

ЯЗЫК ЖУРНАЛИСТСКИХ ТЕКСТОВ

- Десять правил написания текста.
- Десять типов слов и выражений, которые в текстах употреблять не следует.



Эта глава посвящена особенностям языка журналистских текстов. Для удобства она составлена по формуле "10 + 10".

ДЕСЯТЬ ПРАВИЛ НАПИСАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКИХ ТЕКСТОВ

1. Одно предложение должно содержать одну мысль.
2. Один абзац должен содержать один аспект события.
3. Начинать нужно с главного, а не с деталей.
4. Факт предпочтительнее комментария.
5. Активный залог предпочтительнее пассивного.
6. Используйте больше глаголов действия.
7. Незнакомые ситуации лучше описывать через известные и понятные картины.
8. Яркость языка должна быть обратно пропорциональна яркости темы.
9. Правильно определяйте количество однородных членов предложения.
10. Используйте архетипы, но не позволяйте им использовать вас.

- **ДЕСЯТЬ ТИПОВ СЛОВ И ВЫРАЖЕНИЙ,
КОТОРЫХ НУЖНО ИЗБЕГАТЬ В СВОИХ
СТАТЬЯХ**

- 1. Наречия при глаголе,
- 2. Качественные прилагательные,
- 3. Субстантивы,
- 4. Синонимы для существительных,
- 5. Повторяющиеся слова,
- 6. Неконкретные слова,
- 7. Метонимия,
- 8. Присоединенные глаголы,
- 9. Слова из бюрократического и чиновничьего жаргона,
- 10. "Бесмысленные" слова и фразы.

ПОДРОБНЕЕ!!!

1. Одно предложение должно содержать одну мысль.

- При этом оно должно быть как можно короче. В информационном агентстве UPI выявили такую зависимость между читабельностью текста и средней длиной предложений в нем:
- до 8 слов – очень легко читается,
- 8–11 слов – легко читается,
- 12–14 слов – сравнительно легко,
- 15–17 слов – средне,
- 18–21 слово – сравнительно тяжело,
- 22–25 слов – тяжело,
- более 25 слов – очень тяжело.

Впрочем, это не означает, что длинные предложения нельзя использовать вообще. Наоборот, из соображений ритма *короткие предложения следует чередовать с длинными*. Точка в конце предложения напоминает знак "Стоп" на дороге. Если такие знаки стоят слишком часто, это также делает езду утомительной. Нужны отрезки дороги, на которых можно было бы разогнаться. Эту роль выполняют длинные предложения, ускоряя чтение текста, тогда как избыточное количество коротких предложений (особенно когда длинные предложения искусственно разделены на короткие) чтение замедляет. Они каждый раз привлекают внимание к своей концовке, как знак "Стоп" заставляет водителя оглядеться, прежде чем продолжить движение.

2. Один абзац должен содержать один аспект события.

Если этот аспект изложен полностью, абзац надо завершать.

Не следует обрывать изложение одного аспекта, равно как и не следует втискивать два аспекта события в один абзац. Лучше разделить этот абзац на два либо вообще отказаться от изложения того аспекта события, который отдельного абзаца недостоин.

Также следует *чередовать разные по длине абзацы*.

Короткий абзац после длинного служит для нагнетания драматизма, фокусирует внимание на изложенном в нем аспекте события. Иногда абзац может состоять даже из одного слова.

3. Начинать нужно с главного, а не с деталей.

Следует, как можно раньше делать понятной суть события, оставляя его подробности на потом. Равным образом не рекомендуется начинать текст с причин и последствий события, так как в этом случае второстепенное также может оказаться впереди главного.

4. Факт предпочтительнее комментария

Это означает, что вначале следует сообщать факты и лишь потом приводить суждения и оценки. При сокращении же, наоборот, следует начать с вычеркивания комментариев и лишь затем удалять факты. Особенно следует быть осторожным с такой разновидностью комментирования, как ирония, когда говорят одно, а подразумевают нечто противоположное. Например, про миллиардера сообщают, что он "бедняк", про предпринимателей – что они "обрадовались повышению налогов". Во-первых, ирония может быть не понята, если читатель не обладает теми же знаниями об освещаемом предмете, какими располагает журналист. А во-вторых, может оказаться, что читатель не разделяет мнение автора, не считает смешным то, что тот высмеивает, и ерничанье журналиста вызовет лишь раздражение.

5. Активный залог предпочтительнее пассивного

При активном залоге подлежащее – это субъект действия, тот, кто что-то сделал. Например, *"журналист написал статью"*.

В пассивном же залоге подлежащее – это, наоборот, объект действия, то, с чем что-то сделали. Например, *"статья написана журналистом"*.

Пассивный залог следует использовать только в тех случаях, когда журналист целенаправленно хочет привлечь внимание к объекту действия.

6. Используйте больше глаголов действия

Они хороши тем, что обозначают движение, развитие темы.

При помощи 10–15 глаголов в один абзац можно вместить огромное количество событий.

Существительные, напротив, повествование замедляют, и поэтому их нужно использовать как можно меньше. Особенно это относится к длинным официальным названиям, а также статичным описаниям. Следует названия сокращать, а описания заменять на динамические, когда кто-то что-то делает.

7. Незнакомые ситуации лучше описывать через известные и понятные картины

- Это прием достижения наглядности. Например, журналист, находящийся в химической лаборатории, может сравнить происходящее с приготовлением какого-то блюда хозяйкой на кухне. Тогда читателям сразу станет понятно, что имеет в виду автор. Однако сравнение должно быть придумано журналистом именно для данного случая. Вот как это делает Валерий Панюшкин:
- "– Я обращаюсь к журналистам, – сказала госпожа Мельникова, и дальше *съезд перестал быть похожим на съезды российских партий, а стал похож на свадьбу или юбилей, устраиваемый в небольшой хрущевской квартире.* – Я обращаюсь к журналистам. Ребята, ничего, если пара телефонов в президиуме будут работать, вам не помешает?"
(Панюшкин В. Мир. Труд. Мать // Коммерсантъ. 2004. 9 нояб.)
- **Использовать общеизвестную метафору** (например, "хитрый, как лиса", "мудрый, как филин") **не следует**, так как каждый читатель поймет это выражение по-своему. А значит, читатели представят вовсе не то, что хотел им сказать журналист, то есть не произойдет адекватной передачи информации. Поэтому нужно либо просто употреблять точные слова для обозначения явлений и предметов, либо изобретать собственные, придуманные именно для этого случая сравнения и метафоры.

8. Яркость языка должна быть обратно пропорциональна яркости темы

- Иными словами, чем более шокирующее событие описывает журналист, тем более простым и сухим должен быть язык. Вот фрагмент репортажа о штурме захваченной террористами школы в Беслане:
- Автоматные очереди и выстрелы из гранатометов раздавались так близко, что казалось, бой идет где-то в сотне метров. Вдруг со стороны частного дома напротив выбежал мужчина. На руках у него был мальчик лет восьми, раздетый, в одних плавках, худенький, смуглый. Голова ребенка была запрокинута назад, тоненькие ноги болтались в такт движению бегущего человека. "Где скорая? – заорал мужчина. – Дайте машину! Он живой!" Какая-то легковая машина сорвалась с места, в нее усадили мужчину с ребенком. "Стойте! – закричали в толпе. – Там еще кого-то несут". Еще один мужчина, обняв обеими руками женщину, почти нес ее. Она пыталась идти, но не могла. Половина ее лица была залита кровью. Женщина странно улыбалась и смотрела по сторонам. Кто-то быстро протянул ей бутылку с водой. "Они взорвали школу! – вдруг сказала женщина. – Стена вывалилась!" В толпе опять раздался вой.

(Аллёнова О. Бесланный конец // Коммерсантъ. 2004 г. 4 сент.)

- Наоборот, если в статье описывается нечто заурядное, например какая-нибудь церемония с заранее подготовленным сценарием, журналисту следует по полной программе использовать свои стилистические таланты.
- Вот как это делает кремлевский корреспондент "Коммерсанта" Андрей Колесников:

- Владимиру Путину в Ростове-на-Дону было, если я ничего не путаю, очень хорошо. Вечером в пятницу после заседания Госсовета он поужинал с его членами в ресторане на левом берегу Дона. Это была обязательная программа, которую он исполнил, впрочем, без видимого напряжения.
- А потом началась произвольная. Господин Путин сначала прокатился на катере по Дону, переправился на правую сторону, а потом, когда уже совсем стемнело, вышел на набережную. Вряд ли он дожидался темноты, чтобы оказаться в ней неузнанным. Если бы это было так, он бы, побродив по набережной, не зашел еще в один ресторан, "Пирс", и не сел бы за один из столиков вместе с губернатором Ростовской области Владимиром Чубом и полпредом Южного федерального округа Дмитрием Козаком, автоматически лишив отдыхающих способности анализировать окружающую их действительность.

(Колесников А. Актриса, Ментик и Сергей Иванов // Коммерсантъ. 2007. 2 июля.)

Главное – контролировать баланс между "Что описываем" и "Как описываем", чтобы в сумме получилось 100%.

9. Правильно определяйте количество однородных членов предложения

Американский медиаконсультант Рой Питер Кларк (Roy Peter Clark) подметил, что различные количества однородных членов предложения имеют совершенно разное значение. Так, одно слово просто обозначает, например, "девочка умная". Единичная характеристика воспринимается читателями как абсолютная правда. Два слова сопоставляют, например, "*девочка умная и симпатичная*". При этом обе характеристики существуют параллельно и независимо друг от друга в одно и то же время.

Правило парности относится также к существительным, например, "мама и папа", "мужчины и женщины", "война и мир". Три слова обобщают, как бы замыкают круг, например, "*девочка умная, симпатичная и решительная*". Теперь нам полностью понятен ее характер.

Вот еще примеры: "Начало, середина и конец", "Отец, Сын и Святой Дух", "Исполнительная, законодательная и судебная власть". Если же к трем добавить еще одну характеристику, она разрушит это единство, например, "*Девочка умная, симпатичная, решительная и больная анорексией*".

Поэтому если ряды из трех однородных членов желательны, то *четыре однородных члена лучше не использовать*, кроме случаев, когда журналист целенаправленно хочет сосредоточить внимание на противоречивости описываемого им объекта.

10. Нужно использовать архетипы, но не позволять им использовать вас

- *Архетипы* – это базовые сюжеты, которые существуют в коллективной памяти людей. Эти сюжеты присутствуют в священных книгах, народных сказках и современных фильмах. Опора на архетип позволяет журналисту не только рассказать о событиях, но и связать их с "вечными" темами. Читатель же через эти "вечные" темы узнает в тексте события своей жизни, что повышает ценность статьи в его глазах. Кроме того, потребность в переживании архетипических ситуаций – один из мотивов обращения к СМИ. Вот некоторые архетипические сюжеты:
 - *путешествие за золотым руном *путешествие за чем-то и возвращение назад ;*
 - *благословение, ставшее проклятием *обретение и потеря любимого человека;*
 - *восстание из пепла;*
 - *гадкий утенок.*

- НО чрезмерное увлечение архетипами может привести к тому, что журналист вместо того, чтобы исследовать реальные события, будет лишь искать в них зацепки, позволяющие втиснуть эти события в какой-либо из архетипов. Что при этом может получиться, рассказывает упомянутый выше Рой Питер Кларк:
- *Однажды студентка получила задание написать репортаж про инвалидов-колясочников, которые увлекались игрой в боулинг. Она встретила с ними и написала восторженную статью о триумфе человеческого духа. Спустя некоторое время она призналась, что инвалиды произвели на нее ужасное впечатление. Они были капризные, развязные, раздраженные, некоторые к ней приставали, противные, похотливые. Я спросил, почему она не написала про это. Она ответила, что хотела написать хорошую историю о людях, преодолевающих препятствия.*
- *(Clark R.-P. Pimp My Writing: When Journalists Use Archetypes .)*

Рой Питер Кларк называет подобную установку журналистов "*клишированным видением*", когда архетипы вынуждают журналиста обращать внимание на одни детали происходящего и игнорировать другие. Между тем "подлинная жизнь не происходит по театральному сценарию, и утенок может быть столь же прекрасным, как лебедь, а король – вовсе не голым".

Поэтому если событие не укладывается в архетип, то нужно отказываться от архетипа, а не от правдивости. Если журналист испытывает проблемы с драматичным описанием происходящего, это лишь означает, что он недобрал информации, не вскрыл имеющиеся здесь конфликты.

10 типов слов, которых нужно избегать в своих материалах

1. Наречия при глаголе.

- Они бесполезны и лишь дублируют значения соответствующих глаголов. Например, вместо "*дом сгорел дотла*" можно просто написать "*дом сгорел*". Никакого нового смысла наречие "дотла" в это предложение не прибавляет. Иногда журналисту следует просто подобрать глагол, более точно отражающий действие. Например, вместо "*он быстро побежал*" написать "*он рванулся*".

2. Качественные прилагательные

Они плохи тем, что каждый читатель понимает их по-своему. Например, никто точно не знает, что именно скрывается за словосочетаниями "*высокая башня*" или "*богатый человек*", потому что для каждого слова "высокий" и "богатый" означают что-то свое. Всякую вещь нужно, по возможности не оценивать, а измерять, например, написать, что "*башня была высотой с семнадцатизэтажный дом*" или "*помимо особняка в центре столицы ему принадлежит вилла на берегу Черного моря*". Тогда все поймут, насколько высока эта башня и насколько богат этот человек. Для описания какого-то качества можно также использовать сцену, в которой это качество проявляется. Например, Андрей Колесников в репортаже про встречу президента Путина со строителями не пишет напрямую, что президенту рассказали про строительство несуществующего моста. Вместо этого журналист описывает следующую сцену:

- *Владимир Путин разговаривал со строителями моста через Енисей в их бытовке за чаем. За несколько минут до появления президента строители из компаний "Илан" и "Сибмост", разглядывая графики, делились друг с другом последними наблюдениями.*
 - *Как хоть он выглядит, этот мост? – спрашивал один, глядя в какие-то схемы на стенах.*
 - *Да вот он!*
 - *Это ж макет просто!*
 - *Да еще даже макета нет! Это только Красноярское телевидение, может, рекламирует. А на самом деле питерский институт только что тендер выиграл, месяц назад...*

Через несколько минут руководители области здесь же докладывали президенту, что "строительство моста через Енисей идет опережающими темпами, как и финансирование, и даже удастся сдать мост не в 2009-м, как планировали, а в 2008-

- Владимир Путин разговаривал со строителями моста через Енисей в их бытовке за чаем. За несколько минут до появления президента строители из компаний "Илан" и "Сибмост", разглядывая графики, делились друг с другом последними наблюдениями.
 - Как хоть он выглядит, этот мост? – спрашивал один, вглядываясь в какие-то схемы на стенах.
 - Да вот он!
 - Это ж макет просто!
 - Да еще даже макета нет! Это только Красноярское телевидение, может, рекламирует. А на самом деле питерский институт только что тендер выиграл, месяц назад...
- Через несколько минут руководители области здесь же докладывали президенту, что "строительство моста через Енисей идет опережающими темпами, как и финансирование, и даже удастся сдать мост не в 2009-м, как планировали, а в 2008-м...".

(Колесников А. Лучше быть не может // Коммерсантъ. 2007. 14 нояб.)

3. Субстантивы

- Это отглагольные существительные с окончанием *"-ние"*, например *«делание, рисование, движение»*. Если другие существительные "дают картинку", и читатель видит, что происходит, то субстантивы картинку не дают, так как они связаны не с предметом, а с процессом.

Субстантивы благодаря своим емким значениям хороши в научных текстах, потому что позволяют одним словом описать то, на что может уйти целое предложение.

Однако в журналистских текстах, которые пишутся не для специалистов и рассчитаны на поверхностное чтение, лучше использовать более простые слова, даже если они займут больше места.

4. Синонимы для существительных

- Если для глаголов синонимы желательны, чтобы не повторять на протяжении всего текста одни и те же слова "сказал", "раскритиковал" или "посетил", то для существительного невозможно подобрать слово, которое бы дублировало его значение. Иногда слова различаются лишь стилистически, например "бегемот" и "гиппопотам". Первое чаще употребляется в обиходном языке, второе относится к языку науки. Однако обозначают эти слова одно и то же животное, только "бегемот" – это заимствование из древнееврейского языка, а "гиппопотам" – из древнегреческого. Но гораздо чаще синонимы не полностью совпадают по значению, например слова "министр" и "чиновник". Любой министр – чиновник, но не всякий чиновник – министр. И когда в статье для обозначения одного и того же лица употреблены эти два слова, у читателя может сложиться впечатление, что речь идет о разных людях. Синонимы также могут исказить значение слова, придать ему те оттенки значения, которые в данный момент неуместны. Например, использование вместо слова "солдаты" словосочетания "защитники Отечества" может звучать иронично (например, "защитники Отечества подметали улицы").

5. Повторяющиеся слова

Рой Питер Кларк вводит понятие "территория слова" и призывает журналистов эту территорию контролировать, то есть не повторять одно и то же слово в каком-то небольшом отрезке текста, разумеется, кроме случаев, когда повтор является элементом риторической фигуры и производится для достижения какого-то особенного эффекта.

Одинаковые (а также однокоренные) слова должны отстоять друг от друга минимум на 200 слов (примерно на 20 строчек).

Вот пример несоблюдения этого правила. Обратите внимание, как эта маленькая неряшливость (повторение слова "однако" в трех соседних предложениях) ухудшает текст:

- *Еще одной проблемой, сдерживающей внутреннюю миграцию, является дороговизна жилья. ... Поэтому внутренняя миграция развивается вахтовым методом, когда люди работают в другом регионе 20 дней в месяц по 12 часов, а затем на 10 дней возвращаются в семью. Однако такая миграция очень ограничена территориально. Люди могут поехать в соседнюю область, однако не поедут за тысячи километров в Сибирь или на Дальний Восток. Однако председатель общественной организации "Женский диалог", член Общественной палаты Елена Семерикова сообщила, что к ней обращались жители Чечни с просьбой устроить их на работу в другие регионы, причем люди были готовы работать за зарплату в 6–7 тыс. рублей.*
- *(Васильев А. Сила привычки // Новые Известия. 2007. 11 апр.)*

6. Неконкретные слова.

- Упомянутый выше Рой Питер Кларк ввел еще одно понятие – "лестница абстракции". Попробуйте представить себе лестницу. У вас это легко получится. А теперь попробуйте представить себе абстракцию. У вас не получится ничего. Никакой картинки в сознании не возникнет. Вот и получилась "лестница абстракции", внизу которой находятся конкретные предметы, которые можно легко представить, вверху – абстрактные понятия, которые представить невозможно. На эту лестницу можно поместить любое слово, и чем ниже оно окажется, тем легче будет читателю понять его значение. Если же слово окажется высоко, то читателю придется напрячься, чтобы понять текст. А если "абстрактных" слов будет много, велика вероятность, что текст покажется непонятным, заумным и читатель его попросту бросит.
- **По линии "конкретность – абстрактность" Л.А. Дмитриев разделяет все слова на четыре группы: образы, понятия, термины и категории.**

- **Образ** – это нечто конкретное, единичное, что можно точно представить, например конкретный дом, в котором вы, читатель, живете, конкретная книга, которую вы сейчас читаете. Да и вы сами – конкретный человек с именем и фамилией.
- **Понятие** – это нечто общее и изображаемое, например дом, книга, человек, мужчина, женщина. Понятие всегда можно нарисовать схематично, как в детской считалке: "Точка, точка, запятая – вышла рожица кривая. Ручки, ножки, огуречик – получился человечек!" Глядя на такой рисунок, любой скажет, что там изображен человек. Но если мы скажем, что там изображен конкретный Иванов Иван Иванович, нам ответят: "Не похож". Потому что Иванов Иван Иванович – это образ, а человек – понятие.
- **Термин** – это нечто общее и неизображаемое, например архитектура, строительство, флора, фауна, демократия, личность, рабочий класс. Как только в тексте появляется термин, скорость чтения сразу же замедляется.
- **Категории** – слова, которые, в отличие от терминов, невозможно обобщить. Примеры категорий – пространство, время, скорость, материя, энергия, масса. По возможности категории в тексте не следует использовать вообще.

7. Метонимия.

- Это изображение предмета через его часть. Например, про отца пятерых детей говорят, что "у него в семье пять ртов". Про пение птиц в лесу – "лес поет". Про конфликт между США и Россией – "у Белого дома возникли противоречия с Кремлем". Недостаток метонимии заключается в том, что она искажает значение текста, убирает важные детали, что ведет к неверному пониманию. По той же причине нежелательно использовать парафраз – замену слова выражением, призванным передать его смысл, например, когда слово "автор" заменяют на "пишущий эти строчки".

8. Присоединенные глаголы

- Здесь имеются в виду глаголы, которые присоединены к существительному и не имеют самостоятельного значения, например глаголы в словосочетаниях *"принять участие"*, *"сделать заявление"*, *"вынести решение"*. Подобные словосочетания следует заменять на самостоятельные глаголы, например *"участвовать"*, *"заявить"*, *"решить"*.

9. Слова из бюрократического и чиновничьего жаргона

Эти слова не столько сообщают информацию, сколько ее скрывают. Например, *массовые увольнения* могут быть названы "*изменение структуры занятости*", а *облавы на призывников* – "*мероприятиями по обеспечению явки*". В результате читатель либо не поймет сообщение, либо решит, что его пытаются обмануть, выдав плохую новость за вполне приемлемую. Чтобы подобного не произошло, слова из чиновничьего жаргона нужно "переводить" на обычный язык.

10. "Бессмысленные" слова и фразы

Например: *"своего рода", "очевидно", "очень", "некоторый", "в значительной степени", "вместе с тем", "во многом", "судя по всему", "своеобразный"*.

Эти слова и выражения не имеют собственного значения и ничего не добавляют к значению других слов в тексте, а потому использовать их не нужно.

**Вперёд, к вершинам
мастерства!**

