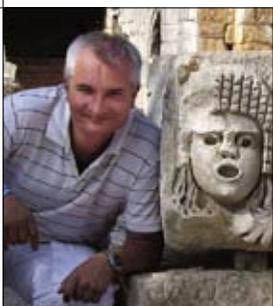


СОКРАТИТЕ РЕЧЬ: ПРИГОТОВЬТЕСЬ К ЭПОХЕ TWITTER.

12 ПРИНЦИПОВ СОКРАЩЕНИЯ ТЕКСТА ПРИ СОХРАНЕНИИ ЕГО ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СИЛЫ



Виталий Ильинский
(Москва) — икар-
тренер, бизнес-
консультант. Контакт:
www.ikaering.ru,
ilinsky@ikaering.ru,
info@ikaering.ru

Multum in parvo — «многое в малом». Древние знали толк в краткости. Информацию обо всей жизни жителя Средневековья современный человек может получить сегодня за день. Естественно, он защищается от бесконечного неструктурированного потока данных. Текст мы все чаще читаем с экрана — а экран маленький. В Twitter сообщение ограничено длиной 140 знаков. Длинную эсэмэску ваш адресат тоже может не прочитать.

Искать краткость надо там, где самая большая расплата за неисполнение коммуникации. Это уже было на выставках: либо ты говоришь коротко и выразительно, либо посетитель уходит. Или у военных: невозможно говорить длинными предложениями

в танке во время боя. Пр пр напр обр пр сопр — что это? Закон Ома по-военному: сила тока прямо пропорциональна напряжению и обратно пропорциональна сопротивлению. Достаточно один раз услышать и повторить — запомнишь навсегда.

Краткость нужна на стройке или в порту, где надо, чтобы голос пробился сквозь шум, и слышится только: «вира — майна!» Критические ситуации на море породили сигнал бедствия SOS — набор внятно различимых ритмических повторений: три точки, три тире, три точки...

Понятно, что есть пределы лаконичности, за которыми теряется полнота смысла. Итак, назрел вопрос: как оставить речь живой при максимальном сокращении? Как не засушить ее, сжав до предела?



Символ популярного микроблога Twitter — птичка на фоне неба



От общих слов — к конкретике

«У нас множество дилеров в разных регионах»... Применение слов «множество», «все», «всё», «любой», «каждый» выключает внимание. И даже более конкретное заявление: «У нас более 20 дилеров» — вынуждает переспросить: «А сколько точно?» Точность определяет уровень доверия к тексту. Так сколько же у вас точно дилеров? Может, пора наконец пересчитать?



Минимум оценочных прилагательных и наречий — максимум глаголов

Глаголы — мускулы речи. Глагол рождает картинку. И понимается слушателем, по оценкам психофизиологов, за 0,07 секунды (существительные и прилагательные — за 0,4 секунды!). Вместо фразы: «У нас очень качественный стык на столешнице» — лучше сказать: «У нас стыки — ногтем проводишь — не щелкает!»



Удалите все преувеличения

Слова «очень», «самый», «единственный в мире» и подобные им должны исчезнуть. И даже если ваше предложение действительно «единственное в мире» — люди не верят. Кстати, насчет «действительно»...



Удалите все «действительно», «на самом деле»

Этими словами вы бессознательно хотите вызвать доверие читателя, но делаете речь

навязчивой и многословной. Вместо преимущества получаете недостаток.



Выделите ключевые слова, оставьте только их и перепишите текст

Сделайте именно так, как написано, тут добавить нечего.



Разбейте текст на простые предложения и удалите ненужные

Это поможет. Также разбейте большие абзацы на малые, не более 2—4 строк. Помните: фразы более 13 слов нефизиологичны. Человек держит внимание не более 5,5 секунды. Потом ему нужен «вдох-выдох».



Запрет на слова «который», «является»

Вместо них ставьте тире. Список сокращений, который мы вам привели, является ценным дополнением в вашей работе. Ой! Не так! Приведенный список сокращений — ценное дополнение в работе.



Замените длинные слова на короткие синонимы

Коммуницировать — беседовать, говорить. И даже если вы готовы поспорить, что это не одно и то же и коммуникация

бывает не только беседой. Да-да, конечно... И при этом лучше говорить короче и по-русски! То есть лучше не коммуницировать.



Сделайте неритмичную речь ритмичной

Биссектриса — это крыса, которая бежит по углам и делит их пополам. Стихотворная форма живет и работает в радиорекламе, где вас успевают убедить в достоинствах товара всего за 15 секунд: «Пицца, пицца, пицца, и слюнки потекли. Нельзя не соблазниться — ресторан “Бон Апети”» (Андрей Кислюк, Санкт-Петербург). Даже если вы не используете рифму — ясно ощущаемая структура текста задает ритм.



Используйте списки

Список структурирует послание. Важно, чтобы он не был длинным — больше 5 пунктов запоминаются плохо. Например, 5 причин, почему есть смысл купить эту кухню. Список сильнее, если он критериялен: «5 критериев правильной кухни». Во-первых, не видно наружных креплений на боковых стенках. Во-вторых... Понятно?



Текст оживает, если вместо утверждений поставить вопросы

А лучше — вопросы-парадоксы. Вот вы, читатель, почему вы носите с собой рекламу «Службы спасения бетона»? Заинтригованы? Да это простая десятирублевка с изображением красноярского коммуналного моста! Они его отремонтировали в 2004 году. С тех пор Гознак их и рекламирует. Кстати, почему Гознак с апреля 2004 года рекламирует «Службу спасения бетона»?



Разговорная интонация — способ не засушить текст при сокращении

«Третий раз звонишь. Короткие гудки. Сколько можно болтать? Четвертый раз. Занято. Неправильно положили трубку? Нервничаешь, злишься. Жмешь на кнопки снова и снова...» Знакомо? Обратите внимание — текст безличен и написан в настоящем времени. Нигде не встречается «ты». Эта форма как скафандр надевается читателем на себя, и он начинает видеть глазами героя и слышать его ушами.

Как сделать текст разговорным? Перекажите его несколько раз своими словами — при этом будьте немного актером: сержант говорит новобранцам, бабушка — внучке, юноша кричит из окна поезда своей девушке... Нужные слова найдутся сами.

Вот вам тренажер сокращения речи: расскажите за 30 секунд, почему я с вами должен общаться. Ваша речь должна меня убедить и зажечь.

А теперь проверка: «лифтовая презентация». За 30 секунд, пока движется лифт, надо рассказать о своем предложении.

Мы использовали такой способ на выставке, презентуя посетителю итальянские краски для мебели. Засеките по секундомеру: «Главное наше преимущество — химия краски. 300 человек в одной банке. Да-да! 300 химиков-технологов создали за 5 лет ее состав. Что это для вас? Где клали три слоя лака — будете класть два, где два — один. Экономите на материале и на переделках. И получаете премиум-вид мебели по цене эконома!» Ну что? 15 секунд.

Успехов в коммуникации! ®

Lürzer's Int'l
ARCHIVE
Ads, TV and Posters worldwide

ALL ABOUT PRINT: ADPRINT FESTIVAL

TM

EUROPEAN COMPETITION
11th EDITION, MARCH 25th-28th 2010
BUCHAREST, ROMANIA
ONLINE REGISTRATION
ENDING FEBRUARY 15TH
WWW.ADPRINT.RO

Marketing
more
el periódico de
lapublicidad

Sostav.ru



RED BOX

adbusiness

xipax

adforum!

ODP
ODP

Marketing
türkiye

Md **MARKETINGdirecto.com**

MarketingWeek

Marketing by

MM **M**

signcare

KREATIV

taboo

HORIZONT

MM

www.marketingmagazin.si



RUSUHOFTLIN BRAND GROWERS™