

Глава 2

Основные принципы успешного письма

Когда Бог захотел, чтобы люди прекратили строить Вавилонскую башню, он не поразил их громом и молнией. Он сказал: «...сойдем же и смешаем там язык их, так чтобы один не понимал речи другого». Не существовало более надежного способа помешать людям, чем лишить их возможности общаться.

В то время как Бог смешал языки намеренно, люди делают это неосознанно — результаты получаются такие же. Предложения, которые вы найдете в этой главе, помогут вам избежать подобных ошибок.

Прежде всего, не мямлите

Как только вы поняли, *что* хотите сказать, решайтесь и говорите. На невнятно бормочущих обращают куда меньше внимания, чем на тех, кто высказывается ясно и четко. Помните правило Элвина Уайта*: «Когда вы что-то говорите, убедитесь, что вы действительно это сказали».

* Элвин Уайт (1899–1985) — американский писатель и публицист, литературный стилист, автор стилистического справочника английского языка *The Elements of Style*, а также книг для детей: «Паутина Шарлотты», «Стюарт Литтл»; лауреат Пулитцеровской премии. *Прим. ред.*

Вместо этого...**...говорите это**

Желательно, чтобы вы излагали свои сообщения без обиняков, прямо и откровенно. Если вы избегаете прямо переходить к делу или топчетесь вокруг да около, в большинстве случаев это провоцирует читателя отключиться и витать в облаках.

Не мямлите.

Ниже мы дадим еще несколько полезных подсказок.

1. Составляйте четкую структуру вашего письма

Большинство людей «пишут плохо, потому что не могут ясно мыслить», — заметил сатирик Генри Менкен*. Причина этого, поясняет он, заключается в том, что «у них не хватает мозгов». Смеем предположить, что вы, наш уважаемый читатель, достаточно умны и можете мыслить ясно. Вы знаете, как привести мысли в порядок. А теперь нужно выстроить их в таком же порядке перед тем, кто это будет читать.

Когда вы пишете что-либо длиннее нескольких абзацев, объясните прежде всего, куда держите курс.

Комитет внес предложение компании вложить \$1 миллион в развитие библиотеки.

Сначала определите цель для себя самого, обозначьте основные моменты, а затем реализуйте ваш план на бумаге. Подчеркните и пронумеруйте заголовки важных разделов (такую же функцию выполняют названия глав в книге). Наконец, подведите итоги, но помните, что это будет лишь *резюме (Summary)*, а еще не само *заключение*. В резюме вы не должны приводить новые идеи; здесь стоит лишь кратко изложить самые важные моменты, о которых вы писали.

* Генри Менкен (1880–1956) — американский журналист, эссеист, сатирик, автор многолетнего исследования «Американский язык» о том, как на английском языке говорят в США. Один из самых влиятельных американских писателей и стилистов первой половины XX века. *Прим. ред.*

Если ваш документ близится к логическому завершению, то резюме должно быть неким обобщением, чтобы основные вопросы запомнились читателю.

Резюме:

Составьте план; используйте его, чтобы помочь вашему читателю; нумеруйте и подчеркивайте заголовки; подводите итоги.

Некоторые объемные документы начинаются с такого рода резюме, которое принято называть «сводной информацией» или «кратким содержанием» (Executive Summary). При его составлении придерживайтесь тех же принципов.

2. Делайте короткие абзацы и короткие предложения, выбирайте короткие слова

Вверху первой страницы каждого выпуска The Wall Street Journal помещают три главные статьи, начальные абзацы которых никогда не бывают длиннее трех предложений. Многие пункты обозначаются одним предложением. Они всегда четкие и емкие по смыслу; вот несколько примеров:

Ранняя смерть Джеймса Дина породила его культ, который не добавил популярности его родному городу.

Уолл-стрит официально объявляет войну сексизму.

Для сравнения приведем пример того, с чем сталкиваются люди при работе с офисной документацией:

Это обеспечивает точку зрения Argus, Mitchell & Dohn на мнение потребителя относительно настоящего положения и на способность к росту Blake's Tea и Jones's Tea, основных марок национального напитка на английском рынке чая.

The Wall Street Journal любят не только бизнесмены с Уолл-стрит, но и обычные читатели, что еще больше повышает

его популярность. Редакторы Journal претворили в жизнь простой принцип: короткие предложения и абзацы читать легче, чем длинные. И легче понимать.

Что касается коротких слов, то тут вы, безусловно, не должны отказываться от богатств и тонкостей языка. Иногда стоит использовать длинное слово, которое не имеет кратких аналогов. Но в целом все же предпочитайте короткие слова длинным.

Пишите это...	...вместо этого
Сейчас	В настоящий момент
Начать	Инициировать
Показать	Продемонстрировать
Закончить	Окончательно утвердить
Ускорять, продвигать	Форсировать
Применять	Использовать, задействовать, утилизировать
Размещать	Рассредоточивать

Выбор длинных слов, зачастую гораздо более абстрактных, может говорить о том, что вы не поработали над тем, что хотите сказать. Если же вы доходили до сути и продуывали свою мысль, то вам, скорее всего, будет нетрудно выразить ее просто.

Вот как Бернард Шоу, выступив в качестве музыкального критика, описал свою реакцию на новое произведение: *«Я сделал со своими ушами то, что я делаю с глазами, когда тарашусь на что-нибудь»*. Шоу понял, насколько необычной была его реакция, и нашел, как описать ее коротко и ясно.

Шекспир передавал самыми простыми словами наиболее глубокие эмоции. Король Лир так говорит о зверском убийстве своей любимой дочери:

...Мою

Бедняжку удавили! Нет, не дышит!

Коню, собаке, крысе можно жить,

Но не тебе. Тебя навек не стало.

*Навек, навек, навек, навек, навек!**

Reader's Digest однажды опубликовал заметку о силе коротких слов. В последнем предложении, к удивлению читателей, говорилось, что ни одно из слов в этом красноречивом трехстраничном эссе не содержало больше одного слога**.

3. Пишите в действительном залоге и от первого лица

Хорошие писатели выбирают активный залог вместо пассивного везде, где возможно, — а возможно это в большинстве случаев. *Активные* глаголы добавляют энергии и живости в текст, потому они так и называются.

Эта простая практика поможет вам улучшить текст, сделав его более индивидуальным и выдвинув на первый план личность. Употребление страдательного залога или безличных предложений скрывает того, кто говорит или действует. Активный залог, напротив, его демонстрирует.

Страдательный залог, безличные формы

Личные формы

Рекомендовано

Мы рекомендуем

Следовало сообщить ему

Отправьте Алису сказать ему

Совершаются жертвоприношения, однако общее количество участников абсолютно не идентифицируемо

Мы видим, что люди совершают жертвоприношения. Сколько людей?

Мы не можем сказать точно

* Перевод Б. Пастернака. *Прим. пер.*

** В английском языке много односложных слов, представляющих разные части речи. В русском число подобных слов не так велико, многие грамматические формы добавляют к ним слоги, и данный эксперимент не мог бы занять три страницы. *Прим. ред.*

В деловой переписке мы нередко используем страдательный залог по той простой причине, что за годы учебы наши педагоги приучили нас им пользоваться*. Однако есть множество способов избежать таких форм. Вот типичный пример безличной конструкции и варианты замены.

Желательно, чтобы вы прислали своего представителя на нашу конференцию.

Мы очень надеемся, что вы пришлете своего представителя...

Не затруднит ли вас прислать своего представителя...

Кто-нибудь, представляющий вашу компанию, очень помог бы...

Не могли бы вы подумать над тем, чтобы прислать своего представителя?..

Вы видите, как мог бы нам помочь представитель вашей компании...

Без представителя вашей компании наша конференция много потеряет...

Вы можете возразить, что все эти варианты выражают не одно и то же. Так и есть. И это еще одно преимущество активного залога: он побуждает вас задуматься и определить, что конкретно вы имеете в виду.

4. Избегайте абстрактных прилагательных и наречий

В одной служебной записке говорилось, что неудачное завершение проекта было «обоснованно неожиданным». Обоснованно? Как же оно могло быть неожиданным? Или автор имел в виду, что некий разумный человек не имел оснований ожидать подобной развязки? В зависимости от цели можно было бы гораздо яснее написать:

Некоторые из нас ожидали такого результата.

* Здесь идет речь об особенностях преподавания английского языка. *Прим. ред.*

Или:

Хотя я не предполагал такого завершения проекта, я не слишком ему удивился.

Уточняйте то, что намерены сказать:

Абстрактно	Точно
Большой перерасход	Перерасход \$10 000
Немного отстает от графика	Опоздал на один день

Некоторые рекомендуют отсеивать прилагательные и наречия в принципе. Мы не советуем этого делать. Прилагательные и наречия — части речи, которые нужны для более точного выражения мысли.

Однако мы разделяем их на «ленивые» и «действенные». Первыми до такой степени злоупотребляют в разных контекстах, что они становятся клише:

<i>Очень хорошо</i>	<i>Вполне заслуженно</i>
<i>Большой успех</i>	<i>Совершенно точно</i>
<i>Чрезвычайно любезны</i>	<i>Жизненно важно</i>

«Действенные» прилагательные и наречия акцентируют внимание на важных моментах:

<i>Немедленно принято</i>	<i>Утомяющая речь</i>
<i>Крошечная прибавка</i>	<i>Блестящая презентация</i>
<i>Грубо отказано</i>	<i>Черный кофе</i>
<i>Влажное рукопожатие</i>	<i>Непонятные инструкции</i>
<i>Короткая встреча</i>	<i>Ясные рекомендации</i>

Выбирайте те прилагательные и наречия, которые более точно передают смысл, но не делайте из них лишь восклицания.

5. Пользуйтесь доступным для понимания языком

Повсеместное употребление профессионального жаргона говорит скорее о страхе, чем о высокомерии, предполагает палеонтолог из Гарварда Стефан Гоулд, автор девятнадцати книг. «Большинство молодых ученых привыкают употреблять жаргонизмы из боязни, что в противном случае их руководители и те, кто способствует их продвижению, сочтут их несерьезными. Я не верю, что кто-то пишет такими словами из-за того, что сам так хочет».

Избегайте технического и бизнес-жаргона. Всегда можно найти простое слово, обозначающее то же самое понятие, что и эти причудливые расплывчатые абстракции. В последнее время мы часто слышим «проактивный». Чем хуже слово «активный»? Или, что гораздо лучше, — «инициативный», «берущий на себя инициативу»?

Далее: «автономный режим». «Давайте перейдем в автономный режим работы», что означает «обсудим это позже, не на заседании». Слово «реинжиниринг», похоже, всерьез и надолго обосновалось в текстах, не имеющих ничего общего с инженерами. Все, что подверглось каким-либо изменениям, теперь обозначается «реинжинирингом». Мы бы даже могли, не вызвав у многих недоумения, заявить, что «провели реинжиниринг» этой книги. Возможно, фраза о том, что мы увеличили объем издания и обновили данные, и привлечет меньше внимания, но поймете вы из нее однозначно больше.

Распространение такого языка даже породило игру Buzzword Bingo, в которую охотно играли во многих офисах*. Игроки тайно следили за тем, какие бизнес-жаргонизмы

* Игра по своей сути во многом напоминает лото: бинго-карточка заполняется модными словечками, которые зачеркиваются по мере их произнесения выбранным объектом. Побеждает тот, кто раньше других зачеркнет вертикальный или горизонтальный ряд. В России пока не получила особой популярности. *Прим. ред.*

произносят их боссы в ходе заседания, например, и старались первыми в переговорной комнате заполнить бинго-карточку, на которой были написаны наиболее популярные в компании словечки. Победитель выдавал себя, конечно, не возгласом «Bingo!», а скорее сдержанным кашлем.

Мы часто убеждаем людей писать так, как они говорят. Но игры вроде Buzzword Bingo указывают на порочную тенденцию: все больше людей из бизнес-среды говорят именно так, как пишут. Ниже приведены некоторые слова и фразы, которые появляются на бинго-картах, а справа даны варианты их замены из обычной лексики.

Бизнес-жаргон	Привычные слова
Координировать	Обсуждать, встречаться, работать
Воздействовать	Влиять
Модальность	Способ, метод
Ограниченный в ресурсах	Нехватка людей (денег)
Стимулировать	Побуждать
Компетенция	Способности, возможности, умения
Множество решений	Решения
Результативный	Эффективный, дающий результат
Многозначительный	Истинный, весомый, значимый
По моему суждению	Я думаю
Приведение к завершению	Окончание
Неоптимальный	Далекий от идеала, нежелательный
Превысить допустимые возможности	Выйти за рамки
Анализировать (под микроскопом)	Внимательно изучать, исследовать
Рассматривать (в телескоп)	Наблюдать за
Проведение мониторинговых рабочих совещаний	Проверка, работа

Когда бизнес-жаргонизмы появляются в тексте, становится очевидным, насколько их употребление нежелательно:

Бизнес-жаргон

Считается, что с параметрами, которые определены вашим менеджментом, развитие осуществляемой программы может быть остановлено. В конечном итоге, если наш проект заключается в том, чтобы воздействовать на потребителя наилучшим образом, то это может повлечь за собой необходимость серьезного взаимодействия с вашим руководством.

Привычные слова

Мы полагаем, что установленные менеджментом лимиты могут привести к остановке эффективного проекта. Если мы хотим добиться цели, то просим ваше руководство прислушаться к нашему предложению.

Первое обращение написано в многословном и резком стиле. Это то, что Элвин Уайт называет «увечным языком» — он наносит ущерб смыслу. Стиль второго обращения четок и внятен, он лишь проясняет значение ваших слов.

6. Будьте предельно конкретны

Роковая ошибка при написании бизнес-текстов — чрезмерное обобщение. Писатель имеет в виду что-то конкретное, но не говорит об этом. Читателям же остается только догадываться, что именно он хотел сказать. Некоторые могут отнестись к этому лояльно, но тот, кто настроен равнодушно или скептически, может так и не извлечь из текста важной информации.

В первом проекте письма-отчета серии образовательных семинаров в Вайоминге, адресованного спонсорам, говорилось:

Наша последняя программа имела огромный успех. Мы привлекли из разных мест больше студентов, чем когда-либо прежде.

Читатель, не зная, является ли рост числа студентов единственным доказательством преимущества программы либо же одним из многих, и не найдя конкретной

информации, вынужден поверить в это абстрактное при-
тизание на успех.

Отредактированное письмо гласит:

Число зарегистрированных участников увеличилось вдвое и составило 560 человек. Студенты приехали из Вайоминга и 27 других штатов, а также из Германии и Канады.

Теперь в успехе программы можно не сомневаться — данные говорят сами за себя.

7. Выбирайте верные выражения

Вы должны знать точное значение каждого слова, которое употребляете. Вот примеры некоторых слов, часто вызывающих затруднения*:

Гарантийный — содержащий гарантию, служащий гарантией: *гарантийный (-ая, -ое, -ые) ремонт, мастерская, страхование, срок, обязательство, паспорт, ценные бумаги.*

Дипломатический — относящийся к дипломатии и к дипломату: *дипломатический (-ая, -ое, -ие) представитель, отношения, служба, корпус, этикет, неприкосновенность, скандал; а также тонко рассчитанный, ловкий, уклончивый: дипломатический ответ, поступок, шаг, ход.*

Исполнительный — относящийся к исполнению: *исполнительный орган, комитет; исполнительная власть; а также старательный: исполнительный работник, секретарь.*

Гарантированный — поддержанный законом, приказом: *гарантированные права, гарантированная оплата; а также обеспеченный — в сочетании со словами: доход, заработок, отдых, старость, будущее.*

Дипломатичный — то же, что дипломатический во втором значении: *дипломатичный ответ, поступок, шаг, ход; а также осторожный, мягкий, вежливый: дипломатичный человек.*

Исполнительский — относящийся к исполнению художественного произведения (муз., лит., театр.): *исполнительский стиль, состав; исполнительское мастерство.*

* Здесь примеры из английской лексики заменены русскими аналогами.
Прим. пер.

Логический — относящийся к логике как науке: *логические категории, логический закон*; также основанный на законах логики: *логическое доказательство, мышление*; а также закономерный: *логический вывод, конец*; *логическая связь*.

Максималистский — проявляющий чрезмерную крайность: *максималистские требования, лозунги, настроения, выходки*.

Обосновать — подкрепить доказательствами: *обосновать точку зрения, гипотезу, претензию*.

Освоить — вполне овладеть чем-нибудь, научившись пользоваться: *освоить производство, профессию, технологию*; также воспринять, запомнить: *освоить материал, тему, язык, сообщение*; а также обжить: *освоить участок*.

Предоставить — отдать в распоряжение, пользование: *предоставить заем, кредит, свободу, слово, возможность*; а также дать право, возможность сделать: *предоставить решить дело, вести спор, определить цену*.

Логичный — то же, что логический во втором значении: основанный на законах логики: *логичный вывод*; *логичные доводы*: также поступающий, рассуждающий правильно, последовательно: *логичный человек*; *быть логичным*; а также последовательный, разумный: *логичный вопрос, ход, шаг, ответ*; *логичное поведение*.

Максимальный — наибольший, наивысший: *максимальный объем, размер*; *максимальное количество, напряжение, внимание*.

Основать — положить начало, учредить: *основать город, музей, театр*; а также построить на основе чего-либо: *основать взгляды, выводы, теорию, надежды на чем-либо: на знании, предположении, недо-разумении и т. д.*

Усвоить — сделать свойственным, привычным для себя: *усвоить взгляды, привычку, тон*; также поняв, запомнить как следует: *усвоить книгу, лекцию, теорию*.

Представить — доставить, предъявить, сообщить: *представить отчет, проект, характеристику, свидетеля, соучастника*; также познакомить: *представить гостя, лектора*; также выдвинуть, предложить: *представить к награде, к ордену, к званию, на соискание премии*; также причинить, создать: *это не представляет затруднений*; а также воспроизвести, показать, изобразить: *представить походку, манеру говорить*.

Тема — предмет, основное содержание: *тема доклада, фильма, беседы, спора.*

Факт — событие, явление, случай, реальность: *изложить факты; исторический факт; возмутительный факт; а также наличие чего-либо: факт существования, борьбы, победы, обмана, участия.*

Циклический — совершающийся циклами, законченными периодами: *циклическое развитие, движение; а также составляющий цикл, законченный круг, систему: циклическая система летосчисления; циклические музыкальные формы.*

Тематика — совокупность тем: *научная тематика; литературная тематика; тематика симпозиума.*

Фактор — момент, существенное обстоятельство в каком-нибудь процессе, явлении: *учитывать фактор времени; немаловажный фактор; фактор внезапности.*

Циклический — то же, что циклический в первом значении: *циклическое развитие; а также построенный на повторяющихся кругах операций, работ: циклическая организация работ; циклический график.*

Будьте внимательны и всегда обращайтесь внимание на разницу в значениях слов. Когда вы путаете такие слова (они называются паронимами), читатель может прийти к выводу, что вы не в состоянии ими оперировать. Неграмотность не прибавляет уважения.

8. Совершенствуйте текст

Никаких опечаток, ошибок в орфографии, числах и датах. Если ваше письмо грешит этим, то, пусть даже недостатки и кажутся вам незначительными, читатель, который их заметит, может не без оснований засомневаться, действительно ли вы серьезно относитесь к тому, о чем пишете. Орфография — отдельный и важный вопрос. Грамотные люди бывают весьма нетерпимы, а ваш читатель вполне может оказаться одним из них.

Всякий раз, когда сомневаетесь в написании слова, проверяйте его в словаре или доверьте проверку написанного тому, кто в ладах с орфографией. Компьютерная проверка

правописания, безусловно, помогает, но у этого способа есть свои недостатки (о чем подробнее рассказывается в главе 3).

9. Переходите к сути

Однажды Уинстон Черчилль* произнес что-то вроде «во Франции складывается очень серьезная ситуация». На самом деле это следовало понимать как «новости о Франции просто ужасны».

Если руководитель сообщил в докладе, что «расширение мощностей за счет роста продаж столкнулось с проблемами в инженерной сфере, оказывающими негативное воздействие на прибыль», то это надо понимать так: «Прибыли нет, поскольку инженерные проблемы не позволяют наращивать производство так же быстро, как растут продажи».

Потратьте время на то, чтобы определить суть вашего сообщения и найти способ выразить это простыми предложениями. Вспомните о человеке, который извинился за то, что написал длинное письмо, потому что не было времени написать короче.

В пенсильванском Геттисберге есть адрес из 266 слов. А самое короткое предложение в Новом Завете — «Иисус прослезился».

10. Пишите просто и естественно — так, как вы говорите

«Бен, — обращается к коллеге один офисный работник, — если вам понадобится совет, просто спросите меня». Его реплика из восьми слов ясно и четко выражает его мысли. Любой может их понять. Есть ли смысл что-то добавлять?

* Уинстон Черчилль (1874–1965) — британский государственный и политический деятель, премьер-министр Великобритании в 1940–1945 и 1951–1955 гг.; военный, журналист, писатель, лауреат Нобелевской премии по литературе (1953). *Прим. ред.*

Вот пример избыточного письменного извещения:

В том случае, если руководство, высланное вам, не сможет ответить на все ваши вопросы, вам следует сообщить об этом, чтобы получить дополнительные инструкции.

Послание, которое изначально состояло из восьми слов, теперь выглядит тяжеловесным и напыщенным.

Многим американцам внушают, что письменная и устная речь различаются. Они учатся писать в формальном, холодном стиле и избегают всего, что звучит естественно, как разговорная речь.

Чопорно	Естественно
Имеется четыре причины, по которым...	Есть четыре причины...
Необходимо отметить, что...	Важно то, что...
Визит, посещение	Приезд

Обратите внимание, как часто об успешно написанном тексте кто-нибудь говорит: «Это как будто ее/его слова». Значит, написанное вами должно походить на то, что вы сказали бы в ситуации, когда мысли в порядке, синтаксис четок, словарный запас достаточен и, наконец, когда уже просто невозможно сказать лучше.

Первый шаг к этой цели — употребление только тех слов и выражений, которыми бы вы разговаривали с вашим читателем тет-а-тет. Если же ваше письменное сообщение совсем не походит на то, что вы говорите вслух, зачем вы вообще его произвели? (Некоторые люди, как мы заметили, пишут как говорят, но при этом их устная речь запутывается. Они могут спокойно пропустить этот пункт.)

Тон и стиль вашего письма будут меняться в зависимости от читателя. Так, с президентом страны вы бы разговаривали более официально, чем со своим дядей. По той же причине письмо главе государства должно быть более

формальным, чем письмо родственникам. Но и оно должно звучать так, как если бы вы проговаривали вслух то, что в нем написано.

11. Избегайте слов, без которых можно обойтись

В песне поется: «Нежно, как на восходе солнца...»*. Ринг Ларднер объясняет такую поэтичность тем, что это явление — полная противоположность вечернему закату или полуденному солнцу. Можно прибегать к образности языка, когда вы пишете песню, но в иных случаях откажитесь от излишней выразительности:

Не пишите	Пишите
Улучшенный план	План
Совершать действие	Действовать
Равно как и	Наравне с
Организовать встречу	Встретиться
Прорабатывать	Изучать
Актуальные инновации	Инновации
Консенсус	Единомыслие
В настоящий момент	Сейчас
До того момента, как	До того, как
В преобладающем большинстве случаев	Чаще всего, обычно
Локально	В частности
Вы не осведомлены о том, что	Вам неизвестно, что
Комплексный план	План
Относительно (касательно) того, что	О том, что
По причине того, что	Из-за того, что
В случае, если	Если
Для того, чтобы; с целью, в целях	Чтобы
Несмотря на тот факт, что	Хотя
Ввиду того, что	Поскольку

* В оригинале фраза звучит как «Softly, as in a morning sunrise». *Прим. ред.*

12. Не пренебрегайте нормами литературного языка

Несколько лет назад один копирайтер, пытаясь убедить большее количество людей читать *The New York Times*, написал такое предложение в рекламном тексте:

Он всегда действовал так, вроде как зная, о чем говорит.

Кто-то в редакции высказал свое мнение по поводу «вроде»: «Да, полагаю, что использование этих словечек стало повсеместным в последние десять-двенадцать лет, но я не считаю, что наше издание должно быть в числе пионеров этого движения».

Количество «пионеров» с момента первого издания этой книги только умножилось, но мы настоятельно рекомендуем вам не пополнять их ряды. Просторечные слова часто режут слух. Если бы копирайтер написал: «Он всегда действовал так, как если бы знал, о чем говорит», это восприняли бы и как естественную фразу, и как грамотную.

Есть старое доброе правило, очень простое: не используйте «вроде» и «как бы» там, где возможны более официальные эквиваленты «как если бы» и «как будто».

13. Не пишите как адвокат или чиновник

Юристы говорят, что должны писать друг другу на подобном языке:

BLANK Corporation, корпорация, учрежденная в соответствии с законодательством штата Новый Южный Уэльс, считает необходимым разрешить владельцам ее акций, являющимся резидентами или гражданами США, их территорий и владений («Американским владельцам») принять участие в Плане реинвестирования дивидендов* (DRP) на тех же условиях, которыми воспользовались и другие

* Dividend Reinvestment Plan (DRP) — перевод компанией дивидендов своих акционеров в банк, который вкладывает полученные суммы в новые акции.
Прим. ред.

акционеры («Неамериканские держатели АДР»^{*}), а также определить, с помощью каких держателей АДР (об этом пойдет речь ниже), являющихся резидентами или гражданами США, их территорий и владений («Американские владельцы АДР»), можно косвенно участвовать, через Депозитарий, в DRP. С этой целью BLANK Corporation приняла поправки к системе DRP (в конечном варианте она упоминалась как «Измененная DRP») (копия прилагается к настоящему документу), чтобы позволить вышеупомянутым владельцам участвовать в DRP.

Юристы утверждают, что такой язык наиболее четок, недвусмыслен и наилучшим образом подходит для составления контрактов и иных документов. Вполне возможно, но мы полагаем, что те же самые мысли могли бы быть выражены более кратко и ясно:

BLANK Corporation считает необходимым предложить держателям акций, являющимся резидентами или гражданами США, принять участие в Плане реинвестирования дивидендов (DRP) на тех же условиях, что и для неамериканских акционеров. В программе будут участвовать и держатели АДР (как указано ниже).

BLANK Corporation внесла соответствующие поправки в DRP; исправленная версия документа прилагается.

Если некоторые особенности юридического языка еще можно оправдать, то вот оправдания канцеляриту не существует. Признаками канцелярита принято считать длинные формулировки, аббревиатуры, отглагольные существительные, расщепленные сказуемые, огромное количество пунктов и подпунктов в тексте, а также бизнес-жаргонизмы.

Пытаясь избавиться от канцелярита, постарайтесь записывать то, что вы сказали бы читателю в разговоре лицом к лицу. Не волнуйтесь, если результат покажется вам несерьезным. Как только вы поймете, как высказать

^{*} Американские депозитарные расписки (АДР) — обращающиеся на американском фондовом рынке производные ценные бумаги на акции иностранных компаний. *Прим. ред.*

основную идею обычным языком, то сможете подстроить стиль письма под соответствующий уровень формальности. Чтобы вырваться из канцелярита, исключите из текста латинские выражения, если вы их употребляете. Например, не стоит писать N.B.! (Nota bene!), когда вы хотите привлечь внимание читателя на важный пункт. Это допустимо только в подчеркнута официальных или юридических документах и не приветствуется в заголовках и названиях.

14. Помните о том, чего читатель не знает

Читатель редко знает, к каким выводам подводит его автор и что именно хочет сказать. Не стоит полагать, что люди могут читать ваши мысли так, как они читают ваше письмо или документ. Всегда помните, с чем читатель знаком — с какой справочной информацией, какими фактами, техническими терминами.

Следите за аббревиатурами. Возможно, их кто-то не поймет? Может, они покажутся неоднозначными даже тем, кто знаком с ними?

«К» обозначает тысячу в США, «М» — миллион в Англии.

«9/12» обозначает 12 сентября в США и 9 декабря в Европе.

Если без аббревиатур никак не обойтись, сразу же расшифровывайте их. «Цена за тысячу показов (СРМ)* — тот показатель, за которым мы будем следить в ходе этого проекта».

15. Будьте осторожны с пунктуацией

Главная задача знаков препинания схожа с функцией дорожных знаков: они помогают читателю ориентироваться

* Cost per mille (thousand) — модель взаимоотношений с рекламодателем, которая предусматривает фиксированную оплату за тысячу показов рекламы.
Прим. пер.

в предложениях. Пропущенная запятая, лишняя или поставленная не там, где надо, может ввести читателей в заблуждение или поменять смысл предложения.

Вот довольно банальный пример, который тем не менее доказывает роль пунктуации*:

Уйти, нельзя остаться.

Сюда же можно отнести такие фразы, как «говорить нельзя сказать», «любить нельзя использовать» и т. д.

Обычная ошибка в бизнес-текстах — использование кавычек для выделения: *этот крепеж обладает «особым» пределом прочности*. Когда глава компании выделил кавычками слово в важном документе, его помощник поинтересовался, почему он так сделал. Тот ответил, что хотел тем самым подчеркнуть точность написанного. Помощник спросил, не нужно ли в тех же целях регистрироваться в отеле как Джон Дергин с «женой».

Существует масса словарей и справочников, которые помогут вам сориентироваться в вопросах пунктуации и понять разницу между двоеточием, тире и точкой с запятой.

16. Лучше преуменьшайте, а не преувеличивайте

Никогда не лгите читателю и не преувеличивайте, если только не делаете это открыто с целью произвести впечатление. Гораздо убедительнее преуменьшить, чем преувеличить. Одно лишь доказательство того, что вы говорите неправду, — и это ставит под угрозу все дело. Хотя, конечно, трудно устоять перед соблазном раздуть факты, чтобы обосновать свою позицию. Можно также обсуждать наполовину правдивые новости, пытаясь избежать необходимости говорить о плохих.

* Здесь примеры из английской лексики заменены русскими аналогами.
Прим. пер.

Всякий раз, испытывая подобное искушение, напомните себе, что умные читатели держат ухо востро и редко попадают в ловушки. Из этих же соображений используйте в тексте десятичные дроби и не обозначайте 6,7 оборота — «почти семь» или «больше шести с половиной».

Писатель Генри Менкен всю жизнь хранил запечатанный конверт, который открыли, только когда он скончался и нужно было составить некролог. Послание, заключенное в конверте, гласило: «Не переборщите».

17. Пишите так, чтобы вас не могли понять неправильно

Мало составить понятные вашему читателю предложения и абзацы. Надо тщательно проверить те пункты, которые могут быть неправильно поняты.

Реферат студента начинается со следующих слов:

Моя мать принимала активное участие в Законодательном собрании штата Калифорния.

Некоторые читатели могут не понять причины такой активной гражданской позиции.

Неоднозначность часто возникает из-за какого-то одного предложения, которое несет смысловую нагрузку. Но если такое предложение разделить, это может творить чудеса.

Вот заявление из отчета Комиссии по ядерной регламентации США:

Было бы целесообразно как можно скорее рассмотреть вопрос изготовления приборов, которые могли бы обеспечить индикацию уровня жидкости в реакторе.

Если разделить предложение на две части, связанные по смыслу с соседними предложениями, то мысль будет восприниматься легче:

Мы должны быстро наладить получение датчиков лучшего качества. Хорошие датчики точно покажут, сколько жидкости находится в корпусе реактора.

18. Пишите привычным языком даже тексты по узкоспециальным вопросам

Одни из наиболее сложных финансовых продуктов связаны с аннуитетами*. По итогам исследования, проведенного среди инвесторов, только у 20% из них есть понимание по этому вопросу. Документы настолько запутанны, что в какой-то момент Комиссия по ценным бумагам и биржам США потребовала писать их «понятным языком», чтобы читатели могли адекватно воспринимать написанное. The Wall Street Journal так прокомментировала это правило: «Избавьтесь от громких слов».

Один из служащих Prudential Investments, чьей обязанностью было переписывать планы по страховым аннуитетам, получил следующее указание: писать так, как если бы он управлял свои тексты кому-нибудь, кого знал лично, — скажем, бабушке и дедушке.

Чем более узкоспециализирован ваш материал, тем меньше вероятность, что читатель поймет его, если только вы не переведете текст на адекватный язык. Исключение составляет тот случай, когда и читатель, и автор специализируются в одной области. Рекламная кампания New York Telephone подтверждает это различие. В одном из рекламных объявлений директор компании по телекоммуникациям общался с другими специалистами на профессиональном языке:

Учитывая стратегическое значение нашей телекоммуникационной инфраструктуры, способность сети сохранять работоспособность при отказе отдельных местных линий связи далека от идеала.

* В данном случае, судя по всему, речь идет о страховом аннуитете — обобщающем понятии для всех видов страхования ренты и пенсии; его суть заключается в том, что страхователь вносит страховому учреждению определенную сумму, а затем в течение нескольких лет или пожизненно получает регулярный доход. *Прим. ред.*

В том же объявлении глава компании обратился к более широкому кругу людей и объяснил то же самое в другом стиле:

Если сеть выходит из строя, компании приходит конец.

То, что Business Week называет *технической терминологией*, на самом деле ухудшает понимание сказанного. «Обычный язык, — констатирует журнал, — не используется при составлении большинства инструкций, которые прилагаются к электронике».

Если вы пишете с целью ввести читателей в курс дела, проверьте текст на некоторых из них. Выяснить, что им понятно, а что нет, — бесценная помощь при редактировании. Это поможет вам отделить удачный вариант от провального.

Запутанные тексты выглядят неискренними, а усилия, затраченные на установление контакта с читателем, оказываются напрасными. Еще хуже — попытка сказать нечто, чего люди не хотели бы услышать, преднамеренно сложным языком.

- Няня, уронившая ребенка, сослалась в своем отчете на «непредусмотренные действия со стороны младенца».
- Составляя текст на основе пресс-релиза ВВС об испытании новой ракеты, журналист написал, что «примерно через 70 секунд после запуска произошли отклонения от нормальных показателей, в результате чего служба безопасности сочла необходимым предпринять действия по уничтожению».

В последнем примере, как мы видим, скрывается тот факт, что с ракетой что-то пошло не так и ее вынуждены были взорвать. Плохие новости не становятся лучше от того, что делаются непонятными. Да, они могут не понравиться читателям, когда вы излагаете их доступным языком. Но удовольствие не будет связано с подозрением, что вы стремитесь что-то утаить.

Прочтите удивительный бизнес-бестселлер Спенсера Джонсона *Who Moved My Cheese?** Это простая, почти банальная история о двух маленьких мышках и двух маленьких человечках, которые живут в лабиринте и каждый день находят сыр, а также о том, как они реагируют на то, что однажды сыра в лабиринте не оказывается. В рецензии *Fortune* говорится, что ключевые идеи этой книги — о том, что следует подготовиться к изменениям, принять их и наслаждаться ими — высказываются очень живым и простым языком. *Fortune* приводит для сравнения выдержку из книги четырех консультантов по менеджменту:

Компании удается конкурировать на всех рынках присутствия благодаря тому, что она финансирует за счет заемного капитала свои конкурентные преимущества и не вполне осязаемый эффект экономии на масштабах (иными словами, оплачивая за счет займов постоянные издержки в целях создания нематериальных активов).

По своей сути столь пространное предложение схоже с тем, что прозвучало в книге *Who Moved My Cheese?*

Каждый день мыши и человечки проводят время в лабиринте и ищут свой сыр.

Эта книга действительно рассказывает о том, что происходит в бизнес-кругах, а руководители крупных компаний покупают тысячи экземпляров этого издания. Зачем? Она акцентирует внимание на важных вещах и написана простым языком. Как говорит профессор *Harvard Business School* Джон Коттер, автор «написал кое-что, что действительно может заинтересовать людей». Он показал кое-что, что на самом деле *работает*.

* Издана на русском языке: Джонсон С. Познай свою мечту, или Где мой сыр? — М. : Попурри, 2009. *Прим. ред.*

Каково ваше состояние, или Что обычно говорят люди

В повседневной жизни люди не всегда говорят просто и понятно. Так, врач, спрашивая по телефону пациента: «*Каково ваше состояние после операции?*» — хочет узнать лишь, может ли тот самостоятельно добраться до офиса. Синоптики обычно говорят не *торнадо*, а *ураганная активность*, а метеорологи именуются у них *обильными осадками в виде снега*.

В бизнес-лексике подобных примеров масса:

Бизнес-лексика	Обычно говорят так
Ограниченные ресурсы	Мало людей для выполнения работы
В августовский период	В августе
Поручено организацией	Постановили
Дважды обратить внимание	Подчеркнуть
Детально исследовать	Анализировать
Определить область применения	Проверить
Ввести в эксплуатацию	Запустить в работу
Увеличить численность персонала	Нанять больше людей
Нехватка временных ресурсов	Недостаток времени

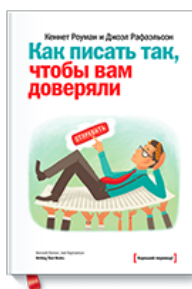
Или вот еще пример:

«Краткосрочные расходы на поддержание своего участия в бизнесе плюс возможная стоимость оптимального распределения ресурсов» вместо «стоимость участия в бизнесе плюс те деньги, которые мы могли бы потратить на другие цели».

Рассмотренный нами стиль речи присущ, как правило, менеджерам среднего звена. Редко можно услышать нечто подобное от СЕО, который с высоты своей позиции не стремится впечатлить людей, а больше обеспокоен иными, более масштабными целями.

Впрочем, среди всех этих выражений есть и те, что уже укоренились в языке, хотя изначально вызывали неприятие. Так, например, довольно широко используются слова

отклонения от прогноза или метрика. Стоит ли их использовать? Сложно ответить на этот вопрос однозначно. Прежде всего спросите себя, чего вы хотите добиться своим текстом: быть понятым читателями или произвести впечатление?



[Почитать описание, рецензии
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

