

Содержание

Вступление от Светланы Иконниковой.....	7
Вступление от Нины Зверевой.....	13

ЧАСТЬ I

КТО ТЫ, НАШ ЧИТАТЕЛЬ ИЛИ СЛУШАТЕЛЬ?

Определим

вектор текста

Глава 1

Пять важных вопросов.....	19
----------------------------------	-----------

Русский письменный

Блок Светланы Иконниковой	19
---------------------------------	----

Русский устный

Блок Нины Зверевой.....	32
-------------------------	----

Глава 2

Геометрия текста.....	37
------------------------------	-----------

Русский письменный

Блок Светланы Иконниковой	37
---------------------------------	----

Русский устный

Блок Нины Зверевой.....	49
-------------------------	----

Глава 3

Вступление: с чего начать?.....	55
--	-----------

Русский письменный

Блок Светланы Иконниковой	55
---------------------------------	----

Русский устный

Блок Нины Зверевой.....	71
-------------------------	----

ЧАСТЬ II ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕПИСКА И ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Глава 4

Логика изложения	79
Русский письменный	
Блок Светланы Иконниковой	79
Русский устный	
Блок Нины Зверевой	94

Глава 5

Русский деловой язык	99
Русский письменный	
Блок Светланы Иконниковой	99
Русский устный	
Блок Нины Зверевой	111

Глава 6

Полная картина происходящего	117
Русский письменный	
Блок Светланы Иконниковой	117
Русский устный	
Блок Нины Зверевой	129

Глава 7

Спичрайтинг, или Тексты для публичных выступлений	135
Русский устный + русский письменный	
Блок Нины Зверевой	135

ЧАСТЬ III ТЕКСТЫ ДЛЯ СОЦСЕТЕЙ

Глава 8

Диалоги как хороший способ привлечь внимание читателя	149
--	------------

Русский письменный	
Блок Светланы Иконниковой	149
Русский устный	
Блок Нины Зверевой	161
Глава 9	
Рассказы про праздники, события, поездки: как сделать их интересными?	167
Русский письменный	
Блок Светланы Иконниковой	167
Русский устный	
Блок Нины Зверевой	179
Глава 10	
Рассказ о человеке: как написать, чтобы человек получился «как живой»?	185
Русский письменный	
Блок Светланы Иконниковой	185
Русский устный	
Блок Нины Зверевой	198
Глава 11	
Как создавать художественные тексты	205
Русский письменный	
Блок Светланы Иконниковой	205
Русский устный	
Блок Нины Зверевой	224
Глава 12	
Бонус для политиков и чиновников: как вести соцсети?	231
Русский письменный	
Блок Светланы Иконниковой	231
Русский устный	
Блок Нины Зверевой	244

ЧАСТЬ IV СВОБОДНОЕ ОБЩЕНИЕ

Глава 13

Общение в комментариях 249

Русский письменный

Блок Светланы Иконниковой **249**

Русский устный

Блок Нины Зверевой **263**

Глава 14

Главные принципы общения в мессенджерах 269

Русский письменный

Блок Светланы Иконниковой **269**

Русский устный

Блок Нины Зверевой **281**

Заключение 287

Вступление

от Светланы Иконниковой

Однажды, много лет назад, я познакомилась с интересной женщиной. Харизматичная, грамотная, ироничная — пожалуй, она собрала бы вокруг себя слушателей, даже если бы просто декламировала расписание электричек. Но она рассказывала гораздо более интересные вещи. Ее хотелось слушать бесконечно.

Конечно, я, книжный червь, тут же бросилась искать ее в Facebook. В те давние времена еще не было ни Instagram, ни Twitter — мы все сидели либо в Facebook, либо во «ВКонтакте», либо в «Одноклассниках».

Я ее нашла.

И это было страшно.

Казалось, что ее страницу взломали и от имени умной, тонкой, ироничной женщины пишет третьеклассница. Ее посты выглядели так: «Вот это лето!!!! Гуляем и наслаждаемся солнышком с сыном и мужем, и вот собака бежит такая смешная!!! Любите братьев наших меньших!!!»

В те годы я еще работала журналистом. И рефлекторно, по впечатанной в гены журналистской привычке, задала ей вопрос:

— А почему ваши посты так отличаются от того, как вы говорите?

Повторюсь: она была умной. И, наверное, именно поэтому не обиделась. И честно призналась:

— Я не понимаю, как писать. Когда говорю — я просто говорю. А когда нужно писать... знаете, такое ощущение, будто нужно что-то изобразить на иностранном языке, который я плохо знаю. И левой рукой. И не карандашом или ручкой, а гусиным пером. Я же все-таки технарь, а не гуманитарий.

— А почему столько восклицательных знаков? — я была молодая и настойчива.

— Хочется же как-то передать эмоцию. А как ее еще передать? — женщина пожалала плечами.

Конечно, эмоции передаются не восклицательными знаками и не смайликами — об этом мы поговорим в книге. Нет никакого разделения на гуманитариев и технарей. Как минимум его нет в парадигме «умею писать — не умею писать».

Но не поспоришь с другим: немало успешных спикеров с трудом пишут тексты и ничуть не меньше успешных авторов весьма бледно смотрятся на сцене.

В чем дело? Почему человек, который владеет словом (Он же говорит! Он же отлично говорит!), может не владеть «буквой»?

Все дело в том, что речь устная и речь письменная — это два разных вида речи. Проведите эксперимент: включите диктофон во время вашего общения с друзьями. Ненадолго, минут на пять. А потом расшифруйте дословно все, что говорили вы и ваши собеседники.

Вы схватитесь за голову: «Какой кошмар! Это мы так коряво говорим?» Нет, вы говорите отлично.

Проведите другой эксперимент. Возьмите отличный текст, выучите его наизусть и скажите на камеру (например, на камеру

смартфона). Вы снова схватитесь за голову: «Какой кошмар! Ни одного живого слова!»

Да, устная и письменная речь — это не «близнецы-сестры». Они скорее двоюродные сестры.

Устную мы изучаем с рождения. Она для нас родная. А вот письменная приходит к нам только после букв. Порой случается необычное — именно она, письменная, оказывается для человека по-настоящему родной и приятной. Человек терпит устную речь как осознанную необходимость и при малейшей возможности ускользает из нее в письменную.

Если вы — тот самый «писарь», то я не очень понимаю, зачем вам эта книга. Вы и так отлично пишете! Хотя... нет, понимаю! Вам интересно читать про то, что вы любите. Поэтому вы здесь — и я вам рада.

Но, скорее всего, вы — тот, для кого письменная речь оказалась иностранным языком. Некоторые из вас отлично им владеют. Другие владеют, но не любят пользоваться. А для кого-то письменная речь — каторга.

И каждому из нас приходится писать.

Письма, сообщения, рабочие чаты, соцсети... Порой даже соцсети оказываются «обязательной программой»: хочешь не хочешь, а начальство намекает: «Мы для вас провели такой тимбилдинг! Могли бы и написать про это в соцсетях».

Поэтому, раз писать не хочется, а надо, давайте брать этот процесс под контроль и получать от него удовольствие. Умение точно и интересно излагать мысли — это не талант. Это технология. Поверьте моему 25-летнему опыту.

Книга задумана так, чтобы читать ее было и интересно, и полезно. Мы наполняли ее и технологиями, и историями.

В первой части мы поговорим о фундаменте, на котором строится любой хороший текст. Вы сами удивитесь, обнаружив,

что в нем нет ничего сверхсложного, — и вы точно можете строить свои тексты на таком фундаменте, какими бы они ни были.

Во второй части обсудим деловую переписку — как тратить на нее минимум времени и получать максимум результата. И еще — как сделать так, чтобы получатель письма понял, что вы хотели сказать.

В третьей — о текстах для соцсетей и внутрикорпоративных порталов. Бонусом для политиков и чиновников мы расскажем, как вести соцсети, чтобы людям их хотелось читать (а в идеале — верить вам). Увы, пока страницы большинства чиновников в соцсетях — это не самые лучшие пионерские речовки.

Ну а четвертая часть — наше свободное общение в мессенджерах и комментариях. Токсичные комментарии тоже не оставим без внимания, равно как и вопрос «что делать, если муза ушла?».

Впрочем, думаю, что к окончанию книги муза привяжется к вам настолько крепко, что просто не сможет уйти в свободный полет.

Эту книгу мы писали вдвоем — с моим учителем Ниной Зверевой. Нина Витальевна — обладатель двух премий ТЭФИ, тренер первых лиц в политике и бизнесе. Она перед камерами — более 60 лет: в 8 лет пришла на телевидение и с тех пор либо выступает сама, либо учит этому других. В каждой главе вы найдете две части. Первая — про русский письменный язык, вторая — про русский устный. Автор «письменных» частей — я, автор «устных» — Нина Зверева.

Нина Витальевна знает о публичных выступлениях все. Она может удержать любую аудиторию — какой бы эта аудитория ни была уставшей или скептически настроенной. И она отлично знает, как готовиться к выступлению и писать речи — и для себя, и для «начальника». Поэтому 7-я глава («Спичрайтинг, или Тексты для публичных выступлений») написана только ею — мне

просто нечего было добавить! Уверена, эта глава станет открытием для многих спичрайтеров!

Словом, эта книга — «про пользу».

Правда, есть одно условие. В конце каждой «письменной» части главы вы увидите задание. Советую его выполнять — это поможет вам овладеть навыком, а не просто узнать о том, что такой навык в принципе существует.

Кстати, про женщину-технаря, о которой я писала в начале вступления.

Много лет спустя она пришла на мой курс «Текст и контекст» в онлайн-школу Нины Зверевой. И теперь я читаю ее посты с большим удовольствием. А она с не меньшим удовольствием пишет.

Вступление от Нины Зверевой

Со Светланой Иконниковой мы написали серию книг для подростков «Навыки будущего» (издательство Clever). Вместе писали и несколько книг моего авторства (Светлана стала в них литературным редактором).

Почему же в этот раз у каждой из нас — отдельное вступление и у каждой — отдельный блок в каждой главе?

Я ценю авторские права. Светлана — автор курса по письменной коммуникации «Текст и контекст» в моей онлайн-школе. Она много лет работает тренером по текстам. И за это время, конечно, наработала свои формулы, примеры, лайфхаки.

Что касается меня, то я тоже дружу с текстом. Много книг и статей я написала сама, без помощи литературных редакторов. Более того, моя «взрослая» журналистика началась с газетной статьи. И лишь после окончания вуза из трех дорог: аспирантура, газеты, телевидение — я выбрала душою именно ТВ.

На телевидении закадровый текст не просто важен — он принципиально важен. Хорошие ТВ-журналисты работают с текстом ювелирно. Мы обязаны дать текст, но мы не имеем права переборщить с ним. Текст всегда уступает лыжню картинке.

И если зритель слышит в комментарии журналиста то, что не видит на картинке, снятой оператором, значит, это непрофессиональный репортаж.

Представить себе не можете, какие километры слов я убираала из текстов учеников в моей школе тележурналистики!

И все же отношения с письменным текстом у меня не такие близкие, как у Светланы Иконниковой. Я эксперт и специалист именно по устной речи, Светлана — по письменной. И несмотря на то, что я всегда пишу себе тезисы (а порой и речь целиком), я пишу ее для говорения, а не для чтения глазами.

С учениками-журналистами я часто шутила.

— Вы написали закадровый текст, — говорила им. — Как вы его читаете? Чем?

— Глазами, — кричали журналисты (они чувствовали в моем вопросе подвох, но еще не понимали, к чему я клоню).

— Правильно, — кивала им. — А зрители ваши как «читают» этот текст?

Журналисты на секунду замирали, а потом кто-нибудь непременно отвечал:

— Ушами?

И я снова кивала:

— Тоже правильно. Ваш текст зрители воспринимают ушами. Значит, вам и писать его надо «ушами», чтобы сразу понимать, каким именно он должен быть.

Более того, я строго-настрога запрещала читать по бумажке закадровый текст. Иногда даже отбирала эту бумажку. Сначала журналист терялся — это была первая реакция. А второй реакцией он начинал говорить «от себя». И насколько же короче и интереснее становилась его речь!

Так люди понимали, в чем специфика текста для телевидения. Мое участие в нашей общей книге не случайно.

В каждой главе Светлана рассказывает о текстах, которые ваша аудитория будет читать глазами, я — о текстах, которые будут «читать ушами». Почему мы решили объединить эти два разных вида текста в одну книгу?

Потому что наступила эра мультимедиа. И большинству из нас требуется умение и писать, и говорить, и писать текст для того, чтобы говорить.

Когда человек снимает себя на камеру для поста в социальной сети, а потом пишет к этому посту комментарий — что он делает? Он использует все три вида передачи информации — видео, аудио и текст.

Поэтому мое главное правило публичных выступлений — «говорить коротко, весело, понятно» — отлично подходит и для всех видов текста для соцсетей (а с некоторой оговоркой — для деловой переписки).

Помимо советов и практических рекомендаций по написанию текстов из этой книги вы узнаете и как точно такую же тему, такой же прием можно раскрыть и через ваш стендап, ваш репортаж, ваше выступление перед аудиторией.

На кого рассчитана эта книга?

На сотрудников пресс-служб, журналистов и чиновников? Да, но нет. В первую очередь она для тех, кто понимает, как важно присутствовать в соцсетях, быть заметным в деловой переписке, на корпоративных сайтах — но, будучи перфекционистом, не делает этого.

Человек понимает, что это важно. Понимает, что он в этом не профессионал. И предпочитает не делать вообще, чтобы избежать ошибки.

Я встречала множество таких людей. Эта книга — как раз для них. Тех, кто хочет, чтобы их читали, смотрели и слушали. И тех, кого будут читать, смотреть и слушать, — после того как они освоят технологии из этой книги.

Часть I

КТО ТЫ, НАШ ЧИТАТЕЛЬ ИЛИ СЛУШАТЕЛЬ?

Определим
вектор текста

Мы пишем самые разные тексты — от поздравительных открыток до докторских диссертаций. Но, какими бы они ни были непохожими, любой из них строится на общих базовых принципах.

Это как породы собак: один пес может быть лохматым сенбернаром, второй — дрожащим на ветру той-терьером, и все равно каждый из них — собака. И все органы, системы и рефлексy у них работают по идентичным собачьим принципам.

Поэтому начнем с базы, а дальше углубимся в специализацию. Поверьте, «про базу» тоже будет полезно и интересно — не пролистывайте ее, не прочитав!

Глава 1

Пять важных вопросов

Русский письменный

Блок Светланы Иконниковой

Писать тексты стало ужасно сложно. Любые тексты — и посты в соцсетях, и деловые письма коллегам и руководству, и пресс-релизы, и коммерческие предложения потенциальным заказчикам.

Почему вдруг «стало»? Мы резко поглупели? Мы стали «поколением ЕГЭ»? Мы перестали читать книги?

Ни первое, ни третье, ни — формально — второе. Я уверена, что среди читателей этой книги немало тех, кто сдавал ЕГЭ. Но не меньше уверена: качество текстов у тех, кто сдавал ЕГЭ, и у тех, кто сдавал выпускные в школе и вступительные в вуз, примерно одинаковое.

Я занималась и с подростками, и с молодыми людьми, и с теми, кто вышел на пенсию, — в каждой возрастной группе были те, кто пишет интересно, и те, кто пишет вязко, путано, скучно. И процентное соотношение интересных и скучных оказалось примерно одинаковым во всех возрастных группах.

Но вот парадокс: еще 10–15 лет назад даже вязкие, скучные тексты мы хоть как-то, но читали. Хоть как-то, но усваивали. А сейчас — нет.

Что произошло 10–15 лет назад? Что это за событие, так резко повысившее нашу критичность к текстам?

Как правило, когда задаю этот вопрос на тренингах, мне говорят: «Появился интернет». Но будем объективными: интернет появился много раньше.

Правильный ответ: в 2007–2009 годах в интернете появились мы.

Мы — обычные люди. Не программисты, не передовая молодежь. Мы — люди разного возраста, разного уровня доходов и образованности, разных интересов. Нас привели в интернет соцсети. Мы пришли в него. Осмотрелись. Освоились. И вдруг поняли: «Эхма! А ведь здесь искать информацию намного проще!»

Мы перестали лезть в энциклопедию, пытаюсь вспомнить год основания Московского университета. Мы стали открывать «Википедию» (год основания МГУ — 1755, я уже проверила).

Почувствовав эту тенденцию, поставщики информации тоже ринулись в интернет. И завалили его самыми разными сведениями. Что получилось в результате информационной революции?

Впервые за всю историю человечества информация из дефицита превратилась в профицит. И диктовать условия начали не поставщики информации, а ее получатели.

Представьте: 1997 год, студент-первокурсник заскучал в общежитии по борщу. Решил сварить. А как варить борщ — непонятно. Что делать студенту? Либо найти кулинарную книгу, либо звонить маме. И какой рецепт книга (или мама) ему предложит, по такому и будет варить.

Других вариантов у студента нет.

Представьте: 2007 год, младшая сестра этого же студента поступает в вуз, уезжает жить в общежитие и тоже скушает по борщу. Что делает сестра? Гуглит. И через долю секунды поисковик предлагает ей тысячу рецептов. Легкий рецепт, очень легкий рецепт, с пошаговой фотоинструкцией, видеорецепт... Студентка выбирает тот, что ей максимально удобен, — и не читает остальные.

До тех пор, пока информация была в дефиците, ее получатели подстраивались под не лучший вариант ее «размещения».

Даже если текст был написан не слишком удобно для чтения, его все равно нужно было прочитать и понять: другого-то нет!

Сейчас, когда информации в избытке, мы всегда можем выбрать, в какой форме ее «поглощать». И конечно, выбираем то, что читать легко, удобно и приятно. То, на что нам нужно затратить минимум усилий, чтобы вникнуть в суть. Мы отмечаем информацию тяжеловесную, скучную, нелогичную, даже если понимаем, что она нам нужна: мозг отвык от такого формата, для него это как заселиться в студенческий хостел после привычки жить в пятизвездочных отелях.

Что не доходит до адресата?

Сложное, путаное повествование.

Текст с логическими «провалами» и ошибками.

И конечно, тяжелый канцеляризм. Он не доходит настолько, что в США, например, в 2010 году вышел закон о простом языке. Он требует, чтобы новые законы писались на языке, какой могут понять жители страны, не обремененные юридическим образованием, — иначе для кого вообще законы создаются?

Об этом законе и о канцеляризмах мы поговорим в других главах, но, пожалуйста, запомните этот вопрос: «для кого эти законы создаются?» Иначе говоря — «для кого мы пишем?».

И прежде чем писать текст, задайте его себе.

Возможно, вам легко будет найти ответ: «Я пишу аналитическую записку для своего руководителя». А может, очень сложно: «Я пишу пост в соцсети... Откуда я знаю, кто его будет читать?»

В Instagram есть интересный аккаунт @corgi_police_dog. Его автор — полицейский пес по кличке Рыжий. Единственный полицейский корги в России. Точнее, сейчас Рыжий уже пенсионер. Конечно, пишет не он сам, а сотрудники пресс-службы управления полиции на транспорте Приволжского федерального округа.

Количество подписчиков у Рыжего примерно в 12 раз больше, чем у самой пресс-службы. Да что далеко ходить: я сама подписана на аккаунт Рыжего, но не подписана на аккаунт пресс-службы.

Не знаю, как это происходило в реальности, но, скорее всего, так.

Сотрудники пресс-службы узнали, что в их подразделении работает корги-полицейский.

Подумали: «Хм, а что, если завести для него аккаунт?»

Подумали еще: «Хм, но, чтобы идея выстрелила, в его аккаунте не должно быть никаких пресс-релизов. Что любят пользователи соцсетей? Котиков и пёселей. Вот и нам нужен настоящий мимими-аккаунт пёселя. Только не обычного пёселя, а пёселя на службе».

И сделали.

Почему эта идея выстрелила? Потому что ее создатели очень тщательно продумали, что будет интересно их потенциальной целевой аудитории. И писали тексты именно об этом.

Переходим к практике. Точнее — к памятке. Очень советую вам задать себе пять вопросов, прежде чем приступить к самому тексту.

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru