

Александр Григорьев

Пиши, переписывай

**Как информационный стиль портит ваши тексты,
а традиционное редактирование — улучшает**

Фрагменты для ознакомления

1. «Что-то не то» конкретизируется

«Ну нет! — сказал я себе. — Такого ляпа просто не может быть».

Оказалось: может.

Если у вас есть домашний экземпляр «Пиши, сокращай», откройте его на странице 22¹. Найдите третью строку сверху (считая заголовки) и посмотрите на третье слово слева.

Это слово: драматург.

А теперь вернитесь на два разворота назад и сравните предложение со словом «драматург» с тем местом, где Ильяхов и Сарычева определяют границы информационного стиля.

С. 18

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

С. 22

Любой опытный журналист, драматург или редактор скажут вам, что так нужно писать всегда.

Противоречие налицо. Драматургу — автору художественных произведений, пьес — не место среди

¹ Все цитаты из «Пиши, сокращай» приведены по изданию: Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай: Как создавать сильный текст. — 3-е изд. — М.: Альпина Пабlishер, 2018. Для удобства читателей в подавляющем большинстве случаев я не указываю номер страницы, с которой взята цитата: обилие цифр мешало бы воспринимать текст.

сторонников инфостиля. Этот метод работы с текстом не для него.

Я не люблю придирок. Любой пишущий человек — даже большой мастер — обязательно где-нибудь да ошибётся. Что-то не учтёт, в чём-то запутается. Но в данном случае из ниоткуда взявшийся «драматург» — ошибка грубейшая, в каком-то смысле образцово-показательная. Параграф, с которого мы начали, называется «Откуда взялся информационный стиль». Авторы пишут не о малознакомых им вещах, а о центральной идее своей книги, об основах своего метода. Каждая формулировка здесь должна быть выверена и облюбована. Промахи возможны, но всё же не в изложении своего профессионального идеала.

Ещё нелепей то, какие именно требования якобы предъявляет к тексту «любой опытный драматург».

Не мы придумали писать коротко, честно и объективно. Любой опытный... драматург... скаж[е]т вам, что так нужно писать всегда.

Как, спрашивается, рядом с драматургом вообще можно было поставить эти три слова: «коротко, честно и объективно»? Шекспир содрогается, Вампилов плачет. Но театр — не массовое искусство, фильмы и сериалы смотрит гораздо больше людей. Поменяйте драматурга на его родного брата из кино- или телеиндустрии — сценариста. И абсурдность утверждения, кажется, станет ещё отчётливее. «В джазе только девушки»

и «Оранжевый — цвет сезона», «Брат» и «Вампиры средней полосы» — это, конечно, образцовые примеры краткости, честности и объективности.

В общем, читатель догадался: именно на слове «драматург» я начал понимать, что смутное недовольство книгой взялось не на пустом месте.

3. Худшая идея в истории редактирования

Важные мысли в «Пиши, сокращай» выделены: набраны крупным жирным шрифтом и заключены в прямоугольники с оранжевой рамкой.

Но одно утверждение оформлено с помощью такой врезки дважды. Именно им на странице 433 заканчивается основной текст книги. Это её главная идея. Концептуальное ядро, из которого вырос редакторский метод Ильяхова и Сарычевой. Вот в чём оно состоит:

Смысл важнее слов.

На протяжении книги авторы повторяют этот тезис, варьируют и разъясняют. Например, два раза пишут: «Смысл важнее формы». И ещё: «Мы... работаем со смыслом, а не с формой». Слово — в их понимании — это «тонкая обёртка вокруг смысла», не имеющая «самостоятельной ценности». Там, где есть смысл, «слова могут быть любыми». Допускаю, что человеку, не работающему с языком (или работающему невдумчиво), это противопоставление смысла и слов может показаться разумным. И даже глубоким — вскрывающим важную, но неочевидную истину. Однако оно донельзя ошибочное.

Ведь в языке именно слово² — основная единица смысла.

Да, у слова есть буквенно-звуковая («внешняя») оболочка, но она неотделима от его значения («внутреннего» наполнения). Слово — это комбинация формы и содержания. Одновременно и «тонкая обёртка вокруг смысла», и сам «смысл». Поэтому идея превосходства смысла (части целого) над словом (целым) вопиюще невежественна. С практической же точки зрения она попросту вредна: считая слова чем-то неважным, обесценивая работу по их отбору, не сможешь по-настоящему точно выразить ту самую суть, о которой якобы заботишься.

В любой текст — рекламную статью, газетный репортаж, изящную новеллу, лирическое стихотворение — смысл приходит именно благодаря словам. И зависит от них. Заменишь одно слово на другое, вроде бы схожее — и смысл изменится. Перестроишь фразу — и вот уже появилась новая точка зрения. Ошибёшься в выборе слова — и вот уже говоришь что-то не то, дельная мысль оборачивается невообразимой ерундой.

Именно так произошло с центральной установкой книги.

² Или устойчивое сочетание слов — фразеологизм. Но не будем углубляться в тонкости.

Чушь, да ещё и вредная

Смысл важнее слов.

Переформулируем корректно

В тексте главное — смысл.

4. Иллюзия смысла

Под разговоры о смысле Ильяхов и Сарычева то и дело — незаметно для себя — впадают в словоблудие.

Мысль, ясная поначалу, вскоре становится путаной или теряется вовсе. Авторы как будто что-то доказывают, объясняют. Но стоит вдуматься — и видишь: вот лишняя деталь, вот неточное слово, вот неверная трактовка, вот передёргивание, вот просто бессмыслица. Каждый фрагмент текста невнятен и плохо сочетается с соседним. Центральная идея — та, которую так горячо отстаивали авторы — оказывается фантомом. Она «закреплена» в малоподходящих словах, сквозь которые едва-едва проглядывает что-то осмысленное.

Перед вами отрывок из параграфа «Формализм». В книге он разорван другим текстом, поэтому я «склеил» его начало и конец. Прочтите оригинальный фрагмент, прислушиваясь к своим ощущениям: понимаю ли я, о чём идёт речь? Ничего ли меня не смущает? А потом то же самое сделайте с альтернативным вариантом, написанным мной.

Фрагмент «Пиши, сокращай»

Компания продаёт пылесосы и ремонтирует их в своей мастерской. Помимо пылесосов они продают аксессуары и запчасти. Формально компания продаёт товары и оказывает услуги. Вот что они пишут о гарантии:

Гарантия на товары и услуги — 1 год с момента приобретения или оказания таковых.

Получается тяжело. Хочется написать «гарантия на пылесосы — год», но формально у компании не только пылесосы, но и ремонт. Юристы настаивают, что нужно писать и о товарах, и об услугах. Получается бесполезное следование фактам...

Нет. Гарантия на товары и услуги от 1 года.

Да. Гарантия 18 месяцев на пылесосы и 12 месяцев на ремонт.

После переработки

Компания продаёт новые пылесосы и ремонтирует старые. О гарантии в разделе FAQ на сайте написано так:

Гарантия на товары и услуги — 1 год с момента приобретения или оказания таковых.

Громоздко, не правда ли? Эта формулировка — юридическая, написанная по всем правилам официально-делового стиля. Она незаменима в гарантийном талоне, но прибегать к ней на сайте ни к чему. Потенциальный покупатель и без уточнений понимает, когда начинает действовать гарантия. А родовые понятия — «товары» и «услуги» — воспринимать труднее, чем конкретные.

В разделе FAQ лучше написать:

Гарантия на новые и отремонтированные пылесосы — 1 год.

Если текст слева вызвал у вас растерянность, поздравляю: сработало логическое чутьё. Вы почувствовали, что на уровне смысла вместо чёткого рисунка вам подсунули какую-то расплывшуюся кляксу.

Ощущение смазанности возникает по нескольким причинам.

1. Авторы не сформулировали ясно и не раскрыли свою центральную идею. Судя по всему, они хотят

сказать: в паре «пылесосы и ремонт» второе слово — лишнее, без него текст о гарантии только выиграет. Само по себе это звучит сомнительно. (Продавать новенькие пылесосы и чинить подержанные — две разные услуги. С чего вдруг о первой писать, а о второй — нет?) Но ещё хуже то, что Ильяхов и Сарычева вместо того, чтобы попытаться обосновать проблематичный тезис, затемняют и размывают его. В финальном примере — вопреки всем предыдущим рассуждениям — «ремонт» никуда не делся. Противоречие? Не исключено. Но мне всё же кажется, что авторы просто пропустили важное логическое звено. Оно состоит в том, что упомянуть ремонт можно в том случае, если гарантийный срок на него отличается от гарантийного срока на пылесосы. Финальный пример должен был быть таким: «Нет: гарантия на пылесосы и ремонт — 1 год. Да: гарантия на пылесосы — 1 год. Да: гарантия на пылесосы — 1,5 года, на ремонт — 1 год».

2. Авторы умолчали о подлинной причине, по которой превращение фразы А во фразу Б оказалось удачным. Причина эта — отказ от юридического языка и свойственной ему тяжеловесности: «товары» стали «пылесосами», «услуги» — «ремонт», отпал хвостик «с момента... таковых». В результате «практика» не соответствует предложенной «теории»: реальное редакторское вмешательство никак не связано с рассуждениями о сокращении двух сущностей

(товары/пылесосы и услуги/ремонт) до одной (только
товары/пылесосы).

6. Урок демагогии

Авторы «Пиши, сокращай» считают, что

Надо писать не так

А так

У нас более 20 тысяч клиентов.

У нас 20 тысяч клиентов.

Но, сравнив эти две простые фразы между собой, многие ли согласятся с выбором Ильяхова и Сарычевой? Я, например, не соглашусь. С одной стороны, как копирайтер я не готов поступаться точностью. С другой, как читатель чувствую: слово «более» на меня воздействует, делает утверждение — капельку, но всё же — выразительнее и сильнее. Фраза слева как бы говорит: компания взяла важную планку и пошла дальше. Мой ум и моё сердце — за вариант с «неопределённым словом».

Не то чтобы я категорически отвергал вариант справа: наверное, иногда можно и так. Если бы Ильяхов и Сарычева поставили вопрос мягче («а что, если иногда отказываться от уточняющих слов вроде «более»?»), если бы они предложили корректную причину для такого отказа («ради краткости»), всё было бы в порядке. Тогда хотелось бы им поддакнуть: «О, интересная мысль! Давайте обсудим ситуации, в которых предпочтительнее вариант справа». Однако авторы «Пиши, сокращай» бескомпромиссны: фраза без «более» — единственно правильная.

Ну, хорошо. Каждый имеет право на своё мнение. Представь Ильяхов и Сарычева свой выбор как субъективный — в этом проявилась бы интеллектуальная честность, ответственность перед читателями. Однако авторы «Пиши, сокращай» стремятся во что бы то ни стало доказать, что «более» должно быть изгнано из фразы по объективной причине: оно принадлежит к категории «неопределённых слов». Из прошлой главы мы помним: категория эта — вымышленная. Поэтому «доказательство» выходит долгим и путаным. Один демагогический приём налезает на другой — и от всех этих манёвров текст неприлично распухает. (При этом прямого сравнения двух вариантов фразы Ильяхов и Сарычева избегают. Не потому ли, что чувствуют: такое сопоставление им не на руку?)

«Доказательство» с помощью демагогии занимает целую страницу

В коммерческом тексте чаще всего неопределёнными становятся числа — особенно те, которые постоянно меняются. Например, выручка или число клиентов:

Системой пользуются более 20 000 клиентов

Логика автора этой строки понятна: сейчас клиентов 20 005, завтра 20 109, через полгода 21 510. Каждый день обновлять число

Если отказаться от ложных ходов, выйдет в 2,5 раза короче

Сравните фразы

У нас более 20 тысяч клиентов. У нас 20 тысяч клиентов.

Мы уверены, что фраза справа — лучше. На наш взгляд, уточнение «более» не содержит важной информации и никак не воздействует на читателя. Едва ли читатель его даже замечает. Поэтому советуем не писать перед числами слова

на сайте тяжело, а в печатной продукции невозможно.

Получается, чтобы не врать, автор должен написать «более».

Формально автор прав.

Но читателю на самом деле не нужно знать точное число клиентов: если он не аудитор, он не будет составлять их каталог или сверять показания в разных отчётах. Читателю чаще всего нужна ориентировочная величина, чтобы составить общее впечатление.

Читателю подойдёт округление:

У нас 20 тысяч клиентов.

Ничего страшного, если на самом деле у нас 20 012 клиентов или даже 21 500 клиентов. Округление до 20 тысяч даёт понятную практически применимую оценку.

Если важно показать, что число могло измениться, добавьте дату, в которую вы взяли число:

По данным на 1 января, системой пользуются 20 тысяч клиентов.

Слова вроде «более», «около», «примерно» и «не менее»

не делают текст более понятным.

Насколько более? Какова степень приближения вашего «около»?

Читатель этого не знает.

А главное — так как эти фразы не несут информацию, читатель отбрасывает их как шум. Всё, что он

вроде «более», «около», «примерно» и «не менее».

Если по каким-то причинам вы хотите быть предельно точны, укажите, на какую именно дату число клиентов было круглым:

У нас было 20 тысяч клиентов на 1 января 2015 года.

видит и запоминает, — это ваше
число:

Системой пользуются █████ 20 тысяч
клиентов.

Основной объём текста слева приходится на псевдорассуждения. Ильяхов и Сарычева попросту «забалтывают» читателя, дезориентируя его и окутывая тягучей бессмыслицей. В конце концов у него остаётся только один выход: поверить, что убеждённость авторов проистекает из владения темой, и принять предложенный вывод за достоверный.

Это демагогия в чистом виде. Давайте шаг за шагом разберём, как она работает.

Ложный ход № 1. «Формально автор прав.

Но...» Ильяхов и Сарычева безосновательно приписывают автору фразы «Системой пользуются более 20 000 клиентов» желание сообщить «точное число клиентов». В споре с этим надуманным желанием они утверждают: достаточно «ориентировочной величины», «читателю подойдёт округление». Но ведь фантазийный автор и сам довольствовался приблизительным числом! Написанное им «более 20 000 клиентов» — это именно что округление. Чтобы ещё лучше почувствовать ложность рассуждений Ильяхова и Сарычевой, подставьте в них «более».

...читателю на самом деле не нужно знать точное число клиентов: если он не аудитор, он не будет составлять их каталог или сверять показания в разных отчётах. Читателю чаще всего нужна ориентировочная величина, чтобы составить общее впечатление. Читателю подойдёт округление:

У нас более 20 тысяч клиентов.

Ничего страшного, если на самом деле у нас 20 012 клиентов или даже 21 500 клиентов. Округление до 20 тысяч даёт понятную практически применимую оценку.

Видите, что «неопределённое слово» встало в текст как влитое? Так случилось, потому что Ильяхов и Сарычева подменили предмет обсуждения. На языке логики это можно описать так. Допустим, «20 000 клиентов» — фраза А, «более 20 000 клиентов» — фраза Б, а «20 012 клиентов» — фраза В. Авторы «Пиши, сокращай» делают вид, что доказывают, что А лучше Б. Но в действительности доказывают, что А лучше В. При этом оспариваемое Б тоже лучше В.

Ложный ход № 2. «Слова вроде «более», «около», «примерно» и «не менее» не делают текст более понятным». Это суждение исходит из ложной предпосылки, которую можно сформулировать так: с каждым новым словом текст должен становиться яснее. Но прояснять имеет смысл лишь то, что изначально было темно, непонятно. А фразе «У нас 20 000 клиентов» если чего и не хватает, то точности, а никак не ясности.

**Внешне логичное,
но в действительности
бессмысленное высказывание**

Слова вроде «более», «около»,
«примерно» и «не менее»
не делают текст более понятным.

**Спорное утверждение,
не нарушающее законов логики**

Слова вроде «более», «около»,
«примерно» и «не менее» делают
мысль точнее. Но эта точность
избыточна.

Кстати, вы заметили, что в своих нападках на слово
«более» Ильяхов и Сарычева сами его используют
(«не делают текст более понятным»)?

9. Неучи поучают

Ильяхов и Сарычева не замечают своего пустомельства. Зато они всегда готовы увидеть безответственное обращение со словами там, где его нет и в помине.

Они утверждают:

Использовать психологические и медицинские термины, если вы пишете не о психологии или медицине, — дурной тон. Такие слова показывают, что автор умничает без глубокого понимания темы:

Автор умничает

Подсознательно клиент чувствует отторжение.

Говорит по делу

Клиенту не нравится работа, но он вам об этом не говорит.

Единственные, кто здесь «умничает без глубокого понимания темы», это сами Ильяхов и Сарычева. Откройте Большой толковый словарь — и вы увидите, что прилагательное «подсознательный» (от которого происходит наречие «подсознательно») значит «неосознанный, смутный, инстинктивный». «Клиент чувствует смутное отторжение»³ — что в этой фразе дурного? Разумеется, ничего. Ошибка авторов «Пиши, сокращай» состоит в том, что они называют «подсознательно» термином.

³ Вариант с наречием — «Смутно клиент чувствует отторжение» — был бы полностью симметричен критикуемой авторами «Пиши, сокращай» фразе. Но ему не хватает благозвучия, естественности. Поэтому я использовал прилагательное — «смутное».

Многие лексические единицы в русском языке являются одновременно и терминами, и просто-словами. Как термины они выступают внутри специализированного — например, научного — текста. В этом случае их главное достоинство — предельная точность и соотнесённость с другими понятиями соответствующей терминологии. Но если лексическая единица оказывается востребованной у широкого круга носителей языка, то за рамками породившей её сферы она начинает использоваться как просто-слово. Значение его при этом часто расширяется или даже смещается. Направление заимствования может быть и обратным: обычное слово оказывается нужно узким специалистам и в их обиходе получает особое терминологическое значение. Это совершенно естественный процесс, описанный в любом учебнике по введению в языкознание.

11. По-русски, пожалуйста

Ильяхов и Сарычева пишут так, как будто русский для них — иностранный. На каждом развороте чувство языка трезвонит: «Не то, не то, не то!»

Вместо верных слов авторы используют неуместные, неподходящие.

Написано так

оценка... не **создаёт** доверие

сформулировать это письмо

Перепишем проще.

выразить простой **смысл**

Ещё пример с лишними **смыслами** из рассказа о себе.

Исправим [текст] **на** историю...

текст должен быть... **высказанным** максимально просто

упразднить устаревшие [примеры]

Если просто дать человеку много примеров, он их вряд ли сможет **применить**.

официально скачать [книгу]

Вредное оно **в том**, что...

А надо — так

оценка... не **вызывает** доверия

написать это письмо

Напишем проще.

Упростим.

выразить простую **идею**

Ещё один пример лишней **информации** в рассказе о себе.

Превратим текст **в** историю...

текст должен быть **написан** максимально просто

отказываться от устаревших примеров

Если просто дать человеку много примеров, он вряд ли сможет их **осмыслить**.

легально скачать книгу

Вредно оно **тем**, что...

в таком случае можно **сделать** факты вместе с оценками

столкнётесь с **эффектом** «Как бы кого не обидеть»

Цель статьи — удовлетворить любопытство, а не помочь... Статья **учебно-**развлекательная.

глобальное потепление **кому-то важно**

Если вам нечего сказать, информационный стиль **не придумает это за вас.**

Если завтра в России отменят деньги, вместо них мы будем **обмениваться Айфонами.**

Чтобы читатель **понял нашу мысль** из пункта «Б»...

Если заголовок **не касается** темы текста, читатель может растеряться...

...считалось, что задача рекламы — **правильно оценить** предмет. А чтобы сделать лучшую в мире рекламу, достаточно упражняться **в искусстве оценивания.**

в таком случае можно **сопроводить** факты оценками

столкнётесь с **установкой** «Как бы кого не обидеть»

столкнётесь со **страхом** кого-то обидеть

Цель статьи — удовлетворить любопытство, а не помочь... Статья **познавательно-**развлекательная.

глобальное потепление **кого-то беспокоит**

Если вам нечего сказать, информационный стиль **это лишь обнажит.**

Даже если завтра в России отменят деньги, «Айфон» можно будет **обменять на продукты.**

Чтобы читатель, дойдя до пункта «Б», **с нами согласился...**

Если заголовок **не связан с** текстом, читатель может растеряться...

...считалось, что задача рекламы — **красиво описать** предмет. А чтобы сделать лучшую в мире рекламу, достаточно упражняться **в искусстве придумывания эффектных характеристик.**

До сих пор мы двигались от малого к большому: от слов к предложениям, потом абзацам и целой статье. Теперь же мы **сменим направление** и поговорим о рекламе.

Мы рассмотрели текст на разных уровнях: от отдельных слов до целой статьи. А теперь **сосредоточимся на одном типе текста** — рекламном.

Фразы из левого столбца удручающе неграмотны. Так мог бы написать в рабочем чате вечно куда-то спешащий менеджер-многозадачник. Но редакторы? В своей программной книге? Подобная глухота к значениям слов и законам их сочетаемости в литературной профессии недопустима.

12. Менеджеры по вербализации

Подход к работе с текстами, предложенный в «Пиши, сокращай», можно разделить на теорию и практику.

Для теории я уже предложил название: поп-редактура.

А вот как практиков авторов книги стоило бы окрестить менеджерами по вербализации.

Разумеется, я ничего не имею против менеджеров — ни в международном значении этого слова (руководители), ни в том, какое оно обрело в России (офисный сотрудник вообще). Без управленцев и служащих работа любого предприятия тут же остановится. Но есть у современного «класса менеджеров» одна негативная черта — не обязательная, но распространённая. Нередко человек — вне зависимости от его места в корпоративной иерархии — как бы застревает в ограниченном мире своих повседневных обязанностей. Он участвует в процессах, смысла которых по большому счёту не понимает. Надо написать тому-то и тому-то, заполнить такую-то и такую-то таблицы, поучаствовать в таких-то и таких-то встречах. И менеджер всё это делает. Но при этом оказывается отчуждён от всего, что остаётся за рамками его личной рутины. А ведь там — за её пределами — всё главное: продукция компании с её технологическими особенностями, реальные клиенты

с их потребностями и мнениями, конкурентные решения, новаторские идеи. Офисный служащий оказывается лишён живого контакта с теми основами, благодаря которым существует и его компания, и его должность.

Когда я пишу «менеджер по вербализации», я имею в виду вот эту отчуждённость от главного. От материала, из которого строится текст, — слова. Слово его не дразнит и не чарует, не волнует и не манит. Он к нему не присматривается, не экспериментирует с ним, не стремится узнать о нём как можно больше. А потому не подозревает, каким разным оно, слово, бывает и на что способно. В обращении с языком менеджер по вербализации неловок и неуклюж. Он похож на школьного учителя, который не любит и не понимает детей. Или на повара, который в унылой столовой готовит из скверных ингредиентов по ограниченному списку рецептов. Такой учитель стучит линейкой и грозит пальцем вместо того, чтобы прислушаться и приглядеться к тем, с кем он имеет дело. Если вам знаком вкус свежих продуктов и хорошо приготовленных блюд, стряпня такого горе-кулинара оттолкнёт вас с первой ложки.

При этом менеджер по вербализации самодоволен. Он гордится тем, что не похож на восторженных писак, которые взвешивают каждое слово на тончайших весах и печалются, если им не удалось подобрать нужный оттенок смысла. Он — человек деловой, «в костюмчике». Включил компьютер, получил задачу, открыл программу. Вербализирует. Тысяча знаков с пробелами, десять тысяч

знаков с пробелами, пятьдесят тысяч знаков с пробелами. Норма выполнена. Можно и пообедать. Где тут у нас на районе повкуснее готовят? Какой кухни хочется сегодня: итальянской, японской, мексиканской, узбекской? Выбирайте, коллеги. Это ведь только наши тексты могут быть все на одно лицо, а питаться нужно разнообразно.

Человек, любящий язык, умеет разнообразить текст лексически. Менеджер по вербализации мучает одно и то же слово и производные от него.

Текст , разбитый на абзацы, выглядит простым : раньше это был большой сложный текст , а теперь это много простых текстиков .	К тексту , разделённому на абзацы, легче подступиться: раньше это был грозный монолит , теперь — несколько небольших порций .
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Повторы — не единственный недостаток фрагмента слева. «Выглядит простым» — неточная формулировка, имеется в виду «кажется лёгким для восприятия». То же относится и к слову «сложный».

В следующем примере — та же зацикленность на одном слове, а фраза в целом кажется дурным переводом с английского:

Хороший способ оценить пользу — задать себе вопрос, можно ли этой же пользой описать любой другой смежный бизнес.	Важно описать, чем полезны потенциальному клиенту именно вы. Если то же о себе могут сказать представители других профессий,
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Если да, то **польза** слишком общая, уточняйте.

найдите более точную формулировку.

Причина косноязычия — попытка сжать смысловой объём «описание пользы, которую вы можете принести потенциальному клиенту» до одного-единственного слова «польза». Сочетая превратно употреблённое слово с другими, мы нарушаем сформированные в языке связи. Отсюда и ощущение: сказано не по-русски.

Менеджер по вербализации не подбирает слова, а использует первые попавшиеся. Поэтому написанному им тексту не хватает ни точности, ни выразительности. В примере ниже возникает ложная оппозиция «подвижная картина — натюрморт». В действительности «подвижная картина» — это фильм, а «натюрморт» означает не застывшее изображение вообще, а только изображение неодушевлённых предметов. Этому слову вообще не место в этом отрывке.

Когда читатель знакомится с текстом, он рисует в голове картину. Если в тексте много действия, то это интересная подвижная картина, за которой интересно наблюдать. Если действия мало, то это натюрморт, смотреть на который менее интересно. Чтобы текст был интересным, в нём должно быть действие.

Когда мы читаем текст, наше воображение само собой рисует картины. Чем больше действия в тексте, тем чаще одна картина сменяет другую. Получается кино. Разве не здорово писать так, чтобы ваш текст запускал в голове читателя настоящий киносеанс?

Менеджеры по вербализации пишут деловито, но бессмысленно: «Понимание задачи текста — сложная дисциплина на стыке переговоров и отношений с клиентами». Дисциплина — это отрасль научного знания. Наверное, в шутку можно было бы выразиться так: «Понять, что от тебя хочет клиент, — целая наука». Но всерьёз использовать слово «дисциплина» здесь неуместно. А уж представить себе «стык переговоров и отношений с клиентами» будет затруднительно даже самому опытному «менеджеру по визуализации».

Кроме того, из фразы неясно главное. Копирайтер должен всего лишь понять, что от него требуется? Или он должен ещё и помочь заказчику увидеть задачу в правильном свете? В зависимости от того, что имеется в виду, предложение можно переписать по-разному.

Понимание задачи текста — сложная дисциплина на стыке переговоров и отношений с клиентами.

Чтобы понять задачу, перед началом проекта задайте клиенту множество вопросов.

Или: Клиент не всегда понимает, какой именно текст ему нужен и зачем. Помогите ему правильно поставить задачу. Начинайте каждый проект с подробного интервью.

13. А сократить?

Доверчивый читатель полагает: раз Ильяхов и Сарычева назвали книгу «Пиши, сокращай», значит писать лаконично уж точно умеют.

Как бы не так.

Из первых же трёх слов книги одно стоило бы вычеркнуть:

«Пиши, сокращай»

Каждый год летом...

Сократим

Каждое лето...

Авторы «Пиши, сокращай» знают лишь один способ уменьшить текст — радикально сжать его смысловый объём. Отказаться от мало-мальски глубокого и всестороннего рассмотрения темы, пожертвовать нюансами (иногда важнейшими). «Сокращай» в исполнении Ильяхова и Сарычевой почти всегда значит: огрубляй, уплощай, примитивизируй.

В рамках заданного смыслового объёма авторы книги чаще всего обходятся большим числом слов, чем нужно.

14. Каждое слово — стоп-слово

Стоп-словам посвящена примерно треть книги — весь её первый раздел, называющийся «Отжать воду». Сперва Ильяхов и Сарычева описывают это явление в целом, затем по очереди рассказывают о разных группах стоп-слов. «Теоретическое введение» занимает страницы 39–47. Выпишем из него всё главное — то, что проливает свет на природу стоп-слов:

На уровне слов мы удаляем из текста языковой мусор — слова, которые не несут смысла. Мы называем их стоп-словами... 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... станет чище... Если знать... группы [стоп-слов] и понимать, почему слова в них становятся языковым мусором, упрощать текст на уровне слов станет легко... Разберитесь... чем [группы стоп-слов] ... вредны... Главное в редакции — не пропускать плохое... Чтобы приучить себя видеть стоп-слова, проверяйте текст в нашем сервисе «Главред»... Удаляем выделенные стоп-слова, но стараемся не вредить смыслу... Для каждого стоп-слова есть ситуация, когда оно незаменимо... Вместе с тем есть ситуации, когда эти слова неуместны и легко заменяются на более элегантные.

Общая негативная установка авторов по отношению к стоп-словам ясна. Читая текст «в режиме перемотки», только это и заметишь. Но замедлишься, вдумаясь — и запутаешься в ворохе противоречий. Странности начинаются со слова «становятся». Судите сами.

С одной стороны, стоп-слова — это «языковой мусор» (а ещё другие малопривлекательные вещи: «шелуха, жир, шлак»). С другой стороны, они нечто, лишь способное в каких-то обстоятельствах «становиться языковым мусором». Являться чем-то по определению и выступать в этой роли периодически — разные вещи. Это первое противоречие.

Второе противоречие. С одной стороны, стоп-слова «удаляются из текста без потери смысла». С другой стороны, при их вычёркивании всё же можно каким-то образом «[на]вредить смыслу».

Отсюда следующая нестыковка. Оказывается, «удаление» — образ, повторённый несколько раз, — не исчерпывает всех возможных манипуляций со стоп-словами. Их можно ещё и «заменить» на что-то другое. На что же? Если стоп-слова — бессмыслица, логично было бы предположить, что на смену им редактор поставит что-то осмысленное. Но вместо этого читаем: «[стоп-слова] заменяются на более элегантные». Получается, «вина» стоп-слов состоит — хотя бы иногда — не в отсутствии смысла, а в дефиците «элегантности».

Смысловый объём понятия «стоп-слова» всё расширяется и расширяется. Видишь бессмыслицу — это стоп-слово, видишь недостаточно элегантную фразу — тоже стоп-слово. (А ещё попутно хочется спросить: зачем недоброкачественные фразы, то есть отрезки речи, включающие более одного слова, называть стоп-

словами? Не естественнее ли было бы назвать их стоп-фразами?)

Наконец, Ильяхов и Сарычева пишут: в одних ситуациях стоп-слова «неуместны», в других — «незаменимы». И это уже не противоречие. Это ключ к сути обсуждаемого явления.

Текст выше формально содержит определение стоп-слов: «слова и фразы, которые удаляются из текста без потери смысла». Но это определение нерабочее. Из последующего мы узнаём: вычеркнуть стоп-слова из текста и при этом «не [на]вредить смыслу» не так просто. Стоп-слова вносят свой вклад в смысловый объём фразы. Иногда этот вклад не очень удачен, а иногда наоборот — нужнее нужного.

Раз Ильяхов и Сарычева не дали ясного и непротиворечивого — функционального — определения стоп-слов, придётся это сделать за них. Для этого нужно объединить всё, что нам известно о стоп-словах из текста выше, и реконструировать замысел авторов книги. У меня получилось так: «Стоп-слова — это единицы текста, к которым автор и редактор должны относиться с особой внимательностью. Им может не хватать точности или выразительности — и в этом случае их следует заменить. А ещё они могут оказаться бессмысленными — и в этом случае их лучше выбросить, как мусор».

Если моя реконструкция кажется вам корректной, подумайте: а нельзя ли то же самое сказать о любом слове в тексте? Мой ответ: не только можно, но и нужно.

Любое слово можно употребить к месту и не к месту, в соответствии с его значением и стилистическими особенностями или вопреки им. Одно и то же слово может привнести в высказывание А поразительную ясность, а высказывание Б обесмыслить. Где-то оно добавит выразительности, а где-то будет выбиваться из строки.

К каждому слову автор должен подходить с предельной чуткостью и вдумчивостью.

Каждое слово в тексте — стоп-слово.

17. Ложные враги редактора

Задача редактора — вдуматься и вчувствоваться в каждое слово текста. Вера в существование стоп-слов смещает его внимание в их сторону.

Мышление становится туннельным. Он начинает выискивать в любом тексте прежде всего оценочные прилагательные и вводные слова, причастия и деепричастия, устоявшиеся обороты и книжную лексику. А найдя — смотрит на них с недоверием и подозрительностью. Он знает: это либо «языковой мусор», либо нечто лукавое, готовое в любой момент обернуться этим самым «мусором». Так было завещано: оберегать тексты от их лютых врагов — стоп-слов.

Ждать каверз от всякого слова завещано не было. От текста в целом — тоже. Поэтому редактор, сосредоточенный на борьбе со стоп-словами, пропускает грубейшие ошибки. В поле его внимания не попадают ни неверно выбранное существительное, ни неудачный глагол, ни нарушение сочетаемости слов, ни стилистический ляп, ни логический сбой, ни откровенная бессмыслица. Освобождая текст от стоп-слов (чаще всего совершенно безобидных), он оставляет в нём настоящих вредителей.

Стоп-слова — ложные враги текста и редактора.

Занятый борьбой с ними, редактор упускает из виду и подлинных врагов, и вообще всё главное. У него не возникает целостного и глубокого понимания текста —

понимания, которое учитывает связь каждого слова с общим замыслом. А значит, он не может верно определить те ошибочные слова и решения, которым действительно нужно сказать: «Стоп! С вами что-то не так. Сейчас я присмотрюсь и, надеюсь, пойму, что именно. А после этого смогу написать лучше».

Вера в существование стоп-слов — так, как они описаны в «Пиши, сокращай», — даёт редактору (и любому человеку, работающему над текстом) иллюзию. Ему кажется, что перед ним раскрыли профессиональный подход, в котором всё разложено «по полочкам».

Но в действительности на глазах его — шоры, а в руках — непригодный для реальной работы инструмент.

18. Поминки по логике

На протяжении всей книги Ильяхов и Сарычева в популистском ключе — взывая к лучшим чувствам читателей, но неоправданно — повторяют «красивые» слова: «правда», «польза», «честность», «уважение», «смысл».

Мы увидели, что правды в их рассуждениях о языке и работе с ним мало, несопоставимо больше — самого дикого вздора. Соответственно, и польза для читателя по большей части — мнимая. Честными тех, кто готов исказить и передёрнуть, как-то не назовёшь. Интонация в книге — нахрапистая, ковбойская. Кажется, что авторы открывают дверь в дом русского языка ногой. Я не хочу специально останавливаться на этой теме, но оцените, например, такое обращение к читателям: «Не думайте, что расшаркивания и трусливая вежливость — это ваше редкое умение. Мямлить умеют все. А вот говорить честно, прямо и уважительно — единицы. Присоединяйтесь к ним».

И всё же главное слово книги — «смысл». Её репутация держится на нём. Множество людей — в том числе внутри пишущего цеха — воспринимает «Пиши, сокращай» как очень дельную и толковую, вскрывающую суть вещей книгу. Увы, у неё нет и тени этих достоинств. Мышление Ильяхова и Сарычевой — на редкость путаное и хаотичное. Авторы ошибаются во всём: в предпосылках, ходе рассуждений и выводах.

И конечно же, в словах, в которых «материализуется» их мысль.

Можно сказать, что «Пиши, сокращай» — это бесконечно затянутая демонстрация неумения думать и формулировать свои мысли на письме.

В предыдущих главах я утверждал и доказывал: важно прислушиваться и присматриваться к каждому слову в тексте. Ошибиться можно в любом из них. Поэтому пишущий человек должен развивать в себе чувство слова: именно оно — такое, казалось бы, эфемерное — окажется лучшим подспорьем в его деле. Вера в существование стоп-слов — и любые другие «технологии», якобы призванные облегчить работу над текстом, — всегда приведёт к профанации.

В этой главе я хочу показать, что то же верно и в отношении смысловой стороны текста. Логический дефект может в нём появиться по любой причине. Поэтому второе главное оружие автора и редактора — обыкновенная вдумчивость. Благодаря привычке сосредоточенно анализировать написанное где-то в глубине нейронных сетей сам собой однажды возникает детектор смысла. О встрече с умным, выверенным текстом — таким, в котором не нарушены законы логики, а каждое слово полновесно и занимает своё место, — он будет оповещать радостной мелодией. При столкновении со смысловой аномалией — дребезжать и вопить.

Чувство слова и логическое чутьё — лучшие друзья не только литературного работника, но и читателя. Читатель, лишённый их поддержки, окажется беззащитен перед чушью любого сорта и глупостью любого калибра. Сколько раз путаник ни повторит слово «смысл» — разумнее его высказывание не станет. Но его доверчивая, невнимательная аудитория услышит именно это многократно произнесённое слово — и примет за чистую монету что угодно.

19. Ничто притворяется всем

В интернет-дискуссиях о «Пиши, сокращай» я встречал мысль, что Ильяхов и Сарычева адаптировали для сегодняшнего дня великие книги о русском языке — «Живой как жизнь» Корнея Чуковского и «Слово живое и мёртвое» Норы Галь.

Это не так.

«Пиши, сокращай» не является даже слабой тенью этих книг, седьмой водой на киселе.

Начало этому недоразумению положили сами Ильяхов и Сарычева. О Чуковском они пишут так: «На борьбу за чистоту языка нас вдохновил». О «Слове живом и мёртвом» так: «Наша книга основана на работе советского переводчика и редактора». Возможно, книгами Чуковского и Галь они действительно вдохновлялись, но их собственная на этих высоких образцах ни в коей мере не основана.

Причина проста: эти книги — о словах. О чуткости к ним и очарованности ими, о предельной ответственности за каждое слово и перед каждым словом. Сравните «подход Ильяхова и Сарычевой» с «подходом Норы Галь»⁴:

⁴ Цитаты в правом столбце приведены по изданию: Галь Н. Слово живое и мёртвое. М.: Время, 2014.

«Пиши, сокращай»

Эта книга о тексте, но не о словах.

В этой книге мы показываем, что смысл всегда важнее слов.

Не надо спорить о словах. Нужно обсуждать смысл, примеры, факты и сценарии. Когда смысл сильный, слова могут быть любимыми.

Не обсуждайте слова.

Не участвуйте в споре по поводу слов. Не ищите в словах скрытого смысла.

«Слово живое и мёртвое»

Словам приписан какой-то не тот смысл — и они не раскрывают мысль автора, а лишь сбивают читателя с толку.

Опять пренебрежение к истинному смыслу слова...

Неточное слово — это плохо. Но куда опасней — слово бестактное.

Смысл тот же, а тон, выбор слова куда вернее.

Как воздух, необходимо умение вникнуть в суть слова...

Связь между Ильяховым и Сарычевой с одной стороны и Чуковским и Галь с другой стороны — поверхностная, а не содержательная. Да, классики против штампов. Но им в голову бы не пришло, что кто-то в будущем причислит к штампам фразеологизмы.

Да, у корифеев можно встретить выражения «речевой мусор»⁵ и «словесный мусор». Но их ложные «внук и внучка» признают мусором интеллигентное уточнение «на мой взгляд» и множество других не просто безобидных, а нужных, хороших слов и выражений.

Авторы «Пиши, сокращай» не идут за Чуковском и Галь. Не приспособливают к новой жизни и тем более

⁵ Правда, у Чуковского эта фраза присутствует только в виде цитаты из статьи К. Г. Паустовского «Живое и мёртвое слово». Статья вышла в 1960 году, книга Чуковского в 1962, а книга Норы Галь — с рокировкой «живого» и «мёртвого» в названии — в 1972.

не развивают их идеи. Они частично их заимствуют и тут же искажают, вульгаризируя или обесмысливая.

И дело не только в Чуковском и Галь. Не только в их книгах. Дело — в русской литературной традиции, в которой есть и другие большие мастера, и другие большие явления.

На словах Ильяхов и Сарычева пытаются вписать себя в эту традицию. Но на деле «Пиши, сокращай» лежит поперёк её русла и противостоит её течению.