

Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст

Максим Ильяхов и Людмила Сарычева на конкретных примерах показывают, что такое хорошо и что такое плохо в информационных, рекламном, журналистском и публицистическом тексте. Как писать письма, на которые будут отвечать, и рассылки, от которых не будут отписываться. Как создавать действенные и не вульгарные рекламные объявления. Как излагать мысли кратко, ясно и убедительно, без языкового мусора, фальши и штампов. Следуя рекомендациям в книге, вы научитесь писать понятно, увлекать читателей и добиваться доверия.

Благодарим
Оксану Ильяхову, Александра Сарычева,
Надю Поминову и Катю Ивкину
за помощь, критику и терпение

УДК 338.24
ББК 65.291.2
И49

Издается в авторской редакции

ISBN 978-5-9614-5750-6

Ильяхов М.

Пиши, сокращай: Как создавать сильный текст / Максим Ильяхов,
Людмила Сарычева. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 440 с., ил.

Максим Ильяхов и Людмила Сарычева на конкретных примерах показывают, что такое хорошо и что такое плохо в информационных, рекламном, журналистском и публицистическом тексте. Как писать письма, на которые будут отвечать, и рассылки, от которых не будут отписываться. Как создавать действенные и не вульгарные рекламные объявления. Как излагать мысли кратко, ясно и убедительно, без языкового мусора, фальши и штампов. Следуя рекомендациям в книге, вы научитесь писать понятно, увлекать читателей и добиваться доверия. Это обязательная книга для копирайтеров, авторов, редакторов, дизайнеров, программистов, менеджеров, предпринимателей, руководителей, служащих и всех, кто использует текст в работе.

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в интернете и в корпоративных сетях, а также запись в память компьютера, для частного или публичного использования без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpin.ru

ISBN 978-5-9614-5750-6

© Максим Ильяхов, текст, 2016
© Людмила Сарычева, текст, 2016
© София Берлина, иллюстрации, 2016

© Издание ООО «Альпина Паблишер», 2016

Содержание

Знакомство	11	Цель и задачи	255
Что в голове у хорошего автора	31	Структура	266
		Заголовок	286
		Дидактика	303
		Чувственный опыт	318
1. Отжать воду		Факты	325
Метод	39	Сложные случаи	334
Вводные	49		
Оценки	60	3. Рассказать о себе	
Штампы	81	Решение о покупке	342
Заумное	110	Рассказ о продукте	356
Эвфемизмы	126	Текст о себе и компании	363
Отглагольное	139	Регалии	390
Неопределенное	149	Сопроводительное письмо	404
Брехня	156	Вранье	416
В жизни	167	Главный секрет	429
		Что дальше	434
		За кулисами	436
2. Донести мысль			
Информативность	182		
Синтаксис	195		
Запятая	214		
Однородные члены	233		
Абзацы	238		

Десять правил сильного текста

I

Сила — в правде

II

Смысл важнее формы

III

Чем проще — тем лучше

IV

Пишите как для себя

V

Читайте вслух

VI

Приводите примеры

VII

От простого к сложному

VIII

Пользу — вперед

IX

Поставьте заголовок

X

Уважение и забота

ГАЗЕТА
КОМПРОМИСС

ЭТО МОЯ ГАЗЕТА! ПРАВДА —
ЭТО ТО, КАК Я РЕШИЛ!
А ТЫ ЗДЕСЬ
НИКТО!

А МНЕ ПЛЕВАТЬ,
ЧТО ТЫ ВИДЕЛА ЭТО
СВОИМИ ГЛАЗАМИ!

НО...

МОЛЧАТЬ,
МЕЛЮЗГА!

ТЫ ПРАВДА
ХОЧЕШЬ ИХ
РАЗОБЛАЧИТЬ?
ОНИ ЖЕ ТЕБЯ
ПОХОРОНЯТ
ВМЕСТЕ
С ТВОЕЙ
ПРАВДОЙ.
ВСЕХ НАС
ПОХОРОНЯТ!

ЗАБУДЬ ОБ ЭТОМ!
ТЫ БУДЕШЬ ПИСАТЬ ТО,
ЧТО Я ТЕБЕ СКАЖУ!

ВОТ КАК ТЕБЯ ЗОВУТ,
МАЛЕНЬКАЯ?

А...

ТЕБЯ ЗОВУТ НИКАК И ТЫ ЗДЕСЬ НИКТО! ЕСЛИ
НЕ ГОТОВА ПИСАТЬ ПО-МОЕМУ, ВЫЛЕТИШЬ
ОТСЮДА ВСЛЕД ЗА СВОЕЙ... ПРАВДОЙ!



Знакомство

Каждый год летом у нас в домах отключают горячую воду. Однажды утром ты просыпаешься, ползешь в душ, открываешь оба крана, и тебя окатывает ледяной водой. Так начинаются две недели тазиков, ковшиков и кастрюлек на плите. Суровое постсоветское лето.

В день, когда нам отключают воду, в подъезде появляется вот такое объявление:

ВНИМАНИЕ!

В связи с плановым проведением диагностических и ремонтных работ в летний период горячее водоснабжение в вашем доме будет отключено с 1.05 по 13.05

Администрация.

В этом объявлении много слов, оно звучит официально и выглядит важно. Его составил сотрудник Мосгортепла или управляющей компании: открыл «Ворд», написал, поставил прочерки. Кто-то напечатал эти объявления, вписал даты, расклеил по подъездам. За этим объявлением стоит большая работа. Но если выделить полезное из этого объявления, то останется немного:

горячая вода
отключена с 1.05 по 13.05

С тем же успехом можно было просто написать:

Горячая вода отключена с 1 по 13 мая.



Но даже если написать просто и понятно, проблема не решится. Воды по-прежнему нет. Мы по-прежнему недовольны.

А теперь представьте, что вместо официального и серьезного объявления в подъезде появится вот такое объявление:

Горячая вода отключена с 1 по 13 мая

Эти две недели Мосгортепло будет готовить отопительную систему к зиме. Мы заменим часть старых металлических труб на современные полимерные, проведем гидроиспытания системы отопления, обновим оборудование на ТЭЦ.

Если не проводить такую профилактику, зимой трубы отопления может разорвать, а на ТЭЦ могут случиться аварии. В результате в домах всего района не будет тепла. Мы запланировали ремонт на лето, чтобы вам было легче перенести это время без горячей воды.

Справочная Мосгортепла, +7 495 100-00-00

Здесь гораздо больше заботы и уважения. А еще это объявление наконец-то объясняет, что отключение воды — не прихоть садистов-коммунальщиков, а необходимость. Раньше мы думали, что они просто не умеют работать. Теперь мы видим, что без этого отключения воды нам будет еще хуже.

Чтобы составить и разместить такое объявление, нужно примерно столько же сил и времени, сколько и на первое, официальное. Нужны те же люди, та же процедура, те же принтеры и та же бумага. Разница лишь в том, что написано.

Первое официальное объявление написали не роботы, не абстрактные чиновники, а обычные люди — такие же, как мы с вами. Они с тем же успехом могли написать и более заботливое объявление. Просто не хватило знаний.

Другая ситуация. Человек сидит в офисе посреди рабочего дня. Прилетает вот такое письмо:

Тема: статус задач

Уважаемые коллеги!

В связи с проведением нашим отделом подготовительных работ к сдаче отчетности за первое полугодие убедительно просим вас обратить внимание на статус вашей работы...

«Ох, это что-то очень сложное. Разберусь попозже», — думает человек. Его можно понять: уже от первых строк этого письма в голове замыкает.

Но что если сформулировать это письмо немного иначе?

Тема: расчет премий по задачам

Коллеги! Пожалуйста, закройте все сделанные задачи в системе управления проектов до конца дня.

Сегодня в 20:00 мы выгружаем отчет за полугодие. В него попадут все закрытые задачи. На их основе бухгалтерия рассчитает премии. Если не успеваете — дайте знать, чтобы ваши задачи рассчитали отдельно.

На какое из писем человек скорее ответит? В каком ему проще разобраться? Какое письмо лучше побуждает к действию?

Текст может показаться не самой важной частью нашей жизни — особенно если вы не профессиональный писатель. Но от того, как мы формулируем мысли на письме, зависит очень многое: понимают нас или нет, прислушиваются ли к нам, делают ли другие то, что нам нужно, и что они о нас думают. Мы формулируем свои мысли в письмах, объявлениях, статьях, презентациях, и везде о нас судят по тексту.

Проверьте на себе. В какую школу вы бы отдали ребенка? Хвастливо-придыхательную или в ту, в которой знают, о чём говорят?

Доверьте свое чадо профессионалам! Наша школа является одной из ведущих на рынке. Наша команда высококвалифицированных педагогов всегда позаботится о том, чтобы ваш ребенок получал только лучшее...	Мы готовим детей к карьере в технологическом секторе и помогаем сформировать здоровую гармоничную личность. У нас дети строят роботов, программируют искусственный интеллект, ставят эксперименты...
---	--

А если в компании проблемы — какое из этих писем вы бы хотели получить? Какое из них принесет вам больше пользы?

В связи с временными трудностями экономического характера, вызванными фундаментальными изменениями в составе и объеме продаж, в нашей компании намечается оптимизация структуры занятости.	За последний год мы стали продавать на треть меньше, чем годом ранее. Если мы не сможем изменить ситуацию, мы должны будем либо закрыть всю компанию, либо сократить часть персонала. Сокращения коснутся...
--	--

После того текста, что слева, обычно бывает так:

- Что они имели в виду?
- Видимо, будут всех увольнять...
- Какой ужас! А почему?
- Тут не сказано...

От текста справа больнее, но он честный и прямой. Кого-то он сподвигнет покинуть компанию, а кого-то — исправить ситуацию.

Текст пишут все, не только писатели и журналисты. Менеджер в офисе, клерк в банке, учитель в школе, чиновник в мэрии — все что-нибудь пишут. Своим текстом они влияют на мир не меньше, чем писатели и журналисты.

Выпускник вуза пишет письмо, чтобы устроиться на работу, — это текст. От того, насколько правильно он напишет это письмо, зависит начало карьеры: удастся ли ему поработать в интересной компании или придется перебиваться низкооплачиваемым трудом, как его сверстникам.

Предприниматель составляет договор — это тоже текст. Если по этому договору его привлекут к суду, судить будут по тексту. От того, насколько ясно составлен договор, зависит судьба предприятия, его сотрудников и их семей.

Мэрия перекопала полгорода, чтобы отреставрировать центральные улицы. Жители негодуют: тракторы мешают им проехать. Пресс-центр мэрии рассказывает людям через сми, зачем нужна реконструкция и как будет хорошо после нее. Если они смогут объяснить это простым и понятным языком, жители их поддержат и не будут возмущаться.

Преподаватель пишет учебник по экономике. Учебник попадает в школу. От того, какой в этом учебнике текст, зависит экономическая грамотность школьников. Кто-то из этих школьников станет министром экономики.

Эколог публикует статьи о влиянии человека на климат. От того, насколько убедительной будет статья, зависит будущее планеты.

Текст есть во всем, что мы делаем. И от того, как он написан, часто зависит успех нашего дела: услышат нас или нет, поймут ли нас правильно, убедим ли мы других, поверят ли они нам. Это книга о сильном тексте — о таком тексте, который услышат и поймут.

Эта книга о тексте, но не о словах. Здесь нет списка волшебных выражений, от которых читатель впадет в экстаз. Здесь нет волшебных продающих фраз, лингвистических нейротриггеров и психологических уловок, которые автоматически делают текст сильным. Таких фраз не существует.

Волшебных слов не существует ни в этой книге, ни где-либо еще.

Эта книга не о словах и готовых формулах. Она о том, как мыслить, чтобы писать сильный текст. Это книга о том, как подавать мысли логично и интересно, как привлекать внимание читателя и помогать ему быстро найти главное. Эта книга об убеждении без грязных манипуляций, давления и обмана.

Главная мысль этой книги — смысл важнее формы. Мы расскажем, как избавиться от словесного мусора и обнажить смысл; как понять, что смысла мало, и что с этим делать; как исследовать свой предмет и как зажечь им других.

Эта книга о честности перед собой и читателем. О том, как побеждает правда. О том, как напыщенные фразы меркнут рядом с простыми честными словами.

Эта книга о порядке в голове. Когда есть порядок в голове, порядок в тексте приходит сам собой.

Еще эта книга об ответственности и уважении — к себе и окружающим. О том, как перестать бояться писать то, что считаешь правильным. О том, как не идти на компромиссы и не довольствоваться средним результатом. Надеемся, что эта книга о вас.

В этой книге мы расскажем, как писать кратко, ясно и убедительно.

Кратко — то есть без лишних слов, но не в ущерб смыслу. Благодаря краткости из текста пропадает мусор, мы тратим меньше времени на чтение и быстрее получаем результат. Это особенно полезно в письмах, объявлениях и деловой переписке:

Убедительно просим вас предупредить о незапланированных изменениях в графике работ за двое суток или ранее.	Предупредите о сверхурочных за два дня.
---	---

Ясно — то есть так, чтобы мысль была понятна сразу, а не после расшифровки. Благодаря ясности нам проще понять сложные вещи и объяснить их окружающим. Примените это в статьях, отчетах и презентациях:

Строительство объекта замедлено из-за непредвиденных обстоятельств экономического и организационного характера.	Мы неправильно рассчитали бюджет и доверились ненадежному подрядчику. Чтобы исправить ситуацию...
---	---

Убедительно — то есть так, чтобы люди к вам прислушались и действовали с вами заодно. Это пригодится в соцсетях и сми:

Едва ли кто-то будет спорить, что всё чаще россияне склонны в первую очередь задумываться о собственном бытовом комфорте, чем о помощи другим людям.	По данным Яндекса, в марте 2016 года фраза «торговый центр» была в 5 раз популярнее, чем фраза «благотворительный фонд».
--	--

Это книга для тех, кто пишет по делу: журналиста, который готовит статью; менеджера, который отправляет письмо; студента, который сдает курсовую работу; ученого, который публикует результаты исследования в научном журнале. Она для тех, кто решает рабочие задачи с помощью текста.

Эта книга не для авторов художественного текста. Нам интересен текст только как рабочий инструмент, а не элемент искусства.

Чтобы писать кратко, ясно и убедительно, не нужен талант и вдохновение. Нужна дисциплина и стремление к правде. Мы называем свою дисциплину информационным стилем.

Информационный стиль — это редакторская дисциплина, которая помогает сделать сложный текст простым, выделить главное и помочь читателю сделать выводы.

Информационный стиль не входит в формальную классификацию стилей русского языка. Он применяется в любой ситуации: в договоре, статье, рецензии, научном докладе, рекламном плакате, пресс-релизе, новости, на сайте, в интерфейсе, рассылке или смс-уведомлении. Он помогает вытравить пустословие и обнажить суть в любом тексте: хоть в рекламе, хоть в корпоративных новостях.

Пустословие

Создаем эксклюзивные коммуникационные проекты «под ключ».

Драматический спад продаж вызвал фундаментальные изменения в структуре менеджмента нашей компании.

Информационный стиль

Проектируем локальные сети, поставляем и устанавливаем оборудование, внедряем программы и обучаем сотрудников...

Из-за спада продаж на 40% акционеры уволили основателя и наняли нового директора.

В информационном стиле приходится искать правду, отказываться от необъективных оценок и помогать читателю самостоятельно делать выводы. Объективность и правда — неизменные принципы информационного стиля, о чём бы мы ни писали: хоть о булочках, хоть о промышленном оборудовании.

Необъективно

Попробуйте наши замечательные вкусные и мягкие французские булочки!

Высококачественная сборка и точная подгонка деталей гарантирует непревзойденную прочность конструкции наших телефонов!

Объективно

Наш кондитер Франсуа выпекает булочки из французской муки по семейному рецепту. Чтобы они были мягкими, он добавляет...

При сборке мы используем микронную подгонку деталей. Благодаря этому в телефон не попадает пыль и влага, а корпус выдерживает падение с высоты 5 метров.

Информационный стиль заставляет писать просто, даже в ущерб статусу и респектабельности:

Респектабельно и пусто

Наша компания высокопрофессиональных сотрудников является ведущим поставщиком решений по обеспечению телекоммуникаций высочайшего класса.

Просто и сильно

Подключаем интернет, корпоративные сети и видеоконференц-связь для госструктур и банков. Наши видеосистемы работают в центрах быстрого реагирования МЧС, а системы безопасности защищают Сбербанк и ВТБ.

Информационный стиль ставит правду на первое место, даже если она неудобная. Даже если все вокруг просят сгладить углы. Представьте, что мэрия отчитывается о строительстве школы:

Сглаженные углы

Вследствие стечения обстоятельств и изменения экономической конъюнктуры структура расходов на возведение данных объектов инфраструктуры не соответствовала рыночным условиям, вследствие чего мы вынуждены рассмотреть вопрос об увеличении бюджета.

Неудобная правда

Мы не заложили в смете рост цен на стройматериалы. Теперь нам не хватает денег, чтобы постелить крышу. Чтобы открыть эту школу в сентябре, нам нужно еще 2,5 миллиона.

Информационный стиль борется с перегруженностью и двусмысленностью. Там, где читатель тонет в словах, информационный стиль поможет выплыть. Допустим, у нас статья на сложную тему:

Перегружено

Отметим также, что именно своевременное предупреждение всех слоев населения о возможных экономических и политических изменениях в государстве, основанное на принципах открытости и взаимоуважения власти и народа, может стать залогом социальной устойчивости на фоне нестабильности...

Просто

Во время кризиса государство должно честно объяснять людям, что происходит в стране.

Информационный стиль не любят за прямоту. Там, где обычно автор может извернуться и притянуть аргументы за уши, в информационном стиле должны стоять факты. Особенно от этого больно ленивым журналистам, которым некогда искать факты:

Притянуто за уши

Стоит ли говорить, что в наши дни всё внимание прогрессивной общественности приковано к новейшим достижениям физики? Эта новая увлекательная область интересует всех — от мала до велика. И неудивительно: ведь физика таит в себе столько чудес!

Факты

В феврале 2016 года европейские и американские физики объявили миру об обнаружении гравитационных волн. Об этой новости написали все популярные СМИ. «Постнаука» и «Афиша» опубликовали популярные объяснения этого открытия.

Часто эта прямота мешает недобросовестным авторам. Хочется рассказать одну историю, а факты говорят об обратном:

В России стало модным покупать российское. Всё больше сограждан отдают предпочтение товарам отечественного производства, что, безусловно, не может не радовать.

По данным ФОМ, в апреле 2016 года 19% россиян предпочитают российские непродовольственные товары зарубежным. 40% опрошенных выбирают зарубежные непродовольственные товары.

Сила информационного стиля — в правде и фактах. Добавьте к этому простую форму, энергичную подачу и понятную структуру, и у вас получится сильный текст.

Откуда взялся информационный стиль

Не мы придумали писать коротко, честно и объективно. Любой опытный журналист, драматург или редактор скажут вам, что так нужно писать всегда. Мы лишь собираем их советы в единую дисциплину и пытаемся по-новому ее донести.

Наша книга основана на работе советского переводчика и редактора Норы Галь. В ее книге «Слово живое и мертвое» собраны примеры борьбы со штампами, канцеляритом и мертвыми формальными конструкциями. Прочитайте эту книгу.

На борьбу за чистоту языка нас вдохновил советский писатель Корней Чуковский. В книге «Живой как жизнь» он рассказал, как относиться к языку внимательно и избавлять его от вредных заимствований.

Писать четко и по делу нас научили редакторы газеты «Ведомости», которые составили «Догму» — неформальную редполитику «Ведомостей» с 2001 года. Этот наполовину секретный документ — полноценное пособие для журналиста и репортера. Разыщите его, распечатайте и передайте по наследству.

Мы оглядываемся на англоязычных авторов. Классический американский источник — книга 1920 года «Элементы стиля» профессора Уильяма Странка. В ней он советует избавляться от лишних слов, страдательного залога и избыточных деталей. «В предложении не должно быть ненужных слов, в абзаце — ненужных предложений, так же, как и на картине не должно быть ненужных штрихов, а в механизме — ненужных частей», — писал Странк. Если пишете на английском, прочитайте Странка.

С 2010 года мы собирали и систематизировали знания о редактуре, чтобы создать дисциплину — информационный стиль. В нем нет ничего нового. Мы лишь напоминаем обо всем лучшем, что до нас придумали российские редакторы и журналисты.

Культ слов

В конце 1990-х в некоторых российских школах было такое задание. На уроках литературы школьникам давали головоломку:

Напишите сочинение на четыре страницы по пьесе А. Н. Островского «Гроза» на тему «Катерина — луч света в темном царстве».

Эта несложная для взрослого задача ставила школьника в тупик. Он должен перечитать и расшифровать «Грозу», воспринять героев, язык и культуру конца XIX века. Он должен понять, почему Катерина примирялась с подневольной жизнью, а не стала с ней бороться; он должен был сформулировать свое отношение к супружеской измене, о которой знает только из фильмов.

Но задание есть задание. Школьник открывает «Готовые школьные сочинения» (тогда они издавались в тонких книжках) и переписывает нужную заготовку в тетрадь:

Главной героиней в пьесе А. Н. Островского «Гроза» является Катерина. Это добрая, религиозная, свободолюбивая девушка. Тяжело ей живется в доме у Кабановой. Муж Катерины — слабовольный человек, ни в чём не смеет перечить своей матери, которая заправляет всем в доме. Он и сам мечтает хоть иногда вырваться из дома. А когда ему это удастся, то уходит в загул.

Странно ожидать от ребенка глубокого понимания этого фрагмента — он никогда не видел слабовольных или волевых людей, да и понятие «загул» он ощущает пока что в очень общих чертах. После этого сочинения он ничего не понимает о «Грозе».

Тем не менее он сдает работу и получает оценку. И тут он узнает страшную тайну, которая изменит его жизнь: правильно подобранные слова — это ключ к решению многих проблем. Так формируется культ слов.

Проходит несколько лет, школьник становится студентом и пишет в студенческий журнал. Он хочет рассказать что-то простое:

1 сентября на факультете прошла встреча первокурсников.

В представлении студента это не похоже на газетную статью. Она не выглядит *профессионально*. Начинаются эксперименты:

В первый день осени факультет распахнул свои двери для новопришедших студентов — будущих переводчиков, преподавателей и лингвистов. В этот радостный день дружный коллектив факультета поздравил будущих Виноградовых и Сепириров с началом взрослой жизни на поприще служения науке!

Студент доволен собой: он сделал красиво. То, что он написал, *похоже* на профессиональную статью. Читатель должен восхищаться: «Надо же, какие обороты он знает!»

Обратите внимание: это всё восхищение формой, а не содержанием. В статье по-прежнему сказано, что встретились первокурсники. Но студенту кажется, что это и требовалось: подобрать волшебные профессиональные слова к простой и не очень интересной мысли. «Инфопогода нет, читать это никому не интересно, но хотя бы это выглядит профессионально».

После университета наш герой поступает на работу, и там всё повторяется. Ему поручают писать текст, смысл которого он не понимает: отчеты, заявления, докладные. За правильно написанные слова он получает зарплату. «Напишите заявление по шаблону», «подготовьте типовой отчет», «возьмите текст с сайта конкурентов и немного перепишите под нас» — это всё то же задание о Катерине, только в новых обстоятельствах. Правильно расставленные слова дают результат, хотя человек не понимает, что и зачем пишет.

Культ слов — это вера в то, что определенные слова обладают волшебной силой в отрыве от смысла. Дескать, если использовать специальные слова, то за сочинение поставят пятерку, возьмут на хорошую работу или принесут деньги в мешках. Смысл сказанного при этом не так важен. Будто для успеха в жизни достаточно знать волшебные ритуальные фразы.

Вот признаки культа слов. Знакомо?

Сочинение должно быть не короче четырех страниц.

В письме на вакансию обязательно пишете «Прошу рассмотреть».

В договоре обязательно писать особым, юридическим языком.

В рекламе нужны восклицательные знаки.

Чтобы клиенты вас любили, пишете «вы» и «клиент» с заглавной.

Всё это — языческие заблуждения, как бабкин заговор от ангины. В жизни текст работает не потому, что вы использовали волшебные слова. Текст работает *вопреки* волшебным словам:

Учитель в школе видит очередное списанное сочинение и ставит тройку из жалости. «Когда же они начнут думать головой?» — думает учитель.

Работодатель принимает человека на работу не потому, что у него в резюме написано «прошу рассмотреть», а потому, что кандидат подошел по требованиям вакансии. Или просто никого лучше не было.

Люди покупают ваш товар не благодаря вычурным рекламным словечкам, а потому, что им нужен этот товар — поесть, развлечься, не замерзнуть; или из-за красивой картинки; или потому, что видели такой же товар у друзей. Или им на простом языке подсказал продавец: «Хотите сэкономить — берите этот».

Читатель ощущает уважение не от «выкания» с заглавной, а когда о нём искренне заботятся. Попробуйте клиенту сказать так: «Уважаемый Клиент! Мы не вернем Вам предоплату и не окажем услуги, потому что Вы дурак» — почувствует клиент вашу любовь?

Информационный стиль борется с культом слов. В этой книге мы показываем, что смысл всегда важнее слов.

Вернемся к нашему юноше в студенческой газете. Представьте, что он не будет подбирать красивые слова, а вместо этого сосредоточится на интересном содержании? Сравните:

Вычурно и пусто

В первый день осени факультет распахнул свои двери для новопришедших студентов — будущих переводчиков, преподавателей и лингвистов. В этот радостный день дружный коллектив факультета поздравил будущих Виноградовых и Сепилов с началом взрослой жизни на поприще служения науке! Это ли не счастье? Чего еще желать?

Встреча сопровождалась бурным весельем, а атмосфера была пропитана приятным ароматом дружбы и новых начинаний, которым так славится наш родной факультет. *Vivat Academia!*

Просто и интересно

1 сентября на факультете прошла встреча первокурсников. На ней преподаватели и студенты каждый год рассказывают нашим новым коллегам, что их ждет в университете.

В 2016 году к нам поступили 220 человек — это самый большой набор за всю историю факультета. Двадцать человек поступили на новое отделение инфостиля: через 6 лет в России появятся первые дипломированные инфоредакторы.

Первокурсники уже организовали команду КВН. Чтобы присоединиться к ней, свяжитесь с капитаном Ксенией Деньгиной из группы 3-МКК: ksenia@yandex.ru.

Жаль, что никто не рассказал нам об этом в 2005 году, когда мы писали эти статьи для своих студенческих газет.

У информационного стиля много противников — тех, кто считает, что мы обедняем русский язык и лишаем авторский текст души. Но всё наоборот: мы избавляем текст от бессмысленной мишуры и помогаем авторам рассказать о важном. Ведь главное — не красота, главное — смысл.

Информационный стиль — это скальпель, который помогает удалить лишнее. Если вам есть что сказать, информационный стиль поможет донести это кратко, интересно и убедительно. Если вам нечего сказать, информационный стиль не придумает это за вас. Слабая мысль в инфостиле не станет сильной.

Инфостиль не заменяет вкус. Если автор не может оценить по-человечески, легко ли читать его текст, — инфостиль не поможет. Представьте, что инфостиль — это инструменты скульптора. Если скульптор не знает, как выглядит человеческое тело, то он не создаст скульптуру — даже с очень хорошими инструментами.

Инструменты информационного стиля — помощники, но не панацея. Если редактор не признаёт наши приемы и уверен, что информационный стиль вредит его тексту, он имеет право пользоваться собственными инструментами. Если вы и так замечательно пишете, вам можно без инфостиля.

Однако мы еще не видели текст, который пострадал бы от краткости, ясности и убедительности.

Смысл важнее слов

Упрощать

Текст должен быть простым. Простым — то есть высказанным максимально просто не в ущерб смыслу. Если текст можно упростить, его следует упростить.

Простой — не значит примитивный. В тексте может быть сложная мысль, можно использовать термины и вводить сложные понятия. Но если мысль можно выразить просто, усложнять нельзя. Даже если вы пишете для ученых. Даже если ваш читатель — министр или академик. Нет ни одной ситуации, когда одну и ту же мысль стоит выражать сложнее, а не проще.

Например, автор готовит рассказ о правильном питании собак. Его вариант текста:

Основная проблема хозяев — в попытке дать всё жизненно необходимое собаке одним рецептом без каких-либо вариаций. Однообразие создает сильный и потенциально опасный дисбаланс: возможно образование нехватки одних жизненно важных веществ и избытка некоторых других.

В этом тексте сразу несколько проблем: тяжелый синтаксис, словесный мусор и избыточность. Вот что будет, если избавиться от этих проблем:

Собаку нельзя кормить одной и той же едой — даже если учесть все нужные питательные вещества. От однообразия начинается дисбаланс: одних веществ становится слишком много, других — мало. Поэтому еду стоит разнообразить.

Мы не потеряли во втором варианте ни одной важной мысли, не исказили термины и ни в чём не соврали, но читать стало гораздо легче. И этот текст всё еще можно улучшить.



Уровни упрощения

Текст упрощается от малого к большому: на уровне слов, предложений, смысла, порядка и подачи.

Возьмем для примера статью о продукте химической промышленности. На уровне слов мы удаляем из текста языковой мусор — слова, которые не несут смысла. Мы называем их стоп-словами:

Было

Безусловно, нанообработка поверхностей является на сегодняшний день наилучшим способом обеспечения защиты трикотажа от влаги, воды и жидкостей в самых разных образных ситуациях.

Стало

Кремниевая пропитка — лучший способ защиты ткани от влаги, воды и жидкостей.

На уровне предложений мы упрощаем синтаксис — то, как слова связаны внутри предложения:

Нанообработка поверхностей — лучший способ защиты трикотажа от влаги, воды и жидкостей.

Кремниевая пропитка защищает ткань от влаги, воды и жидкостей.

На уровне смысла мы избавляемся от повторов, избыточности и лишних деталей:

Кремниевая пропитка защищает ткань от влаги, воды и жидкостей.

Кремниевая пропитка защищает ткань от жидкостей.

Когда всё хорошо со смыслом, пора навести порядок в последовательности изложения и добавить полезной информации:

Чтобы сделать непромокаемыми одежду, ковер в прихожей или обувь, обработайте их водоотталкивающим раствором. Такие растворы называют нанопропитками.

Нанопропитка — это аэрозоль на основе полимера циклометикона. Это полимер на базе кремния, который используется в косметике: в шампунях, кремах и кондиционерах. Благодаря ему волосы не путаются, а кожа становится более гладкой. Он же отвечает за водоотталкивающие свойства нанопропитки.

Когда циклометикон попадает на поверхность, он...

Когда навели порядок, добавим красоты: чтобы читателю было легко скользить глазами по тексту, выхватывать нужное и запоминать важное. Об этом читайте в разделе «Привлечь внимание».

Как защитить рюкзак от дождя

Чтобы сделать непромокаемыми одежду, ковер в прихожей или обувь, обработайте их водоотталкивающим раствором. Такие растворы называют нанопропитками.

Что это. Нанопропитка — это аэрозоль на основе полимера циклометикона. Это полимер на базе кремния, который используется в косметике: в шампунях, кремах и кондиционерах. Благодаря ему волосы не путаются, а кожа становится более гладкой. Он же отвечает за водоотталкивающие свойства нанопропитки.

Как работает. Когда циклометикон попадает на поверхность, он...

Удаление мусора из текста — это только первый уровень редактирования. Дальше мы приводим в порядок синтаксис, выстраиваем логику, добиваемся красоты. Всё это — информационный стиль.

Стоп-слова

Стоп-слова — это такие слова и фразы, которые удаляются из текста без потери смысла. Можно представить, что это языковой мусор, шелуха, жир, шлак — как угодно.

Если убрать стоп-слова, текст не станет интереснее или насыщнее. Он просто станет чище:

Со стоп-словами

На сегодняшний день одной из самых актуальных проблем россиян является проблема безработицы.

Качество смартфона, мягко говоря, не соответствовало нашим даже довольно скромным ожиданиям.

Абсолютно каждый человек состоит только из звездной пыли. С полной уверенностью можно сказать, что все элементы, которые мы встречаем на Земле, были созданы во время взрыва сверхновой.

У них совершенно отвратительное качество сервиса, дополненное к тому же хамством.

Без стоп-слов

Проблема россиян — безработица.

Россияне боятся безработицы.

Качество смартфона не соответствовало нашим ожиданиям.

Смартфон оказался паршивым.

Каждый человек состоит из звездной пыли. Все элементы на Земле были созданы во время взрыва сверхновой.

Все мы и всё, что нас окружает, — звездная пыль, оставшаяся после взрыва сверхновой.

У них отвратительный, хамский сервис.

У них хамский сервис

Убирать стоп-слова — недостаточно. Чтобы получился интересный текст, вместо удаленных слов добавьте полезную информацию:

Предлагаем кредит на максимально выгодных условиях с удобным обслуживанием!

Льготный кредит наличными для госслужащих под 12,3% годовых. Карту доставим домой или на работу.

Теперь появилась возможность делиться рекомендациями с вашими друзьями. Это удобно как никогда раньше!

Если вам понравилось кафе или клуб, добавьте его в закладки и поделитесь закладкой с друзьями. Это удобно, когда планируете совместные праздники.

Вы должны обязательно зарегистрироваться, прежде чем мы сможем продолжить оформление заказа.

Зарегистрируйтесь, чтобы мы знали, когда и куда доставить заказ и как с вами связаться.

Мы анализировали и редактировали текст на русском семь лет, чтобы выделить устойчивые группы стоп-слов. Если знать эти группы и понимать, почему слова в них становятся языковым мусором, упрощать текст на уровне слов станет легко. О них пойдет речь в следующих параграфах:

Вводные

Заумь

Неопределенное

Оценки

Эвфемизмы

Брехня

Штампы

Отглагольные

Увидеть, удалить и наполнить

Редактировать текст со стоп-словами просто. По крайней мере гораздо проще, чем редактировать текст интуитивно или перебором каждого слова.

1. Выучить группы стоп-слов. Разберитесь, почему существуют группы стоп-слов и чем они вредны. Для этого прочитайте все параграфы первой главы этой книги.

Например, вы узнали, что вместо оценок в тексте лучше ставить факты. Не «качественный», а «сделан на таком-то заводе». Не «прочный», а «выдерживает падение с десятого этажа». Теперь вы знаете, что в тексте нужно ловить оценки и заменять их на факты, которые докажут эту оценку.

2. Научиться видеть стоп-слова. Главное в редактуре — не пропускать плохое. Как вы исправите это плохое — уже не так важно, потому что исправить плохой текст можно множеством способов. А вот увидеть плохое — только одним.

Чтобы приучить себя видеть стоп-слова, проверяйте текст в нашем сервисе «Главред»: glvrd.ru — он автоматически подсвечивает стоп-слова, если у него есть подозрение. Сейчас для тренировки попробуйте увидеть оценки в этом тексте, не подсматривая:

Прекрасная новость для всех любителей электроники! Всемирно известная компания Raspberry Pi Foundation порадовала мир новейшей разработкой в области ультракомпактных компьютеров — новой моделью своего компактного компьютера Raspberry Pi. Новая модель получила звучное название Zero, и неспроста: эта модель сделана на плате размером меньше кредитной карточки!

Вот что будет, если выделить в этом тексте все стоп-слова, а не только оценки:

Прекрасная новость для всех любителей электроники! Всемирно известная компания Raspberry Pi Foundation порадовала мир новейшей разработкой в области ультракомпактных компьютеров — новой моделью своего компактного компьютера Raspberry Pi. Новая модель получила звучное название Zero, и неспроста: эта модель сделана на плате размером меньше кредитной карточки!

3. Удалить мусор. Удаляем выделенные стоп-слова, но стараемся не вредить смыслу:

Компания Raspberry Pi Foundation выпустила новую модель мини-компьютера: Raspberry Pi Zero. Модель сделана на плате размером меньше кредитной карты.

4. Наполнить полезным. Теперь сделайте текст интересным и подробным, чтобы он отвечал потребностям читателя:

Вышла новая модель миникомпьютера Raspberry Pi — Zero. Это компьютер меньше кредитной карты, на котором можно программировать, играть в простые игры, управлять «умным домом» и даже использовать его как медиацентр.

Компьютер работает на процессоре с частотой 1 ГГц, оперативная память 512 МБ. Готовы к подключению порты micro USB, mini HDMI, считыватель карт micro SD и сорок портов общего назначения. Вес 9 г, питание 5 В.

Редактура стоп-слов — это не просто удаление слов. Это еще и наполнение текста полезной информацией. Если забыть об этом, текст будет пересушенным и неинтересным. Не пересушите.

Но вы же обедняете язык!

Когда филологу рассказываешь о стоп-словах, он сразу встает на дыбы: «Как так! Разве можно выбрасывать слова из языка? Да как вы смеете? Да кто вы такие?!»

Но если разобраться, речь никогда не идет о выбрасывании слов из языка. Для каждого стоп-слова есть ситуация, когда оно незаменимо. О них мы поговорим, когда будем внимательно рассматривать каждую группу стоп-слов.

Вместе с тем есть ситуации, когда эти слова неуместны и легко заменяются на более эlegantные. В итоге текст становится сильнее.

Например, защитники русского языка не понимают, как можно удалять причастия и глаголы в страдательном залоге. «Это же часть языка! Она сформировалась по объективным лингвистическим причинам! Людям нужны эти грамматические формы», — говорят они. Давайте разберемся.

Вот фрагмент текста, в котором есть и причастия, и страдательный залог, и другие стоп-слова:

Нашей компанией осуществляются работы по вывозу и утилизации вторсырья, накапливающегося на производствах. В частности, нами утилизируется макулатура, полимерная пленка, а также деревянные поддоны, используемые при транспортировке различных видов товара, и др.

Если забыть на секунду о неприкосновенности каждой словоформы и отредактировать этот текст, получится так:

Принимаем и утилизируем вторсырье с производства: макулатуру, полимерную пленку, деревянные поддоны и пластиковую тару.

Ничего страшного не произошло. Текст стал легче и компактнее, его стало проще читать, мысль яснее. Никто не изгнал страдательный залог и причастия из языка — просто в этой конкретной ситуации мы улучшили текст, и нам больше не понадобились причастия и страдательный залог.

Мы понимаем аргументы филологов: да, страдательный залог — это прекрасно. Но когда он мешает понимать текст, мы лучше обойдемся без него.

В следующем отрывке мы продемонстрируем богатство русской пунктуации. Наш язык настолько гибок, что в одном предложении можно упаковать сколько угодно мыслей — и для них найдутся нужные знаки препинания. Но если в русском языке что-то есть, это не значит, что это нужно везде использовать:

Любовь к формальным возможностям русского языка, какой бы трогательной и оправданной она ни была, не должна становиться впереди простоты и ясности, следовательно, авторам не рекомендуется, как бы они того ни хотели, намеренно использовать все возможности русского синтаксиса, структуры предложений, системы однородных членов и сложных предложений, чтобы ясно и просто выразить свои мысли, если того не требуют обстоятельства.

Упростим, несмотря на протесты филологов:

Средства языка не должны мешать простоте и ясности. Если вы любите русский язык, это не значит, что вы должны использовать все его возможности в каждом предложении. Если сложные предложения или однородные члены не помогают выразить мысль, их не стоит употреблять.

Рекомендована література



Unfu*k yourself. Парься меньше, живи больше



История Маугли



Камасутра для оратора. 10 глав о том, как получать и доставлять максимальное удовольствие, выступая публично



Переписати життя: як і що змінювати, щоби стати щасливою людиною

Перейти до категорії
Бізнес

ridmi
ТВІЙ УЛЮБЛЕНИЙ КНИЖКОВИЙ

КУПИТИ