какую-то мысль, идею, историю, образ. Написать ее и поделиться. Для этого всего нужна такая храбрость определенная. И поэтому это тот самый результат, за которым приходят люди.

– Тебе эта форма близка чем – вот этой душевностью?

– Душевностью. Именно «писательские завтраки»?

– Да.

– Да, возможностью собрать за одним столом 12 разных людей, которые могут быть совершенно не знакомы друг с другом, чтобы через полтора часа они ушли очень близкими людьми. Во-первых, потому что это такая очень доверительная форма, и, во-вторых, они что-то для себя открыли, о чем-то важном задумались. Потому что можно написать текст из разряда «соедини слова: трясогузка, широкоплечий, кипарис и инаугурация» и реально побаловаться, как ты сейчас засмеялась. Мы хохочем, когда мы это пишем. (*Неразб*.) А можно писать о важных вещах: «Если бы вы могли в своей жизни встретиться с любым человеком и задать ему любой вопрос – с кем бы вы встретились?». И человек такой: «Вау!». И одним вопросом он задумывается обо всех ценностях своей жизни. Кто для него важен, почему он для него важен, он вспоминает о людях, которых нет рядом, он вспомнит еще о чем-то. «Если бы ты был супергероем, каким бы ты был супергероем?»…

– А вот ответ на этот вопрос – «С кем бы ты встретился?» – какой был самый шокирующий вариант, который тебя может быть тронул?

– Ну это такое… Знаешь это как…

– Как у врачей?

– Да, да, я вот думаю: как у врачей или как у психологов. Все ответы по-своему хороши. Как бы это ни звучало, но мне все тексты близки.

– То, что было на «писательских завтраках», остается на «писательских завтраках»…

– Нет, на самом деле многие потом публикуют это, потому что они говорят: «Слушайте, я все время думал, что меня, мои тексты кто-то будет обсуждать, вытаскивать из них вот эти «то неправильно, то неправильно», я вообще думал, что я – бездарь. А я с вами пописал, посмеялся, почувствовал, что мои тексты такие же классные, как у всех остальных. А что мне мешает выложить их в социальные сети? Не понравится кому-то – да Бог с ними, не понравится. Я хочу выложить». И они выкладывают.

– Даже такая коррекция самооценки происходит, когда уже не так страшно, да?

– Я хочу тебе сказать… Если интересно, я тебе скину отзывы, чтобы ты посмотрела, может быть ты сама сделаешь выводы. После «писательских завтраков» я никого не прошу писать отзывы, но все их пишут.

– Но ты же научила их писать, вот они и пишут.

– Сама научила – сама теперь и страдай. Они пишут не о текстах, они пишут о себе: о какой-то внутренней смелости, об уверенности, о том, что они для себя что-то важное открыли. Это, в общем, больше, чем текст.

– А есть ли минус вот в этой форме? Что-то тебе там нет хватает или что-то тебя ограничивает?

– Единственный минус – это то, что я объявляю запись, и она заканчивается ровно через полчаса. Группа набирается, и каждый раз человек по двадцать мне еще пишут: «Галя, мы не успели, ну как так!.. Проводи их почаще». А я ведь понимаю, что мне еще жить надо успевать. Поэтому встречи – два раза в месяц. Ну, вот сейчас мы попробуем на Биеналле провести такую большую встречу, в другом вообще формате.

– Там сколько будет человек?

– Тридцать.

– Я, потому что, тоже записалась.

– Да? Ты такая прямо пытливая: копнула так копнула.

– Галя, я – мама в декрете, мне нечего делать! Я хочу знать, мне все интересно.

– Приходи. Я, конечно, чуть-чуть мандражирую, как это все получится. Но мне кажется, что все будет интересно. Тем более это такая, вообще неформальная тусовка, и, судя по спискам, очень много будет тех, кто уже был на «писательских завтраках» и знакомы друг с другом. А вот еще, кстати, история: у людей есть потребность друг с другом знакомиться, они мне все говорят… «Писательский завтрак» закончился, они говорят: «Галя, выложи, пожалуйста, фотографии и отметь на них всех, чтоб мы нашли», «Я хочу читать блог этой девочки про книги, потому что она мне понравилась». А эта девочка, оказывается, массажист, и я хочу к ней пойти.

– Открывают для себя новых людей, новые знакомства, новые связи… Это здорово. А вот такая большая форма – в чем ее особенность? Когда уже больше человек, когда это семинар, когда ты участвуешь в бизнес-семинарах, где много людей?

– Ну, там задача – дать информацию, которая будет каждому полезна. Чтобы человек ее не просто послушал – мы можем в интернете послушать массу лекций разных по копирайтингу, – а чтобы он ее взял и тут же к своему делу, своему бизнесу, применил. То есть я вот, допустим, даю конкретные вопросы, которые можно задать твоему клиенту, и из них ты увидишь там 10+ тем для постов своих.

– А ты вообще отслеживаешь эффективность знаний, которые ты даешь, на этих бизнес-тренингах? Их практическое применение, как люди их внедряют в жизнь?

– Я подписана на всех, кто у меня учится, и я читаю о том, как они пишут. Они мне, причем, потом пишут, как у них все получается, по поводу того, растут у них продажи, охваты и вообще в целом. Поэтому да. Понятно, что тексты – это не единственное. Нужно, чтобы у тебя продукт был хороший, чтоб ты им занимался, много чего внутри своего бизнеса. Текст – это то, что позволяет показать.

– Просто мне кажется… Вот с этим бумом инфобизнеса и множеством обучений я заметила такое, что многие люди, судя по словам тех же тренеров, приходят и потом эти знания не применяют. Просто скачут с одного тренинга на другой, думая, что они впитывают в себя кучу нового и кучу интересного, но потом эти знания не находят никакого практического применения. Были ли у тебя такие вот люди на занятиях, которые просто послушали и ушли?

– На самом деле я недавно услышала эту фразу – «копить информационный жир». Она мне так понравилась, когда ты такой берешь, берешь, берешь… И он у тебя копится, копится… Зачем копится – непонятно, и не очень хорошо тебе от него.

– Это как потребляемые калории, но они не выходят с энергией никуда и преобразуются в жир. Классное сравнение.

– Да, да. Слушай, ну, пишут все. Просто кто-то пишет больше, кто-то пишет меньше. Так же как приходит человек на учебу: кто-то берет от нее прямо все… У меня есть девочки сейчас на курсе, которые… Я вот выложила утром урок, она мне к обеду присылает домашнее задание и говорит: «Галь, дай мне еще домашнее задание, я еще хочу». А кто-то загружен, у него банально времени нет – дети или еще что-то, – и они делают, но делают с задержкой чуть-чуть, или меньше по объему пишут. Я не скажу, что кто-то вот приходит, просто смотрит. Нет, таких нет.

– Все участвуют?

– Все участвуют.

– Даже на аудитории 30 человек?

– Нет, смотри, если мы говорим про курс... А, про аудиторию ты имеешь ввиду?

– Да, вот именно на тренингах, семинарах...

– Слушай, ну, когда к тебе приходят – вот в субботу я выступала на бизнес-форуме, – там 100 с чем-то человек, ты же каждого из них не отследишь.

– Ну, глазами же ты видишь…

– Ну, глазами ты видишь. Нет, я имею ввиду потом результат и пользу ты же не отследишь.

– Ну включенность… ты же проходила педагогическую практику в школе?

– Я проходила ее в лицее. Может быть, наверное, поэтому я не пошла в педагоги. Тут как-то по-другому. Мне нравится…

– Не включается у тебя там «Не отвлекайтесь!», «Что вы там шушукаетесь?»…

– Мне нравится к этому подходить, знаешь… Как тебе объяснить… Я вот начинаю выступать, и я смотрю, как меня слушают. Для меня это тоже вот такой вызов, и каждое выступление – это такой эксперимент. И я вижу, что человек отвлекся…

– Иванов!..

– Да, да, да, и раз – и линейкой его, и уронить что-то сильно рядом… Нет, а я думаю вот так: задать вопрос, какой-то пример привести. А потом смотрю: а, вот на этот пример он отреагировал, на другой – не отреагировал. То есть общение вот это – оно интересное с большой аудиторией, потому что оно позволяет тебе свои ораторские навыки прямо на практике применить и посмотреть, что ты каждый раз можешь сделать лучше.

– А для людей, которые приходят на занятия, что лучше: такой большой семинар-тренинг или какие-то более сжатые, кулуарные встречи, или вообще коуч, или сопровождение персональное?

– Смотря какая задача у человека. Если у человека задача увидеть базу, просто взглянуть на нее, обновить, понять, что я могу сделать, какое, допустим, одно полезное действие я могу вывести из этого тренинга… Мы же понимаем, что за 40 минут ты не прокачаешься, но ты можешь взять что-то одно и понять, как сделать это хорошо.

– Но это как? Это поверхностно ознакомиться с темой или наоборот, как ты говоришь, обновить свой взгляд, когда ты уже в этой теме?

– И тем, и другим полезно. Потому что, допустим, вот на тренингах, где мы не сужаем тему, где мы не берем «как написать текст о себе» – это вот такая узкая тема, – когда мы говорим именно про один вариант текста в разных видах – в письме, в посте, в шапке Инстаграма и так далее. А когда я беру и просто говорю, условно говоря, «как продавать через текст», и я там рассказываю как раз про весь этот маркетинг, про целевую аудиторию и так далее. То есть он – вроде бы обзор, но в то же время там есть такие маленькие практические вещи, которые ты такой – раз, взял себе и применил.

– Ну, и, получается, чем меньше группа, в которую человек приходит, тем более глубоко он прорабатывает тему, погружается в нее и получает более подробные знания, так?

– Ну да, тогда у большего количества людей есть возможность задать свой личный вопрос. Ну, и вообще маленькая группа располагает к более глубокой проработке.

– А онлайны? Они стоят как-то даже, наверное, отдельно от обучения в малых группах и в больших группах? В чем особенность онлайнов?

– У меня девочка… Я все историями, историями… Что самое интересное, не сторителлинг ведь ради сторителлинга… Ну, реально же понятнее, когда ты на историях рассказываешь, с примерами. Это вон как физику мне мама объясняла: садилась, вздыхала тяжело – а как ребенку-гуманитарию объяснить физику, – и придумывала мне вот эти вот примеры. В общем, про историю, про онлайны. Девушка мне перед этим курсом написала: «Слушайте, мне все очень интересно, но я не верю в онлайн-обучение. Мне кажется, что там нет общения, что там просто выложили видео, мы их смотрим по десятому разу, что все это там сухо, просто информация. Причем, выкладывает не сам тренер, а помощник, а тренер вообще там, где-то на Багамах, греется. Один раз записал видео три года назад и крутит его». Я с учениками нахожусь вообще в постоянном общении. То есть у нас есть чат, в котором мы общаемся. Мы каждое задание выкладываем в группе: вот я выполнила домашнее задание, я его выложила, все остальные побежали комментировать его, делиться, спрашивать вопросы, предлагать какие-то идеи. И каждому человеку я тоже даю обратную связь. То есть мы все время в общении. Вот сегодня мне еще девочка написала, задала вопрос про текст, но личный. Вот у нее опять же было со страхами связано, с критикой связано, а девочка пишет вообще хорошо. А в соцсетях вообще не пишет, стесняется, боится. Я ей подсказывала через свой опыт, я же то же когда-то стеснялась, боялась.

– То есть по уровню проработки знаний и опыта – это…

– Глубже.

– Это глубже, чем занятия в малых группах? Еще глубже?

– Смотри. Почему онлайн – это идеальная форма для обучения…

– Идеальная?

– Идеальная. Ну, обучение текстам. Потому что тексты надо писать. Если ты сидишь в группе, и у тебя есть всего час на занятие, есть кроме тебя, пускай, даже 10 человек – если мы говорим не про «писательские завтраки», а про бизнесовые тексты, – ты будешь нацелен на то, чтобы слушать, конспектировать. А здесь ты послушал короткий, емкий урок, посмотрел инструкцию с примерами и сел и написал свой текст. Я тебе тут же дала по нему обратную связь, ты тут же ее переписал. Ну, получается, что это персональная работа с тренером, с человеком. И плюс – вот эта вот взаимная поддержка в чате среди других участников.

– А минусы у этой формы есть?

– Я не вижу. Единственный минус – когда приходит человек, который недостаточно мотивирован, который может в середине курсе начать «сдуваться», который «вот у меня не получается…» или еще что-то. Это единственный минус, себя немножко в этом плане перебороть – и идти дальше.

– Недостаточная мотивация, мне кажется, – это минус в любой форме.

– В любой форме. Просто человек такой: «Я там хочу…». А может потом понять, что «Так, а здесь ведь надо поработать…». Поэтому всем, кто ко мне приходит, прежде чем они записываются на курс, мы с ними общаемся. Я спрашиваю: «А вам зачем? Расскажите мне, зачем, чтобы я вам могла дать…»

– И что люди отвечают?

– Есть люди, по которым сразу видно, что они прямо «прокачанные» в плане бизнеса. «Я хочу увеличить конверсию», вот эти вот все слова… «Мне б еще таргет по пути настроить». И я такая: «Окей». А есть люди, которые говорят: «Я люблю свое дело, я не знаю, как о нем написать». Или промежуточный вариант «Я люблю свое дело, я пишу о нем, но я хочу писать еще лучше».

– У нас целевая аудитория – это люди, которые не пишут тексты: юристы, бухгалтеры, кадровики. Они же тоже у тебя есть, ты упоминала. Что они говорят? Зачем им тексты?

– Смотря куда они приходят. Когда они приходят на «писательские завтраки», они могут говорить: «Слушайте, в детстве мне так нравилось писать сочинения…» – так тихонечко, тихонечко признаются себе в этом. Или «Мне так нравится читать книги. Я вот, честно говоря, думаю, что я бы тоже когда-нибудь могла написать книгу», – тихонечко признается сам себе человек. Я говорю: «Ну так это же здорово!».

– Они говорят о том даже, что хотят написать книгу?

– Есть люди, которые приходят и говорят… Нам же… Как сказать… Страшно… Написать-то книгу – вообще страшно. «Я ж не Пушкин и не Салтыков-Щедрин! Как я вообще имею право быть писателем?» Как мне говорят: «Почему ты говоришь, что это «писательские завтраки»? Писатель – это ж Лермонтов… Вот пока медаль тебе не выдадут и звание «заслуженного», ты не писатель. Ну то есть вот, знаешь, многие приходят за разрешением писать, внутренним, своим.

– Ну, у них же такая профессия: цифры, штампы – вот это вот все сухое. И им нужен выход энергии, получается?

– Да. Некоторые говорят: «Я целыми днями считаю, у меня нет никакого творчества, я хочу, чтоб у меня было творчество в жизни. Я не очень представляю, что вы тут делаете, но почитала отзывы – у вас так клево…». И все.

– Это на «писательских завтраках». А куда они еще к тебе приходят?

– Нет, смотри. Они приходят на «писательские завтраки», если какие-то бухгалтеры…

– Вот юрист, ты говорила, у тебя был на курсе…

– Нет, на «писательском завтраке». На курсе у меня все-таки люди, у которых есть, о чем рассказать, какое-то свое дело.

– А кроме всего вот этого обучения ты чем-то еще занимаешься? У тебя основное место работы сохранилось?

– Да, конечно.

– Как распределяется все? Как ты все успеваешь?

– Благодаря первому курсу, вот этому первому потоку, я узнала, что птицы начинают петь ровно в 1.30 ночи, потому что я проверяла домашнее задание. Я такая: «1.30. За окном реально начинает что-то стрекотать. Птицы…» Ну вот так примерно это и происходит.

– То есть ты забыла про сон?

– Ну, да. Видишь, мне нравится. Я – такой человек, которому если нравится, он этим занимается. Выходные, вечера, сон чуть-чуть…

– А сколько стоит курс?

– Сейчас курс стоит 4500 с поддержкой и 2500 без поддержки. Мне, конечно, все бизнес-тренеры наши за это говорят: «Ну ты чего?! Мало! Не может быть таких цен». Но… вот так.

– А дальше что? Как ты будешь масштабировать? Своя школа?

– Слушай, у меня все получается, как я вот рассказала, от запроса людей. Почему я поняла, что будет второй курс? Потому что, когда я закончила набирать первый курс и запустила его, у меня уже было 7 человек, которые записались на второй. И я поняла: «Ага, второй курс будет. Окей, хорошо». Сейчас ко мне на «писательские завтраки» приходят, и несколько человек уже озвучивали мысль – я об этом не думала, – что что-то подобное про работу с текстом может быть интересно детям. Ну, потому что всем надо писать сочинения, а все ненавидят писать сочинения. Потому что заставляют, в рамки тебя ставят, говорят, что «Так плохо», «Нет, давай композицию» и так далее. Как написал мне один ученик, – для меня это было, конечно, очень приятно, – «Если бы у меня был такой учитель литературы и русского языка в школе, я бы, наверное, не ненавидел русский язык». Вот примерно так.

– Ну, у меня была хорошая учительница. Она как раз в рамки не ставила, хвалила за содержание, поэтому я на филфак пошла.

– Вот. А моя учительница говорила (а я говорила, что хочу быть журналистом): «Какая журналистика?! (*Неразб*. фамилия), да ты там… у тебя там…». Ну все – филфак.

– Ты на встречу выпускников школы не приходила и не говорила: «Ааа, смотри-ка! Получи! Съела?..»? Не было такого?

– Нет, конечно, нет… Ну, вот она почему-то так считала.

– И пока будет школа, не будет школы – ты не знаешь…

– Школа?.. Ну, я веду курсы, мне нравится вести курсы. Масштабировать это в школу?.. Я пока об этом не думаю.

– Ну а что? Вот те же «писательские завтраки», да... Если так много человек хотят участвовать, может надо кого-то еще обучить, чтобы кто-то еще проводил помимо тебя?

– Ну, может быть. Мне многие участники «писательских завтраков» говорят: «Давай сделай это бесплатно. Тогда меньше людей захочет прийти, а мы точно сможем ходить». Ну или там «А почему это бесплатно?..». Ну, не знаю, надо подумать про масштабирование.

– Ну, в этом же есть суть какая-то. А вот, кстати, что ты думаешь про цитату «Кто умеет – делает, кто не умеет – учит». Как это относится к обучению?

– О, я об этом не думаю... Слушай, я пишу тексты 13 лет, каждый день, с журналистики начиная, заканчивая пиар. Разные, разные, разные тексты каждый, каждый, каждый день…

– То есть на такое замечание, если тебе скажут, «тот, кто учит, сам не умеет», ты сможешь ответить…

– Ну, у меня же не родилась учеба из учебы. У меня учеба родилась из практики и работы с текстом. Я взяла и постаралась весь свой опыт работы с текстом – не теорию (человек же может в учебниках начитаться теории, а взять разных учебников почитать ­– у него каша, правда, потом в голове будет), – я опыт взяла и постаралась обобщить на курсе.

– А много таких тренеров, тренингов, которые практики особой не несут… Когда человек прочитал это у кого-то, слизал информацию, «состряпал» свой тренинг и начинает на этом зарабатывать? Как ты думаешь, как можно отличить вот таких тренеров от нормальных, которые действительно дают хорошую, нужную, полную и проверенную информацию? От шарлатанов как отличить?

– Пообщаться лично.

– А если в онлайне?

– Ну, вот в онлайне, понимаешь, такая история… Ну как? Ну задать вопрос со своей конкретной проблемой, и как он тебе поможет ее решить.

– Если тебе тренер не отвечает – какой вывод?

– Ну, значит либо ему неинтересно… Понятно, что бесплатно полную консультацию – «Оцените мой бизнес» – ну, это, конечно, не то. Но ответить на вопрос… Вот, понимаешь, когда есть личная встреча, когда есть, допустим, форум, и в кофебрейке… У меня нет кофебрейков, потому что я стою и отвечаю на вопросы людей. Они вот так выстраиваются в очередь, и я стою – и вот это вот «Расскажите мне, пожалуйста, хорошо ли я пишу». Показывает вот это вот – телефон, ВКонтакте… И ты, что можешь, что успеваешь, – человеку даешь обратную связь. Что не успеваешь – отвечаешь потом, когда он тебе пишет.

– А вот в онлайнах, когда выскакивает этот таргет «Ты хочешь найти, как писать тексты?...»

– Читай, как человек сам пишет: близко тебе или не близко, отзывается тебе или нет. Ведь в текстах как раз это и можно вычислить очень хорошо. Но, с другой стороны, есть история о том, что человек сам может писать хорошо, а учить – не очень. Я почему не называю себя ни тренером, ни коучем…

– Кем ты себя называешь?

– Никем. Я – Галя, я помогаю людям писать тексты, и делать это легко и с удовольствием. Но я не коуч, не тренер, я никого не учу. Помогать – это мое слово. Я так себе стратег. Вот это типа «сформулируйте свое УТП…». Нет, я могу сформулировать свое УТП…

– Сформулируй.

– «Я помогаю предпринимателям, блоггерам, экспертам с помощью текста развивать свое дело, привлекать клиентов, формировать личный бренд». Я вот для себя поняла это так.

– Ты, когда создавала свой курс, на что опиралась: просто на свои какие-то ощущения или ты опиралась на существующие курсы? Может быть ты прошла сама какие-то?

– Да, я проходила достаточно много курсов. Потому что, когда у меня еще в голове не было, что у меня будет курс, потому что мне тексты интересны, я – с разных сторон, я вот прямо любопытная до текста.

– Какие тренинги ты сама проходила?

– Я проходила тренинги – вот, собственно, откуда началось мое знакомство с «Глаголицей», с этой школой текста; и как я стала куратором – я пришла на их курс по вот как раз творческих текстам, где творчество – вообще без границ. Я вот сейчас параллельно с девочками тоже, когда успеваю, курс прохожу. Там прямо про творчество. Я проходила… есть такая «Академия правильных копирайтеров». Это онлайн-история. Они организовывают конференции. У них такие конференции, что каждый спикер прямо «мясо» вытаскивает из своей темы. И я вот там училась. Ну то есть ты все равно смотришь и учишься.

– Что тебе это дало?

– Понимание, что мне полезно, а что мне неполезно. Вот я смотрю: человек выступает. Я понимаю: так, он говорит без примеров, он говорит вот этими «капитан Очевидность», он говорит какими-то сухими формулами, и я понимаю, что мне так учиться бы не хотелось.

– А в «онлайнах» еще знаешь есть: поставьте плюсики, поставьте единички, кто меня знает, двоечки – кто меня не знает. Ты так не делаешь?

– Слушай, ну на самом деле: а как ты еще спросишь у человека, хорошо ли тебя слышат. Вот если про это – да. А из разряда «кому интересно – оставьте (*неразб*.) в комментариях», – вот это, конечно, нет. Я вообще все такие «гивэи» вот эти вот не люблю, которые вот накрутка, людей собрать…

– Ну то есть вот эти тренинги помогли тебе «выкристаллизовать» свой курс, получается так?

– Ну да, наверное. Они мне помогли понять, что хорошо с точки зрения человека, который улучшится. Я была человеком, который улучшится, я платила за курсы, я училась.

– Сколько в общей сложности ты отдала за это?

– Много. Последний курс, который я проходила, который был без поддержки, – то есть ты просто учишься без поддержки – был 6 тысяч рублей.

– И сколько таких курсов?

– Достаточно много.

– Ну ты отдала 100 тысяч на обучение?

– Нет, нет. Это не порядок второго высшего образования. Я верю в книги до сих пор, я книги читаю. Поэтому я, собственно, не подсчитывала, сколько. Нет, наверное, все-таки испанский мой съедает намного больше, чем тексты. И курс у меня стоил еще меньше, потому что я понимала, что люди не знают меня как преподавателя, они не проходили у меня курсы, они вообще – первые. Но они знают меня как эксперта, которого они слышали, с которым они общались, но на курсе ведь они не были. И поэтому у меня были такие прямо очень приемлемые цены. Сейчас цены подросли, но у меня все равно нет задачи… Для меня это не способ добывания денег, я вот так скажу. И, наверное, попрошу написать тебя об этом в интервью, потому что для меня вопрос денег…

– Ну на этом можно зарабатывать?

– На этом спокойно можно зарабатывать, да. Если у тебя нет второй работы, которая является услугой. Я же все делаю официально, все такое.

– А ты налоги платишь?

– Конечно. Ну, не я плачу, я делаю совместно с организациями: допустим, с (*неразб*.) бизнес мы делаем – договоры, все такое, налоги, все такое, да.

– Кстати, на всех этих тренингах больших, где 30-40 человек, (*неразб*.) бизнесмены, у тебя сложилось впечатление о том, к чему у них есть стремление учиться, чему им надо учиться?

– Ораторская история вот эта вся с публичными выступлениями.

– То есть на низком уровне, да?

– А, ты имеешь ввиду, чему надо бы поучиться или чему они хотят учиться?

– Ну, давай разграничим. Давай начнем, чему надо бы, чего не хватает?

– Слушай, ну вот так вот всех под одну гребенку…

– То есть общей тенденции такой, общего портрета сыктывкарского бизнеса нет?

– Нет, он очень-очень разный. Так же, как и люди разные.

– А запрос в чем есть?

– Ну вот запрос, мне кажется, в большей степени в текстах, потому что сейчас ушли даже те же самые соцсети. Просто фоточка, да, или купи «капслуком» и много восклицательных знаков. «Только сегодня!!!» – вот это вот. Все понимают, что тексты становятся нативными, такими как бы человеческими. Важно писать, что-то писать…

– Ну и, наверное, ему нужно это для того, чтобы, если он даже не сам пишет, то оценить работу тех же своих маркетологов, тех, кто продвигает его продукт.

– Да, да. Чтобы мочь объяснить. Знаешь, как вот бывает большая проблема у копирайтеров: им заказчик дает задачу, ну так, типа «Напишите, чтобы все купили». Копирайтер пишет, а он говорит: «Мне не нравится». «А чем не нравится?» – «Не знаю, мне не нравится…». Когда люди сами понимают, почему это не нравится или почему нравится, почему одни тексты нас оставляют равнодушными, а другие – мы такие «Ааа, уау!». И все: ты вроде только что был нормальным человеком, а уже в комментариях с кем-то чатишься…

– Ну с этим да, большая проблема вообще. Большая часть рекламных текстов, когда клиентов очень много, и у нас копирайтеры от некоторых клиентов просто кричали криком, потому что он не знает, что он хочет. У нас был конкретный пример. Был Кировочепецкий хлебокомбинат. Я с тех пор там (*неразб*.) покупаю их продукцию. Потому что он сказал: «Напишите мне про «Наполеон». Все. Вы – специалисты, вы должны написать. Мы начинаем с ним разговаривать: «А чем отличается?», «Какие технологии?», «Может быть у него какая-то история?», «Может быть…». Что? Что? Что? – начинали с разных сторон подходить… «У меня нет времени объяснять, напишите». Ну ладно, давай напишем просто красивый текст про классный торт. Чего-нибудь у них там может быть на сайте, там отзывы какие-нибудь поищем. Написали три, четыре текста – «Не нравится», «Вы не умеете, вы – бездари!». И это выводило просто, «до белого каления» доводило. То есть у меня человек не только потратил на него свое время, он тебя еще и оценивает как неквалифицированного специалиста – это же обидно. Ой, и таких клиентов…

– Много?

– Достаточно, достаточно. Которые хорошо делают ну, условно, двери, какие-то осязаемые вещи, а вот это сфера неосязаемого – слова, формулировки, репутация, подача – для них это вообще непонятно. И таких в Сыктывкаре много, и я думаю, что вот эта тенденция… Она есть, кстати? Как ты наблюдаешь? Мне кажется, она есть. На овладение языком нормально: когда уходят штампы, когда более-менее человечно подают информацию уже даже некоторые продающие компании.

– Я проходила мимо стенда недавно – ремонтируют Старовскую (неразб.) улицу, какая-то там тепловая наша компания, – и написано человечьим языком, не «в связи с проведением ремонтных работ…», а типа «чтобы подготовить трубы к зиме, мы сейчас перекрываем… Извините, это нужно для вас». (*Неразб*.) Я такая: «О Господи, пришел тот момент…». Я когда увидела этот баннер, и я такая «Ааа!»…

– Твое сердечко растаяло?

– Да. Ну, потому что у меня на подъезде до сих пор могут написать приглашение на субботник в четыре бесконечных абзаца, и ты не поймешь, что тебя на субботник приглашают.

– «Приходите на субботник, давайте приберемся!».

– Да! «Давайте сделаем наш двор чище!». Ну почему ты не напишешь так? Потому что наш «совок» очень долго учил писать сложными вот этими, тяжелыми предложениями.

– Мне кажется даже в Сыктывкаре вот сейчас постепенно люди начинают… (*неразб*.). Даже если в таких организациях начинают человечески информацию подавать, то все-таки есть, наверное, это направление на нормальное течение, не на официоз, деловое общение.