

Максим Ільяхов, Людмила Саричева

Пиши, скорочуй

Як створити дієвий текст

Перекладач Оксана Кобелецька

Київ
BOOKSHEF
2019

[Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Зміст

Знайомство	11	Мета та завдання	255
Що в голові у здібного автора	31	Структура	266
1. Вичавити воду		Заголовок	286
Пропедевтика до методу	39	Дидактика	303
Вставні	49	Чуттєвий досвід	318
Оцінки	60	Факти	325
Штампи	81	Складні випадки	334
Намудроване	110	3. Розповісти про себе	
Евфемізми	126	Чому люди купують	342
Віддієслівне	139	Розповідь про продукт	356
Неозначене	149	Текст про себе та компанію	363
Брехня	156	Регалії	390
У житті	167	Лист- супровід	404
2. Донести думку		Брехня	416
Інформа- тивність	182	Головна таємниця	429
Синтаксис	195	Що далі	434
Кома	214	За лаштунками	436
Однорідні члени	233		
Абзаци	238		

Присвячуємо батькам

[Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Десять правил дієвого тексту

I

Могутність правди

II

Сенс важливіший за форму

III

Спрощуй до краю

IV

Пиши, буцім для себе

V

Читай вголос

VI

Наводь приклад

VII

Від простого до складного

VIII

Користь — насамперед

IX

Назвіть

X

Турбота та повага

ГАЗЕТА
КОМПРОМІС

ЦЕ МОЯ ГАЗЕТА! ПРАВДА —
ЦЕ ТЕ, ЯК Я ВИРІШИВ!
А ТИ ТУТ
НІХТО!

А МЕНІ ПЛЮВАТИ,
ЩО ТИ БАЧИЛА ЦЕ
НА ВЛАСНІ ОЧІ

АЛЕ...

МОВЧАТИ,
ДРІБНОТА!

ТИ ПРАВДА
ХОЧЕШ ЇХ
ВИКРИТИ?
ВОНИ Ж ТЕБЕ
ПОХОВАЮТЬ
РАЗОМ
ІЗ ТВОЄЮ
ПРАВДОЮ.
ВСІХ НАС
ПОХОВАЮТЬ!

ЗАБУДЬ ПРО ЦЕ!
ТИ БУДЕШ ПИСАТИ ТЕ,
ЩО Я ТОБІ СКАЖУ!

ТО ЯК ТЕБЕ ЗВАТИ,
МАЛЕНЬКА?

А...

ТЕБЕ ЗВУТЬ НІЯК І ТИ ТУТ НІХТО! ЯКЩО
НЕ ГОТОВА ПИСАТИ ПО-МОЄМУ, ВИЛЕТІШ
ЗІДВАКИ СЛІДОМ ЗА СВОЄЮ ПРАВДОЮ!

Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>





Знайомство

Щороку влітку в наших оселях вимикають гарячу воду. Зранку відкриваєш у душі обидва крани, і на тебе рине крижана вода. Розпочинаються два тижні тазиків, кухликів і каструльок на плиті. Суворе пострадянське літо.

Того ж дня у під'їзді з'являється оголошення:

УВАГА!

У зв'язку із плановим проведенням діагностичних і ремонтних робіт у літній період гаряче водопостачання у вашому будинку буде вимкнено від 1.05 до 13.05.

Адміністрація

У цьому оголошенні багато слів, воно звучить офіційно і виглядає поважно. Його автор — співробітник Міськтеплоенерго або керівної компанії: відкрив «Ворд», написав, поставив прочерки. Хтось надрукував ці оголошення, вписав дати, розклеїв у під'їздах. Це чимало роботи. Та якщо у такому тексті видалити неважливе, то залишиться небагато:

Гаряче водопостачання
вимкнено від 1.05 до 13.05

Також можна було просто написати:

Гарячу воду вимкнено з 1 до 13 травня.

Навіть якщо написати просто та зрозуміло, проблема не зникне. Води немає. Люди будуть незадоволені.

А тепер уявіть, що замість офіційного і серйозного оголошення в під'їзді з'явиться ось таке повідомлення:

Гарячу воду вимкнено з 1 до 13 травня

Ці два тижні Міськтеплоенерго готуватиме опалювальну систему до зими. Ми замінимо частину старих металевих труб на сучасні полімерні, проведемо гідровипробування системи опалення, замінимо обладнання на ТЕЦ.

Без профілактики взимку труби опалення може розірвати, а на ТЕЦ імовірні аварії. В результаті будинки всього району будуть без тепла. Ми запланували ремонт на літо, щоби упродовж цього часу вам було легше обійтися без гарячої води.

Довідкова Міськтеплоенерго, (044) 247-40-40

Тут значно більше турботи та поваги. А ще це оголошення нарешті пояснює, що вимкнення води — не примха садистів-комунальників, а необхідність. Раніше ми думали, що вони просто не вміють працювати. Тепер бачимо, що без цього вимкнення нам може стати ще гірше.

Аби створити та розмістити таке оголошення, потрібно приблизно стільки ж сил і часу, скільки й на перше, офіційне. Потрібні ті ж люди, ті ж дії, ті ж принтери і папір. Відрізняється лишень сутність написаного.

Перше офіційне оголошення написали не роботи, не абстрактні чиновники, а звичайні люди — такі ж, як ми з вами. Вони також могли виявити в ньому більше турботи. Просто не вистачило знань.

Інша ситуація. Людина працює в офісі. Посеред робочого дня прилітає ось такий лист:

Тема: статус завдань

Шановні колеги!

Наш відділ готує звітні документи та матеріали за перше півріччя, у зв'язку з чим переконливо просимо вас звернути увагу на статус вашої роботи ...

«Е, це щось дуже складне. З'ясую згодом», — думає людина. Її можна зрозуміти: вже з перших рядків цього листа в голові заклинює.

А якщо сформулювати цей лист дещо інакше?

Тема: розрахунок премій за завданнями

Колеги! Будь ласка, закрийте виконані завдання в системі управління проектів до кінця дня.

Сьогодні о 20:00 подаємо звіт за півріччя. В нього потраплять усі закриті завдання. На їхній основі бухгалтерія розрахує премії. Якщо не встигаєте — повідомте, щоби ваші завдання розрахували окремо.

На який із листів людина швидше відповість? Який викладений простіше? Котрий лист швидше спонукає до дії?

Текст може видатися не найважливішою частиною життя — особливо якщо ви не професійний письменник. Але від того, як ми письмово формулюємо думки, чимало залежить: розуміють нас чи ні, чи дослухаються, чи роблять інші те, що нам потрібно, і що вони про нас думають. Ми формулюємо свої думки в листах, оголошеннях, статтях, презентаціях, за текстом формують думку щодо нас.

Перевірте на собі. До якої школи ви би віддали дитину? Безпідставно хвалькуватої чи до тієї, в якій знають, про що говорять?

Довірте своє чадо професіоналам! Наша школа є однією з провідних на ринку. Наша команда висококваліфікованих педагогів завжди подбає про те, щоби ваша дитина отримувала тільки найкраще ...

Ми готуємо дітей до кар'єри в технологічному секторі та допомагаємо сформувати здорову гармонійну особистість. У нас діти конструюють роботів, програмують штучний інтелект, влаштовують експерименти...

А якщо у компанії проблеми, котрий із цих листів ви би хотіли отримати? Який із них буде вам кориснішим?

У зв'язку з тимчасовими економічними труднощами, зумовленими фундаментальними змінами у складі та обсязі збуту, в нашій компанії відбудеться оптимізація структури зайнятості.

Цьогоріч ми продали на третину менше товару, ніж раніше. Якщо не вдасться поліпшити ситуацію, будемо змушені або закрити компанію, або скоротити частину персоналу. Скорочення стосуватимуться...

Щодо тексту ліворуч зазвичай виникають запитання:

- Що вони мали на увазі?
- Мабуть, усіх звільнять ...
- Який жах! А чому?
- Тут не вказано ...

Текст праворуч більш болісний, але написаний чесно і чітко. Когось він спонукає покинути компанію, а когось — поліпшувати становище.

Текст пишуть усі, не лише письменники та журналісти. Менеджер в офісі, банківський клерк, шкільний вчитель, чиновник у мерії — усі щось пишуть. За допомогою тексту вони впливають на світ не менше, ніж фахівці з художнього слова.

Випускник вишу пише лист, аби влаштуватися на роботу, — це текст. Від того, наскільки правильно він його напише, залежить початок кар'єри: вдасться йому попрацювати у цікавій компанії чи доведеться перебиватися низькооплачуваною працею, як його одноліткам.

Підприємець складає договір — це теж текст. Якщо за цим договором його притягнуть до суду, то на основі тексту.

Від того, наскільки чітко й зрозуміло укладено договір, залежить доля підприємства, його співробітників та їхніх сімей.

Мерія перекопала півміста, щоби відреставрувати центральні вулиці. Жителі обурюються: трактори заважають руху містом.

Прес-центр мерії за допомогою змі розповідає містянам, навіщо знадобилася реконструкція і як буде добре після неї. Якщо вони зможуть пояснити це простою та зрозумілою мовою, жителі їх підтримають і не обурюватимуться.

Викладач пише підручник з економіки. Книга потрапляє до школи. Від цього тексту залежить економічна грамотність школярів. Хтось із них стане міністром економіки.

Еколог публікує статті про вплив діяльності людини на клімат. Від того, наскільки переконливою буде стаття, залежить майбутнє планети.

Текст є у всьому, що робимо. І від того, як він викладений, часто залежить успіх нашої справи: почують нас чи ні, чи зрозуміють правильно, переконаємо ми інших, чи повірять вони нам. Це книга про дієвий текст — текст, який почують і зрозуміють.

Ця книга про текст, але не про слова. Тут немає списку чарівних висловів, від яких читач зазнає екстазу, немає чарівних фраз-реалізаторів, лінгвістичних нейротригерів і психологічних прийомів, які автоматично роблять текст сильним. Таких фраз не існує.

Чарівних слів не існує ні в цій книзі, ні деінде.

Ця книга не про слова і готові формули. Вона про те, як мислити, щоби створювати впливовий текст. Це книга про те, як подавати думки логічно і цікаво, як привертати увагу читача і допомагати йому швидко знайти головне. Ця книга про переконування без брудних маніпуляцій, тиску й оман.

Головна думка цієї книги — сенс важливіше за форму. Ми розповімо, як позбутися словесного сміття і оголити суть; як зрозуміти, що сенсу мало, і що з цим робити; як досліджувати свій предмет і як повернути до нього увагу, надихнути ним інших.

Ця книга про чесність перед собою і читачем. Про те, як перемагає правда. Про те, як пихаті фрази тьмяніють поряд із простими чесними словами.

Ця книга про порядок у голові. Із ним порядок у тексті виникає сам собою.

Ще ця книга про відповідальність і повагу — до себе та інших. Про те, як припинити боятися писати те, що вважаєш правильним. Про те, як не йти на компроміси і не задовольнятися середнім результатом. Сподіваємося, що ця книга про вас.

У ній розповімо, як писати лапідарно, чітко та переконливо.

Лапідарно — тобто без зайвих слів, але не на збиток сенсу; стисло, але чітко, з максимальним значеннєвим навантаженням. Завдяки стислості з тексту зникає сміття, витрачаємо менше часу на читання і швидше отримуємо результат. Це особливо корисно в листах, оголошеннях і діловому листуванні:

Переконливо просимо
Вас попереджати про
незаплановані зміни у графіку
робіт за дві доби або раніше.

Попередьте про понаднормові
за два дні.

Чітко — тобто так, аби думка була прозорою, зрозумілою відразу, не вимагала розшифрування. Завдяки чіткості нам простіше збагнути складні речі і пояснити їх іншим. Застосуйте це у статтях, звітах і презентаціях:

Будівництво об'єкта загаль-
мовано внаслідок непередба-
чених обставин економічного
й організаційного характеру.

Ми неправильно розрахували
бюджет і довірилися
ненадійним підрядникам.
Щоби виправити ситуацію ...

Переконливо — тобто так, щоби люди дослухалися і діяли з вами заодно. Це стане в нагоді в соцмережах і змі:

Навряд чи хтось
сперечатиметься, що ми дедалі
частіше схильні замислюватися
насамперед про комфорт
власного побуту, аніж про
допомогу іншим.

За даними Гуглу,
в березні 2016 року фраза
«торговий центр» була
в 5 разів популярнішою за
словосполучення «благодійний
фонд».

Це книга для тих, хто працює з текстом: журналіста, який готує статтю; менеджера, який надсилає лист; студента, який здає курсову роботу; вченого, який публікує результати дослідження в науковому журналі. Вона для тих, хто вирішує робочі завдання за допомогою тексту.

Ця книга не для авторів художнього слова. Ми розглядаємо текст тільки як інформаційний робочий інструмент, а не елемент мистецтва.

Щоби писати коротко, чітко й переконливо, потрібні не лише талант і натхнення, а розуміння сутності завдань, внутрішня дисципліна і тяжіння до правди. Ми називаємо свою дисципліну інформаційним стилем.

Інформаційний стиль — це редакторська дисципліна, яка допомагає зробити складний текст простим, виокремити головне і допомогти читачеві зробити висновки.

Інформаційний стиль не входить до формальної класифікації мовних стилів. Але застосовується в різноманітних ситуаціях: у договорі, статті, рецензії, науковій доповіді, рекламному плакаті, прес-релізі, новинах, на сайті, в інтерфейсі, розсилці або смс-повідомленні. Він допомагає позбутися марнослів'я і оголити суть у будь-якому тексті: і в рекламі, і в корпоративних новинах.

Марнослів'я

Створюємо ексклюзивні комунікаційні проекти «під ключ».

Драматичний спад збуту спричинив фундаментальні зміни в структурі менеджменту нашої компанії.

Інформаційний стиль

Проектуємо локальні мережі, постачаємо та встановлюємо обладнання, впроваджуємо програми і навчаємо співробітників ...

Через спад збуту на 40% акціонери звільнили засновника та найняли нового директора.

В інформаційному стилі у пошуках правди доводиться відмовлятися від необ'єктивних оцінок і допомагати читачеві самостійно робити висновки. Об'єктивність і правда — незмінні принципи інформаційного стилю, про що би ми не писали: про булочки чи про промислове устаткування.

Необ'єктивно

Спробуйте наші чудові смачні й м'які французькі булочки!

Якісний монтаж і точна підгонка деталей гарантують неперевершену міцність конструкції наших телефонів!

Об'єктивно

Наш кондитер Франсуа випікає булочки із французького борошна за сімейним рецептом. Аби вони були м'якими, додає...

У монтажі ми використовуємо мікронну підгонку деталей. Завдяки цьому в телефон не потрапляють пил і волога, а корпус витримує падіння з висоти 5 метрів.

Інформаційний стиль змушує писати просто, навіть на шкоду статусу та респектабельності:

Респектабельно

та беззмістовно

Наша компанія високопрофесійних співробітників є провідним постачальником рішень щодо забезпечення телекомунікацій найвищого класу.

Просто та сильно

Під'єднуємо Інтернет, корпоративні мережі та відеоконференцв'язок для держструктур і банків. Наші відеосистеми працюють у центрах швидкого реагування МНС, а системи безпеки захищають Ощадбанк і ВТБ.

Інформаційний стиль надає перевагу правді, навіть якщо вона незручна. Навіть якщо всі навколо просять згладити кути. Уявіть, що мерія звітує про будівництво школи:

Згладжені кути

Внаслідок збігу обставин і зміни економічної кон'юнктури структура витрат на зведення об'єктів інфраструктури не відповідала ринковим умовам, у зв'язку з чим ми змушені розглянути питання про збільшення бюджету.

Незручна правда

Ми не заклали в кошторисі зростання цін на будматеріали. Тепер не вистачає грошей на покрівлю. Щоби відкрити школу у вересні, потрібно ще 2,5 мільйони.

Інформаційний стиль бореться з перевантаженістю і двозначністю. Там, де читач тоне в словах, інформаційний стиль допоможе винирнути. Припустімо, у нас стаття на складну тему:

Перевантажено

Відзначимо також, що саме своєчасне попередження всіх верств населення про можливі економічні та політичні зміни в державі, засноване на принципах відкритості та взаємоповаги влади і народу, може стати запорукою соціальної стабільності на тлі нестабільності ...

Просто

Під час кризи держава повинна чесно пояснювати людям, що відбувається у країні.

Інформаційний стиль не люблять за прямоту. Там, де зазвичай автор може вивернутися і притягнути аргументи за вуха, в інформаційному стилі повинні домінувати факти. Це особливо дошкуляє лінивим журналістам, яким ніколи їх шукати:

Притягнуте за вуха

Чи варто говорити, що в наші дні вся увага прогресивної громадськості прикута до новітніх досягнень фізики? Ця нова захоплююча галузь цікавить усіх — старого й малого. Воно й не дивно: адже фізика таїть у собі стільки див!

Факти

У лютому 2016 року європейські та американські фізики оголосили світу про виявлення гравітаційних хвиль. Про це написали чи не всі поширені ЗМІ. «Постнаука» та «Афіша» опублікували популярні пояснення цього відкриття.

Часто ця прямота заважає недобросовісним авторам. Хочеться розповісти одну історію, а факти говорять про інше:

В Україні стало модним купувати українське. Дедалі більше громадян надають перевагу товарам вітчизняного виробництва, що, безумовно, не може не тішити.

За даними ДССУ, у квітні 2016 року 30% українців надали перевагу нашим непродовольчим товарам, а 40% опитаних обрали закордонні.

Сила інформаційного стилю в правді та фактах. Додайте до цього просту форму, енергійну подачу і зрозумілу структуру, і у вас вийде дієвий текст.