

Юлия Милович-Шералиева

“ сила
СЛОВА

как
за **5** шагов
написать
убедительный
текст

”

Мастер сцены

Юлия Милович-Шералиева

**Сила слова. Как за 5 шагов
написать убедительный текст**

«ЭКСМО»

2020

Милович-Шералиева Ю.

Сила слова. Как за 5 шагов написать убедительный текст /
Ю. Милович-Шералиева — «Эксмо», 2020 — (Мастер сцены)

ISBN 978-5-04-113331-3

Эта книга рассказывает о том, как писать нехудожественные тексты. Она написана для тех, кому важно уметь высказываться устно или письменно для своей аудитории. Для психологов, открывающих собственную практику и мечтающих писать профессиональные, но понятные обычным людям статьи. Для архитекторов, которым нужно описать или устно представить свой проект, инженеров, разработчиков и соискателей, претендующих на стипендию, работу или грант. Для дизайнеров, рассказывающих, как лучше украсить дом и оформить сад, блогеров-путешественников, стилистов и имиджмейкеров, фотографов и вообще для всех «самозанятых», фрилансеров и «свободных художников». За пять шагов, описанных в книге, вы научитесь быстро выбирать тему и название текста, легко составлять план и наполнять интересным содержанием. И даже о самых серьезных вещах сможете говорить понятно, с чувством и удовольствием. Юлия Милович-Шералиева – культуролог, журналист, лектор с 12-летним стажем работы в вузах, автор собственного курса «Мастерство создания текстов».

ISBN 978-5-04-113331-3

© Милович-Шералиева Ю., 2020

© Эксмо, 2020

Содержание

Предисловие	5
Так ли необходимо уметь высказываться?	7
Приступаем: 5 шагов создания любого текста	9
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Юлия Милович-Шералиева

Сила слова

Как создать убедительный текст за 5 шагов

Предисловие

Для кого эта книга?

Эта книга рассказывает о том, как писать нехудожественные тексты. Она написана для тех, кому важно уметь высказываться устно или письменно. А значит, для психологов, открывающих собственную практику и мечтающих писать профессиональные, но понятные обычным людям статьи, для практиков, которым предложили стать теоретиками (художнику по костюмам подготовить лекции, экономисту – стать экспертом в журнале, географу – вести колонку в альманахе и т. д.), для архитекторов, которым нужно описать или устно представить свой проект, инженеров, разработчиков и соискателей, претендующих на стипендию, работу или грант, дизайнеров, рассказывающих, как лучше украсить дом и оформить сад, блогеров-путешественников, стилистов и имиджмейкеров, фотографов и вообще для всех «самозанятых», фрилансеров и «свободных художников».

Книга поможет тем, кто открывает бизнес или уже им владеет и хочет сам научиться рассказывать о нем, поскольку лучше других в этом разбирается. Тем, кто работает в банке, в фирме, в интернет-магазине или галерее – и должен время от времени писать релизы на новые товары, услуги, возможности и предложения, которыми располагает его компания. И всем тем, кому просто хочется научиться высказываться интересно, лаконично, ярко, информативно и понятно. Приемы, которые мы используем в письменном тексте, в большинстве случаев применимы и для публичных выступлений. Поэтому им также будет посвящена определенная часть этой книги.

Ее структура такова: в начале я представляю вам «тизер» – главу «5 шагов создания любого текста». Здесь я кратко описываю последовательность написания любого материала, за который бы вы ни взялись. Придерживаясь этой простой памятки, вы напишете текст на нужную тему и в подходящем жанре.

А вот на протяжении всей оставшейся книги я буду последовательно раскрывать каждый из этих пяти шагов. Мне не хотелось бы вас запутать и сразу перегружать большим количеством информации, поэтому сначала в книге будет короткая вступительная часть, а уже потом – ее пошаговый разворот. А если вы и после этого столкнетесь с трудностями, то в конце книги я разберу типичные сложности, с которыми сталкивается любой пишущий человек и, главное, напишу, как с этим справиться. Список литературы вам в помощь.

Я отлично понимаю, что у каждого из нас в этом мире свои задачи, и вовсе необязательно, например, умелому мастеру или танцовщику уделять искусству высказываться так много внимания. Они уже высказываются – своим собственным талантом и мастерством. Кому-то это просто не нужно. В повседневной жизни мастерство создания текстов вряд ли необходимо всем, хотя, признаюсь, я думаю именно так.

Для большинства из нас это все-таки необходимо в связи с профессиональной или творческой деятельностью. И когда мы приступаем к реализации этого желания – пробуем писать статьи на сайт своей фирмы или вести блог о путешествиях, мы часто сталкиваемся с тем, что, оказывается, это не так просто сделать.

Но на самом деле это только кажется. Все намного проще, и при помощи данной книги я это докажу. Ведь письменный или устный текст – это ключевой инструмент взаимодействия

человека не только друг с другом, но и с миром. Даже оставаясь наедине с самим собой или, например, с природой, мы воспринимаем происходящее и окружающее нас, думаем о нем, планируем поделиться своими впечатлениями с кем-то еще. Мы всегда живем со словом, а значит, это органично и естественно. Если вы можете задать вопрос и ответить на него, пересказать историю или описать ситуацию, значит, вы сможете сделать то же самое и на бумаге. Как сделать это лучше, проще и интереснее – расскажет эта книга, написанная на основе моего авторского курса, который я, культуролог, преподаватель, автор эссе и книг, переведенных на китайский, японский и сербский языки, создала и веду уже 12 лет, доказывая, что писать (прямо как уверял герой мультика «Рататуй», что «готовить могут все!») могут все, кто этого хочет. Именно потому, что для нас это естественно и просто. В конце концов, первое, что мы делаем при появлении на свет, – издаем крик. Во-первых, таким образом мы заявляем о себе, во-вторых, приветствуем этот мир. Мы сообщаем о себе и делимся опытом, ощущениями, знаниями.

При этом мастерство создания текстов, как коротких, так и объемных, основывается на определенных законах. Ведь тот пугающий, но прекрасный хаос мыслей и мнений, знаний и взглядов, которыми мы обладаем, невозможно излить миру одним сплошным потоком. Тот же младенческий крик все же нельзя назвать искусством или мастерством, пока он никак не упорядочен и не обогащен смыслом. Для того, чтобы крик стал, например, песней, его нужно структурировать и сделать благозвучным. Так и с любым текстом.

Кроме того, гармонизируя текст, мы не только помогаем потенциальной аудитории лучше понять наши мысли. Мы и самим себе позволяем структурировать тот поток стремлений, знаний и идей, которыми обладаем. Поэтому работа над текстом позволяет лучше понять себя.

Конечно, прежде всего, мы пишем ради каких-то конкретных задач. Хотя тут мне всегда хочется сказать: во-первых, это красиво. Но дело даже не в этом, хотя – да, и это само по себе прекрасное умение. О необходимости уметь выражать мысли и высказывать их, говорил истинный мастер слова – Иосиф Бродский в своей речи перед выпускниками Университета Мичигана в 1988 г. (я называю ее «Заповеди от Иосифа» – настолько его советы в этой речи глубоки и вечны). Выступление с этими словами я приведу в главе «Приемы и примеры текстов публичных речей».

...Зачем заказывать кому-то другому тексты о том, что вы знаете или делаете лучше всего? Тому, кто будет делать это, извините, не по любви, а за деньги? О своем товаре или занятии, идее или опыте лучше вас самих никто не расскажет. Я написала эту книгу, чтобы научить вас не писать три страницы там, где достаточно трех строк, не прибегать к режиму caps lock или смайликам, чтобы вас «лучше поняли», не путать жанры и понимать, какой из них лучше подойдет для того или иного случая, уметь «на коленке» писать на любую тему, не растекаться мыслью по древу, и не оставаться непонятым.

Для каждой задачи есть решение. Возможность научиться просто, по делу, ясно и гармонично высказываться – у вас в руках.

Так ли необходимо уметь высказываться?

В XXI веке мы снова нуждаемся в навыках риторики, разработанной еще Аристотелем. Науки, которую в качестве таковой мир узнал еще 2500 лет назад! А как явление – и того раньше. Искусство самовыражения через текст (сначала устно, потом письменно) человечество знало еще в Индии, Китае, на Ближнем Востоке несколько тысяч лет назад.

Почему я говорю о риторике как о науке в возрасте 2500 лет? Отмотайте это время назад. Это античность, древние греки, гедонизм, расцвет наук и искусств. Расцвет – потому что в Средиземноморском бассейне разнообразнее климат и ландшафт. Из-за географических и климатических условий урожай там больше, чем у нас, в среднем раз в пять. А значит, у людей есть больше времени на размышления, философию и на то, чтобы делиться ею. Потому именно там и именно тогда знания и умения красноречиво высказываться обрели вид науки. И искусства.

Поскольку человеку во все времена и в любой части земного шара свойственны исконные, природные действия (ходить, дышать, общаться), то и текст тоже как был неотъемлемой частью жизни в древние времена, так и остается ею и по сей день. Просто теперь он принимает иные формы. Вчерашняя речь оратора – сегодняшняя колонка в журнале, пост в блоге, текст для презентации.

Но систематизированные знания об этом уже облек в науку Аристотель, назвав их риторикой. Фигура ратора – оратора – по степени важности в тогдашнем мире была второй в государстве сразу после императора-полководца. Вопросы власти, управления, влияния, возможности повести за собой большое число людей – не силой, а верно выраженной мыслью. Если полководец удерживает или расширяет границы государства стратегически или силовыми методами, то оратор делает то же самое одним лишь словом. Минуя принуждение, применение силы и так далее. Высший пилотаж. И вся последующая история человечества только подтверждает это – там, где не справлялись полководцы, слово меняло ход истории. А в наш век пиара и гибридных войн мы уж тем более знаем о силе слова не понаслышке.

Отсюда и происходит важнейший закон владения словом – речь должна быть убедительной. Чтобы ей поверили, чтобы люди добровольно шли за произносящим ее. Потому и учились риторике целых 14 (!) лет.

И этой долгосрочности есть объяснение. Для выступающего важны кругозор, грамотность и благозвучность речи. Например, кругозор расширяется вместе с количеством прочтенного и воспринятого: чем больше читаем и узнаем, тем больше получаем возможностей. Честно говоря, я могла бы просто сказать своим слушателям (и читателям) всего одну фразу: «Чтобы научиться хорошо писать, нужно как можно больше читать». И все. Но у нас нет лишних 14 лет для насмотренности и начитанности, люди ищут практических знаний и их применения. Для того и написана эта книга. Но читать как можно больше действительно стоит! В помощь – список литературы в конце книги.

Ну хорошо, про древность ясно. А зачем сегодня нужно уметь писать и говорить публично? Мы все сегодня общаемся не только вживую, но и в интернете. Любой, кто так или иначе сталкивается с необходимостью – хочу надеяться, чаще приятной – взаимодействовать с другими, делает это, во-первых, в письменном виде в разных онлайн-форматах, во-вторых, зачастую обращаясь к большой аудитории незнакомых людей. Если раньше сотрудник, или свободный художник, как бы там ни было, взаимодействовал непосредственно с теми, кто с ним работает или консультируется по каким-то вопросам, то сегодня мы чаще всего общаемся с теми, кого и вовсе не видим. Мы создаем и ведем свои блоги – личного, творческого или сугубо профессионального характера. Мы создаем сайты, пишем туда. Мы пишем релизы или анонсы предстоящих событий в наших компаниях, владельцами или сотрудниками которых являемся. И не всегда нужно и можно отправляться за отдельным высшим образованием,

чтобы научиться делать это хорошо. Но ведь это надо делать хорошо! Чтобы быть убедительными. Чтобы наша речь для выступления или письменный текст убеждали аудиторию с нами познакомиться, подружиться, завязать полезные и приятные отношения в любой сфере. И чтобы это было не разовым успехом, а долгоиграющей историей. Иначе и правда – молчание – золото. Отсюда и второе правило удачного текста – помимо убедительности он должен быть еще и полезным. Улучшать качество жизни – и аудитории, и вашей.

Я уже писала, что о важности слова и мастерства самовыражения замечательно высказался Иосиф Бродский в своей речи перед выпускниками Мичиганского университета через год после получения им Нобелевки. Самый первый пункт из списка «рекомендаций» как раз касается мастерства самовыражения через текст. И я рада, что наши с Бродским мнения совпали, не зря я так его люблю. Вот небольшая цитата оттуда:

«И теперь, и в дальнейшем, я думаю, имеет, смысл сосредоточиться на точности вашего языка. Старайтесь расширять свой словарь и обращаться с ним так, как вы обращаетесь с вашим банковским счетом. Уделяйте ему много внимания и старайтесь увеличить свои дивиденды. Цель здесь не в том, чтобы способствовать вашему красноречию в спальне или профессиональному успеху – хотя впоследствии возможно и это, – и не в том, чтобы превратить вас в светских умников. Цель в том, чтобы дать вам возможность выразить себя как можно полнее и точнее; одним словом, цель – ваше равновесие. Ибо накопление невыговоренного, невысказанного должным образом может привести к неврозу. С каждым днем в душе человека меняется многое, однако способ выражения часто остается одним и тем же. Способность изъясняться отстает от опыта. Это пагубно влияет на психику. Чувства, оттенки, мысли, восприятия, которые остаются неназванными, непроизнесенными и не довольствуются приблизительно формулировок, скапливаются внутри индивидуума и могут привести к психологическому взрыву или срыву. Чтобы этого избежать, не обязательно превращаться в книжного червя. Надо просто приобрести словарь и читать его каждый день, а иногда – и книги стихов. Словари, однако, имеют, первостепенную важность. Их много вокруг; к некоторым прилагается лупа. Они достаточно дешевы, но даже самые дорогие среди них (снабженные лупой) стоят гораздо меньше, чем один визит к психиатру. Если вы все же соберетесь посетить психиатра, обращайтесь с симптомами словарного алкоголизма».

В общем, не верите мне – послушайте хоть нобелевского лауреата!

Приступаем: 5 шагов создания любого текста

Написание нужного вам материала, будь то анонс в пару строк или пятый том «Войны и мира», требует пяти несложных шагов. Подробно о каждом из них я обязательно расскажу в предстоящих главах, здесь я хочу познакомить вас только с самой этой памяткой. Эти 5 шагов кажутся слишком простыми и потому не требующими особо пристального внимания. Но не пренебрегайте ими из-за создающегося впечатления простоты. Наоборот, пусть эта простота вам поможет. Вот они:

Первый шаг: Выбор темы

Второй шаг: Размышление над ней

Третий шаг: Составление структуры/плана

Четвертый шаг: Написание текста

Пятый шаг: Редактура и вычитка

Мастерство создания великолепных текстов отнюдь не врожденное качество. Даже литературных гениев – знаменитых и давно титулованных писателей и поэтов – в любой редакции исправляют, и не один раз. Более того, они согласны делать это добровольно и самостоятельно. Николай Васильевич Гоголь от руки переписывал свои тексты не менее десяти раз. Сергей Донатович Довлатов при кажущейся простоте «анекдотических» рассказов подолгу трудился над чистотой смысла и стиля. Наш современник Александр Викторович Иличевский «теряет» до 80 % своих текстов (а они у него всегда масштабны) в результате редакторской или собственной правки. «Хочешь быть услышанным, отсекай лишнее. 80 % текста – вода. Оставляй свои 20 % – не прогадаешь» – его слова.

Текст подобен живому организму, и работа над ним – такой же живой, меняющийся процесс. И всякий раз его пишет живой человек, который по определению не может быть полностью и до конца объективным, оставаясь субъектом. Это не игра в шахматы с компьютером – это создание авторского материала. И в нем обязательно будут как слабые стороны, так и несомненные достоинства. Помните об этом и держитесь этой простой памятки – и тогда ваш текст, каким бы спонтанным, вдохновенным и абстрактным ни был, благодаря ей окажется еще и стройным, выверенным и понятным. Итак, рассмотрим эти 5 шагов.

1. Выбор темы. Действительно, без этого не к чему и приступать. Без выбора темы текст рискует оказаться «автоматическим письмом» на сеансе столоверчения или бредом сумасшедшего. То, как это сделать, мы подробно разберем в следующей главе, «**Как выбрать тему текста и как его назвать?**». Но пока просто запомните, что начинаем мы с четкого определения, о чем именно последует текст. Выбирая тему, вы ориентируетесь не только на то, о чем действительно хотите написать сами, но и на то, к кому вы обращаетесь. Эти исходные данные определяют тему текста, его жанр и стиль.

Допустим, вы стилист и собираетесь провести свой собственный мастер-класс на открытии шоу-рума в торговом центре. Значит, ваша аудитория – молодые и зрелые люди среднего или высокого достатка, не чуждые прекрасного и желающие структурировать это прекрасное. А также непосредственно применять на практике – создавая свой образ, следя за собой, корректируя внешний вид и выбор одежды. Это значит, что и стиль вашего обращения к ним должен быть таким же – элегантным, не лишенным абстрактных оценочных суждений (проще говоря— с обилием прилагательных, эпитетов и пр.). И с возможностью того самого практического применения текста – после которого жизнь аудитории качественно улучшится.

Итак, определяясь с темой, ориентируйтесь и на то, к кому и зачем вы с ней обращаетесь.

2. Размышление. Не спешите кидаться к бумаге и перу, определившись с темой. Дайте себе пожить с ней, походить взад-вперед, проникнуться, привыкнуть. Не ругайте себя за это «промедление», как раз в данном случае спешка будет «смерти подобна». При этом, поверьте,

неважно, каков ваш дедлайн – ближайшие полчаса или вечер воскресенья следующей недели. Просто в первом случае «походить», размышляя, получится минут пять, во втором – хоть неделю. Главное – не бросаться к тексту сразу, потому что, сделав что-то наспех, вы рискуете упустить нечто важное или, наоборот, повториться, растечься мыслью по древу и выдать много воды в тексте.

Итак, размышление. Оно включает в себя как привычную работу мысли, так и способы быстрого, поточного создания текстов. Об этом я тоже расскажу – в главе **«Способы легко и быстро написать нужный текст»**. Главное, обязательно разминайте тему. Вспомните, как проходят брейн-штормы в рекламных компаниях. Все сотрудники, от дизайнера до маркетолога, от райтера до художника, наперебой предлагают идеи, направления, хаотично озвучивают мысли, лозунги, обрывки фраз. Никто не требует сразу готовых решений. Важно просто хоть как-нибудь начать мыслительный, созидательный процесс.

Так же и с текстом на любую тему. Прежде чем писать его, подумайте: зачем вы об этом пишете? Чего вы ждете в итоге? Какая главная мысль в вашем послании? Что люди об этом уже знают? Чего не знают или чего боятся? Что известно наверняка, а что под вопросом? Что этому мешает и что можно сделать? И так далее.

Набросайте первые ответы на подобные вопросы в черновом варианте или наговорите на диктофон. Формулировки могут меняться, что-то можно добавить, а от чего-то придется отказаться – это зависит от конкретной ситуации и от отдельного автора. Решать вам. Но не забывайте придерживаться баланса – необходимости высказаться себе самому и важности и пользы этого высказывания для других.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.