
В. В. Радаев

КАК НАПИСАТЬ АКАДЕМИЧЕСКИЙ ТЕКСТ¹

Статья поступила
в редакцию
в феврале 2011 г.

Рассматриваются основные правила подготовки и оформления текста, предназначенного для публикации в научном журнале. Даны рекомендации по выбору названия для статьи, планированию работы, выбору жанра публикации, по содержанию основных разделов текста, редакторской обработке написанного.

Аннотация

Ключевые слова: научные журналы, научные публикации, жанры, подготовка рукописи, редактирование.

Начинающие исследователи (студенты, аспиранты, недавние выпускники вузов) часто сталкиваются с трудностями при написании своих первых академических текстов. Во многом они связаны с незнанием весьма простых правил или с неумением их применять. Ибо ничто не дается нам так трудно, как самые простые вещи. Именно о таких простых, но в то же время совершенно необходимых вещах и пойдет далее речь.

Предположим, нам удалось завершить какое-то исследование. Приближается ответственный момент написания первой работы — аналитического отчета, журнальной статьи, учебного эссе: разница между ними не столь велика, как может показаться. Ниже читатель найдет несколько советов и рекомендаций по соблюдению «правил приличия» в этом благородном деле. Никакого исчерпывающего списка требований здесь, разумеется, быть не может. Мы сосредоточимся на наиболее общих правилах или наиболее целесообразных приемах².

Как только мы приступаем к написанию текста, сразу же возникает содержательный вопрос: как сформулировать название

Легко ли придумать заголовок

¹ Данная статья подготовлена на основе материалов книги: Радаев В. В. Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил. М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ: ИНФРА-М, 2001. Гл. 2. С. 12–16; Гл. 3. С. 61–85.

² Есть немало интересных работ, посвященных данному предмету, например: Becker H.S. Writing for social scientists. Chicago; L.: The University of Chicago Press, 1986; Britton J. et al. The development of writing ability. L.: Macmillan, 1975; Elbow P. Writing with power: Techniques for mastering the writing process. N.Y.: Oxford University Press, 1981; Zinsser W. On writing well: An informal guide to writing nonfiction. N.Y.: Harper and Row, 1980. Среди российских работ см., например: Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований: учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 1995. С. 228–235.



работы? Здесь часто спрашивают, а надо ли его вообще формулировать до завершения текста, когда наконец прояснится, что, собственно, мы написали. Действительно, когда работа уже сложилась, придумать к ней заголовок намного проще. Но все же, мне кажется, сделать попытку определения названия следует немедленно. Другое дело, что законченной и отточенной формулировки может не получиться, и это не должно нас расстраивать. В процессе работы эта формулировка может сильно измениться — то ли мы сами «дозреем», то ли старшие коллеги посоветуют (или даже настоятельно порекомендуют) ее подкорректировать. Однако вариант названия лучше иметь с самого начала. Каковы элементарные требования к названию работы? Эти требования сведены нами в следующее правило.

Правило 1. *Название работы должно быть ясным, библиографически точным, содержательно определенным, проблемным, компактным и литературным.*

Первое: формулировка названия должна быть *ясной* по форме, т.е. не должна содержать неудобочитаемых и заумных фраз со словами и словосочетаниями, известными одному лишь автору и узкому кругу приближенных. Больше здесь добавить нечего.

Второе требование чуть сложнее. Название должно содержать *ключевые слова*, которые репрезентируют наше исследование. Этим мы с вами убиваем двух зайцев. Во-первых, люди по названию смогут хотя бы приблизительно понять, о чем идет речь. Во-вторых, библиографическое описание и каталогизация нашей работы будут производиться именно по заголовку. Поэтому если мы озаглавим работу с помощью дежурного клише «Как нам выйти из кризиса» или «Поражение реформ» — а в желающих использовать подобные клише недостатка нет, — то поставим библиографов в тяжелое положение. И они могут выйти из него, поместив описание нашей работы в такие разделы, где коллеги, интересующиеся нашей темой, ее никогда не найдут. Поэтому если мы, например, пишем о женщинах-безработных, не стоит прибегать к названиям типа «Тяжелые судьбы российских женщин» и нельзя упустить из названия слово «безработный». Короче: чем точнее словесный набор в названии работы, тем выше вероятность, что мы попадем в нужный библиографический раздел. К тому же использование штампов ведет к появлению множества статей с одним и тем же или сходными названиями. Не сосчитать, сколько раз мне приходилось встречать в самых разных печатных изданиях клишеобразный заголовок «Большие проблемы малого бизнеса». Хотите присоединиться?

Третье: название должно быть *конкретным*. Следует избегать привычных слов-паразитов типа «некоторые», «определенные», «особые». Эти слова используются очень часто, несмотря на то что никакой информационной нагрузки они не несут. Мы прикрываемся этими словечками, когда оказываемся не в состоянии дать четкое определение темы. А для читателя нашего труда они



становятся сигнальными флажками: «Здесь недодумано и недоработано». Заглавие одной из моих статей начиналось словом «некоторые». Я считаю это постыдным свидетельством собственного бессилия, ибо в тот момент не смог дать ничего более достойного.

Помимо слов-паразитов хорошо бы также избегать откровенно тавтологических фраз вроде «влияния социального на общественное». Это, впрочем, случается не так часто.

Четвертое: название должно нести в себе какую-то *проблему* или хотя бы намек на проблему. Это требование выполнить уже намного сложнее. Большинство формулировок никаких проблемных элементов не содержит, а является «лобовым» поименованием объекта. Например, в чем состоит проблема, выраженная типичным заголовком «Женщины-предприниматели в современной России»? Ни в чем. Это простое указание на объект нашего интереса. (К постановке проблемы мы вскоре вернемся.)

Пятое: желательно, чтобы заглавие было *компактным*. Название не должно быть длинным. А если оно длинное, то это не название. Приведем пример из жизни, в которой, как известно, случается всякое. Одна очень неплохая в принципе работа называлась так: «Структурные факторы и технологии социального конструирования типов мужественности и женственности в рамках совместного (раздельного) обучения учеников разного пола в среднеобразовательных школах советского и постсоветского периодов». Это название интересно тем, что оно вовсе не глупое и не содержит никакой «воды» или потусторонних описаний. Это полная и обстоятельная характеристика объекта исследования. Претензия только одна: название *не может быть* длинным. Посему, хочешь не хочешь, придется его сократить. На помощь можно призвать несложные приемы разбивки заголовков с помощью двоеточий и скобок, которые отделяют от основной темы ее уточнения и конкретизации. Автор данных строк, грешен, постоянно прибегает к этому спасательному кругу. Продолжая взятый пример о разнополых учениках, можно привести заголовок к следующему условному виду: «Социальное конструирование типов мужественности и женственности на примере совместного и раздельного обучения учеников (советский и постсоветский периоды)». Тоже длинно, конечно, но пути к совершенству долги и витиеваты.

Наконец, название должно выглядеть гладко с *литературной* точки зрения. Если в одном заголовке три раза употреблено слово «социальный» или «экономический» — значит, дела плохи. Нельзя также пропускать в название сленговые слова и выражения, если только они не являются объектом анализа. Наконец, есть масса специальных правил, которые известны каждому профессиональному редактору. Например, приходилось слышать, что с редакторской точки зрения надо сразу убивать за нанизывание трех родительных падежей подряд в одном предложении. Таких требований бесчисленное множество, и мы в эту специальную область



забираться не будем. Понадеемся, что каждому из нас будет оказана своевременная редакторская помощь.

Остался один практический вопрос: как, собственно, формулировать тему, если она никак не складывается? Из многочисленных запросов мне известно, что с этой проблемой сталкиваются очень многие. Я предлагаю следующий стандартный вариант. Садимся, берем чистый лист бумаги и пишем формулировки, пока особо не задумываясь, по мере их прихода в голову. Более десяти названий нам все равно не придумать. После первого поверхностного просмотра списка останется максимум пять-шесть потенциальных тем, остальные покажутся несуразными. Дальше придется немного подумать, соотнести тему с характером подготавливаемого материала. В итоге останутся две-три формулировки. В этот момент хорошо бы с кем-нибудь посоветоваться. Ибо опытный человек, взглянув на краткий перечень тем, за три минуты поможет выбрать наиболее адекватный вариант. С точки зрения последствий эти раздумья над заглавием очень важны, ибо заставляют нас определиться с тем, о чем, собственно, мы будем писать, в чем состоит основная цель работы и как будут в ней расставляться акценты.

Нужен ли предварительный план работы

Немало достойных людей, столкнувшись с вопросом о предварительном плане работы, начинают кокетничать и говорить, что ни по какому плану они якобы работать не могут. Для них главное — поймать ветер вдохновения и на всех парусах устремиться в неизведанные дали творческих научных изысканий. Они, дескать, настолько «противоречивые и внезапные», что планы могут составлять только задним числом. А до начала работы ничего не получается. Не спорю, люди работают по-разному. Но мне кажется, что общую структуру работы, особенно если речь идет об академической работе, все же следует иметь. Понятно, что подобный план может впоследствии сильно измениться, «поплыть». Не исключено, что меняться он будет не один раз, это значения не имеет. Общее правило сохраняется.

Правило 2. Составить хорошо продуманный, структурированный и развернутый план — значит сделать половину работы.

Если мы составили такой план, то вправе сказать себе, следуя забавной поговорке: «Фильм уже готов, его осталось только снять».

Поэтому после листка с примерными названиями работы нужно взять второй листок и набросать ее структуру на одну страницу плотного и упорядоченного текста. А потом показать его какому-нибудь специалисту, который свежим глазом живо увидит «дыры» и элементы непоследовательности в нашем плане.

Как выбрать жанр работы

Работы могут выполняться в разных жанрах. И следует изначально определить этот жанр. Одно дело, если готовится учебный текст. Он должен продемонстрировать нашу квалификацию, собственно исследовательские результаты там желательны,



но не обязательны. Другое — если речь идет о самостоятельной исследовательской работе, которая обращена к профессионалам. Третье — если мы задумали так называемый научно-популярный текст, который адресован не только профессиональной, но и более широкой аудитории.

Профессиональный текст тоже может быть выстроен разными способами, такими как:

- конвенциональное изложение полученных результатов;
- постановочный текст, попытка сформулировать проблему без ее законченного решения;
- текст-провокация.

Примером текста-провокации для меня является одна из моих собственных работ. В ней на первой странице постулировался тезис, неприемлемый ни для автора, ни для основной массы потенциальных читателей. Он выглядел так: «Модель экономического человека является наилучшей аналитической моделью не только для экономической социологии, но и для социологии в целом». Далее формулировались до десятка наиболее очевидных возражений против этого тезиса, которые последовательно оспаривались и опровергались, подводя читателя к неизбежности неутешительного вывода. Когда все было окончательно доказано, автор признался, что не придерживается исходного тезиса. Текст, таким образом, предлагался как открытая провокация (правда, это становилось ясным, только если люди дочитывали до последней страницы)³.

Возможны также и скрытые провокации, когда автор вроде бы вполне серьезен, но текст выстроен так, что заведомо вызывает критическую реакцию, желание «ответить»⁴.

Теперь перейдем к основному тексту и начнем с его вводной части.

Одни сразу берут быка за рога и бросаются излагать содержательные вопросы. Другие, наоборот, делают длинное вступление к теме, начиная «от древних греков». Третьи пространно объясняют сугубую важность заявленной темы. Как здесь поступить? Предлагаю последовать такому правилу.

Правило 3. *Введение должно раскрывать основные пункты программы нашего исследования.*

Это означает, что во вводной части мы пытаемся поставить проблему, формулируем цели и задачи исследования, разясняем ограничения данной работы (на что читатель может, а на что не может рассчитывать). Далее излагаются гипотезы. Целесообразно

**О чем писать
во введении**

³ Радаев В.В. К обоснованию модели поведения человека в социологии (основы «экономического империализма») // Социологические чтения. Вып. 2. М.: Ин-т «Открытое общество»; Ин-т социологии РАН, 1997. С. 177–189.

⁴ Автору приходилось поддаваться на подобные скрытые провокации (см., например: Радаев В.В. Как рождается бытовая социология // Вопросы социологии. 2000. № 2. С. 117–120).



определить статус и жанр предлагаемого материала: это реферативное изложение или наша самостоятельная работа, теоретическая работа или эмпирическая, носит ли она научно-популярный или сугубо профессиональный характер, к кому мы обращаемся и какие требования к нашему тексту следует предъявлять.

И наконец, нужно дать хотя бы элементарное обоснование структуры работы: в какой последовательности будет излагаться материал и чем обусловлена именно такая логика. Понимание логики изложения, несомненно, облегчит читателю нелегкий труд — ведь ему (ей) придется продираться через навороченные нами словесные и смысловые дебри.

Наиболее сложным (или единственно сложным) делом здесь выступает постановка проблемы.

Нет ничего более сложного, чем постановка проблемы

Обычно и начинающие, и вполне матерые исследователи не видят решительно никаких трудностей в постановке проблемы. В 95% случаев предлагаются дежурные заходы про «актуальность выбранной темы», т. е. выливается определенное количество «воды», достаточное для соблюдения ритуала обоснования собственной деятельности. Считается, что проблема указана уже в самом заголовке будущей работы. Например, мы хотим исследовать безработицу или бедность. Недолго думая, начинаем писать общие фразы о том, как в ходе реформ в постсоветской России появился отряд безработных, как он неумолимо растет, как он обретает женское (вариант: мужское) лицо. Из этого делается, как нам кажется, очевидный вывод, что, во-первых, проблема актуальна, а во-вторых, наш исследовательский проект крайне необходим. Между тем все это весьма сомнительно, ибо такое изложение, как правило, никакой проблемы не содержит. То, что у нас есть безработные и бедные, известно каждому, об этом можно прочитать в любой газете. Спрашивается: а в чем, собственно, исследовательская проблема?

Дело в том, что мы пытаемся облегчить себе жизнь, осуществляя тихую подмену *предмета исследования объектом исследования*. Объект исследования — это то, что мы намерены изучать (например, явление безработицы или бедности). А предмет исследования — это указание на особую проблему, которую мы собираемся как минимум поставить, а если приложить достаточно усилий, то и решить.

Говоря об «очевидной актуальности» изучения безработных, бедных и других социальных групп, мы часто апеллируем к необходимости что-то *делать*, т. е. помочь обездоленным, предложить какие-то меры социальной политики, а не к необходимости что-то *понять*, раскрыть доселе неочевидное или противоречащее обыденным взглядам. По сути, обоснование исследовательской проблемы подменяется ссылками на проблемы изучаемых групп людей. В каком-то смысле мы спекулируем на тяжелом положении маргинальных групп, чтобы без особых усилий доказать «значимость» своей работы. Моральным оправданием этой позиции становится



искренняя симпатия к объекту собственных изысканий — весьма распространенное «заболевание» среди исследователей, мешающее им дистанцироваться от своего объекта.

Повторяем: само по себе наличие безработицы (или другого подобного явления) не является исследовательской проблемой, это — обыденный факт. И зачем ее изучать, в общем-то, не так уж ясно. Утверждения типа «В зоопарке тигру недокладывают мяса!» и прочие рассказы об ужасах постперестроечной России суть указания на объекты нашего возможного интереса и желание что-то изменить, но, увы, они еще слишком далеки от фиксации проблем. Для того чтобы сдвинуться с мертвой точки, нужно иметь в виду следующее правило.

Правило 4. *Нужно четко разделять исследовательские проблемы и социальные проблемы.*

Без постановки социальных проблем (как бы кощунственно это ни звучало) исследование может обойтись, в конце концов, искусство ради искусства тоже имеет право на существование. А вот без собственно исследовательских проблем происходит утрата жанра. В результате исследование быстро превращается в формальную имитацию или политизированную болтовню.

Меня часто просили дать парочку примеров «настоящей» постановки проблемы. Слушателям хотелось обойтись малой кровью — получить шаблон и по нему штамповать «проблемы» по любой теме и в любое время суток. Мой ответ кого-то неизбежно разочарует: ничего не выйдет, ибо существует неумолимое правило.

Правило 5. *Не стоит ожидать, что кто-то за нас сформулирует проблему исследования.*

Предвижу, что может возникнуть подозрение: либо автор данных строк имеет секретное ноу-хау и скрывает ценное оружие от потенциальных конкурентов, либо он просто наводит тень на плетень, блефует, предлагая тянуть из шляпы кролика, которого там заведомо нет. Увы, никакого секретного оружия не имеется (и, видимо, не может быть), а что мы сумеем вытащить из шляпы, зависит не от провидения, а от нас самих.

Сторонний наблюдатель (эксперт, руководитель) способен указать нам на отсутствие проблемы, если повезет, он (она) также может подкинуть какую-то мысль, но формулирование проблемы — задача чисто авторская и в сильной степени личная и личностная. Особенно это важно для социальных наук, где выбор темы тесно связан с нашими ценностными установками и гражданской позицией. Поэтому помимо постановки интересных исследовательских вопросов неплохо было бы объяснить (хотя бы самому себе), зачем мы беремся за этих безработных (вариант: бедных). Мы что, сами безработные или опасаемся, что вскоре можем разделить их судьбу? Или, может, среди наших родственников и друзей немало безработных и мы хотим разобраться в их ситуации? И главное: почему это должно быть интересно другим, если речь идет о чем-то большем, нежели простое человеческое сочувствие



людям, оказавшимся в сложном положении? Наша задача — объяснить это, причем не в конце исследования, а еще до его начала.

Проблема — это некое несоответствие наших знаний об объекте другим знаниям о нем, обыденным представлениям, здравому смыслу. Это некий парадокс, если угодно, загадка, которую предлагается разгадать, puzzle, противоречие в понимании, нестыковка смыслов и интерпретаций. Она возникает тогда, когда исследователь сталкивается с препятствием, которое он не может с легкостью преодолеть или обойти. Приходится предпринимать определенные целенаправленные действия — разбирать завалы, карабкаться вверх и вниз, искать обходные пути.

Очень часто формулирование проблемы подменяется указанием на нехватку данных или неполное знание о каком-то явлении. Дескать, первое, второе и третье уже изучено, а четвертое и пятое еще нет, посему это — «проблема». Вновь повторим, что, подменяя предмет (проблему) ссылкой на объект исследования (пусть даже он весь представляет сплошное белое пятно), мы облегчаем себе жизнь, но не продвигаемся к смыслу. И каждый раз нам придется отвечать на неумолимый и жесткий вопрос: белых пятен много, зачем нам изучать именно это? Ибо исследовательская проблема — это не пустое, необжитое место, где можно поставить палатку и начать строить здание новой теории. Это препятствие на нашем пути. На земном шаре еще немало неосвоенных территорий, однако это не означает, что именно там необходимо селиться. Поэтому важно зацепиться за неоднозначность и начинать растягивать смысловое пространство, а не гордо указывать пальцем на бесцветную пустоту.

Как же сформулировать проблему исследования

Должно быть что-то удивительное, неожиданное или по крайней мере неочевидное — своего рода фишка. Нужен вопрос, на который мы не в состоянии дать немедленный ответ. Этот вопрос становится крючком, за который цепляется интерес к нашему исследованию со стороны других. Простые повествования о конкретном объекте интересны в лучшем случае узкому кругу специалистов, которые занимаются тем же самым делом и, кстати сказать, знают то, что мы собираемся им сообщить, как минимум на 90%. А вот как заинтересовать нашей проблемой других коллег? Эта задача не из легких. И это произойдет только в двух случаях: либо человека привлечет какой-то поворот нашей темы, либо он (она) срезонирует на нашу проблему, и наш глубокий личный интерес отзовется интересом другого. Во втором случае человек поймет: это не просто *еще одна* «актуальная тема» и не просто *еще один* научный текст. Это личная ставка исследователя, он вкладывает в нее не только время, но и частицу собственного «я», он небезразличен к предмету, а значит, высока вероятность увидеть и услышать что-то интересное.



При этом проблема не обязательно должна быть чем-то абсолютно новым. Есть проблемы, над которыми лучшие умы человечества бьются на протяжении многих столетий, они плодотворно разрешаются, а потом снова встают в полный рост перед новыми исследователями. Таковы, например, вопросы о соотношении структуры и действия, макро- и микропорядка, об отношении индивида и общества. Но какова бы ни была наша исследовательская стратегия, беремся ли мы за «вечный» вопрос или пытаемся открыть совершенно новую перспективу, это не избавляет нас от необходимости определения предмета своих изысканий.

Еще более затрудняет задачу то обстоятельство, что проблеме надо не только понять, но и внятно изложить в нескольких предложениях, где будут и указание на объект, и контекстуальные рамки, в которых он рассматривается, и смысловое несоответствие, «конфликт интерпретаций». Эти рассуждения открывают наш текст и во многом определяют, доберется ли читатель до последней страницы.

Правило 6. *Прежде всего мы должны показать, что предмет исследования интересен для нас самих, а затем убедить других людей в том, что он может иметь значение не только для автора.*

К сожалению, многие начинают со второго, пытаются навязать свое представление другим, причем в безлично-агрессивной форме, а свой личный интерес стыдливо прячут за маской холодной объективности.

Теперь наконец мы добрались и до основного текста в узком смысле слова — до того, что втиснуто в пространство между введением и заключительными выводами. Речь пойдет о стандартной структуре этого текста. Здесь важно сразу же уяснить следующее правило.

Правило 7. *Ядром всякого письменного текста является ключевая связка «тезис — аргумент».*

Существуют некоторые варианты в реализации этой схемы. Например, работа может быть теоретической или эмпирической, и это не может не влиять на структуру изложения.

Начнем с *теоретической* работы, основанной преимущественно или исключительно на литературных источниках. Такую работу вполне можно открыть кратким, но впечатляющим обзором этих источников, чтобы показать литературную традицию и обозначить наших предшественников. Одновременно мы не только демонстрируем свою осведомленность, но и вводим читателя в содержательный контекст. Вслед за этим выдвигается тезис, некая идея или концепция, предлагающая вариант объяснения ключевых вопросов, поставленных в нашем исследовании. Эта идея может родиться в нашей собственной голове, а может быть заимствована у других умных людей и предложена в нашем особом прочтении. Изложив подобную идею, мы переходим к наиболее важной части текста — аргументации.

Как построить
основной текст



Конечно, возможны и другие, менее стандартные варианты построения текста. Например, можно не заявлять свое концептуальное решение в самом начале и построить весь текст, раскрывая интригу вокруг обозначенной проблемы, нагнетая смысловую напряженность, которая заставит читателя вместе с нами искать выход. А когда читатель полностью потеряется в догадках, когда будет ясно продемонстрировано, что никакие наши предшественники, начиная со всеведущих классиков и кончая яркими современниками, нам уже ничем не помогут, выйдем мы, все в белом, и заявим свою сногшибательную позицию. Такой ход вполне допустим, но сопряжен с некоторым риском. Мы должны быть уверены, что сумеем магической силой нашего животворящего слова удержать читателя, в меру заинтересованного хитросплетениями нашей мысли, до победного конца. Многие ведь до него не доберутся или, наоборот, раскроют наш маленький секрет, хитро скользнув к последним страницам.

Если наша работа имеет *эмпирический* характер, ее структура несколько меняется. Сначала делается неопременный концептуальный заход и формулируется тезис. Затем следует методическая часть, раскрывающая характер используемых данных. И наконец, излагаются собственно результаты эмпирического исследования. Заметим, что «подтаскивание» отдельных фактов, непременно подтверждающих нашу позицию, или искусный подбор иллюстративных примеров, не оставляющих у читателя сомнений, что жизнь именно такова, как мы ее описываем, не превращает наше исследование в эмпирическое. Последнее предполагает специфические процедуры анализа данных, а во многих случаях и производство (сбор) этих данных.

Должна ли работа содержать неопременный эмпирический элемент? Никто на этом не настаивает. Наше исследование может основываться на чисто литературных источниках и не содержать никаких эмпирических свидетельств. Однако, думаю, мы не будем спорить с тем, что если в работу включены эмпирические данные (тем более свежие и оригинальные), то она от этого только выиграет, и серьезным образом.

Часто задают вопрос, нужно ли увязывать рассуждения с современностью, выходить на нашу российскую проблематику. Такого обязательного требования тоже нет. Но если мы сумеем прочертить хотя бы пунктирную линию связи с нынешними реалиями, если хотя бы намекнем, какое отношение наши отвлеченные теории могут иметь к сегодняшней жизни, то наши шансы заинтересовать читателя заметно вырастут. Ибо теми специальными вопросами, которые входят в круг наших профессиональных интересов, всегда занимается весьма ограниченное число людей. Посему выходить, пусть изредка, за пределы эзотерического знания совсем не глупо. Хотя и не обязательно.

Еще одно необязательное требование: читателю хочется, чтобы из нашего текста бил родничок свежей авторской мысли.



Требовать свершения авторского подвига, т. е. самостоятельности и новизны, формально-бюрократическими средствами, конечно, смешно, хотя, например, диссертационные советы вынуждены по регламенту предпринимать такие попытки, чаще всего без видимого успеха. Заставить бить ключом живую авторскую мысль, конечно, нельзя. Либо она есть, либо ее нет.

Вернемся к главному вопросу — об аргументации. Как ее строить? Многие торопятся перескочить к примерам, считая, что так будет понятнее. А некоторые даже уверены, что это чуть ли не единственный способ доступного изложения сложных вопросов. Для пущей важности их могут называть «кейсами» — практика, особо культивируемая в работах по менеджменту. Хотелось бы несколько охладить этот безудержный энтузиазм следующим правилом.

Правило 8. *Доказательство с помощью примеров — не лучший способ обоснования позиции. Ибо оно не является доказательством вообще.*

Примеры служат в лучшем случае иллюстрацией общих положений, к ним можно прибегнуть, чтобы закрепить и оживить сухие логические постулаты. Если же примеры выставляются в качестве доказательств, то они становятся невольными свидетельствами нашего бессилия — невозможности довести свою мысль до конца логическими средствами. Конечно, нельзя упускать из виду возможные исключения. Скажем, существуют широкие области права, которые по своей сути являются прецедентными. И примеры напрямую используются здесь как кирпичики в построении стены доказательства. Но распространять подобные специфические правила на все социальные исследования было бы опрометчиво.

Другим способом построения аргументации, весьма характерным для множества работ, является последовательное разворачивание позиций какого-нибудь автора (или авторов). Например, утверждается, что некий знаменитый автор (скажем, П. Бурдые) или, наоборот, какой-то малоизвестный (пока) деятель с успехом решил некую важную проблему. На основе корпуса текстов данного автора излагаются его (ее) позиции в каком-то заданном ракурсе. Все делается терминологически грамотно, формируется вполне адекватное представление о взглядах данного исследователя. Затем следует вывод, что означенный П. Бурдые решил-таки поставленную проблему. А мы вместе с ним выполнили и задачу нашей работы. И все вроде бы хорошо. Но чего-то по-прежнему не хватает. Чего? Не хватает того, что называется *критическим аргументом*.

Если мы грамотно изложили чьи-то теоретические позиции, это само по себе неплохо, ибо выполнена важная просветительская задача. Но подобная работа все же носит реферативный характер. Реферативный элемент должен содержаться в любом труде, и без отсылки к традиции хорошая работа просто

Чего не хватает в наших аргументах



не состоится. Однако этот элемент — лишь необходимое, но, увы, не достаточное условие для профессиональной работы. Об этом говорит следующее правило.

Правило 9. *Текст должен содержать критическую оценку изложенных позиций. Хороших работ без критического аргумента не бывает.*

Критический аргумент может вводиться разными способами. Можно столкнуть позиции разных авторов, например П. Бурдые и А. Турена. В этом случае концептуальный заход одного автора ставим в оппозицию другому, проясняя в этом столкновении взгляды обоих. Здесь открывается оперативный простор для творчества, и можно представить, например, что случилось бы, если бы на узкой тропинке встретились М. Вебер и Т. Парсонс. Но лучше все же не заноситься далеко в своих фантазиях и вместо «парадоксальных» постановок типа «кто сильнее — кит или слон?» обращаться к реально существующим дебатам.

Можно пойти совершенно иным путем — ввести критический аргумент от первого лица и производить разбор теоретических доказательств с собственных позиций. В любом случае это предполагает дистанцирование от текстов и корпуса фактов, выход в рефлексивную позицию. Нужно найти в себе ресурсы для того, чтобы отстраниться от материала и взглянуть на него оценивающим взглядом. Наличие *своей* позиции будет должным образом оценено нашим читателем.

Но это еще не все. Вводя критический аргумент, мы только пытаемся тронуться с места. Высший пилотаж начинается с рефлексии второго уровня, когда мы, не удовлетворившись изложением собственных суждений, вновь отступаем на шаг в сторону и обнажаем оружие против самих себя, т. е. формируем критический аргумент в отношении собственной позиции. Зачем это нужно? Ну уж, конечно, не для того, чтобы заниматься публичным и, как правило, притворным самоуничижением: проблема, дескать, такая большая, а мы такие маленькие. Мы только выглядываем из-за плеч гигантов и т. п. Не надо этого кокетства. Нужна рефлексивная работа, которая призвана прояснить (для себя и для других) основания и ограничения наших взглядов. А нужна она для того, чтобы двигаться дальше, и не по воле волн, а по велению рулевого колеса.

Осмелюсь сказать, что рефлексия первого уровня (по поводу чужих позиций) является обязательным требованием для всякой аналитической работы (чисто академической или прикладной), причем требованием, которое соблюдается, к сожалению, нечасто. Что же касается рефлексии второго уровня (по поводу своих взглядов), то называть ее обязательной как-то неудобно. Хотя по-настоящему сильной работы без этого не сделать. Увы, редкая птица долетит до середины этой реки. А большинству подобная «ересь» просто не приходит в голову.



Типичные ошибки в письмен- ных текстах

Предлагаем вашему вниманию реестр типичных ошибок, совершаемых в разного рода письменных текстах — аналитических и реферативных, исследовательских и учебных. Начнем с ошибок, связанных с темой (заглавием) нашей работы. Первый случай — это клекая (никакая, бессодержательная) тема. Но о формулировании темы мы уже говорили и останавливаться на этом не будем.

Второй случай — когда заголовок хорош, и содержание работы приличное, но между ними отсутствует видимая связь. Здесь два принципиальных выхода: переформулировать тему, чтобы она соответствовала содержанию, а если с темой мы расстаться не готовы, то переписать текст. Выбирайте, что проще.

Третий случай более тяжел: когда все друг другу соответствует, но заявленная в заглавии тема в тексте, увы, не раскрыта. Оснований для подобного казуса может быть много. Мы оставляем в покое возможную неспособность автора раскрывать темы ввиду неизлечимых профессиональных причин и обратимся к случаям, в которых корректировка возможна. Среди них чаще всего встречаются длинное вступление и отвлечения от темы.

Итак, одна из распространенных ошибок связана с затяжными разговорами и длинными предысториями. Не успеешь оглянуться, а текст уже и закончился. В связи с этим мне вспоминается очень хорошая по сути и по форме работа, посвященная неомарксизму. Поскольку неомарксизм вырос на стволе классического марксизма (переплетаясь с ветвями других теорий), автор начал писать про исходные позиции К. Маркса. На беду, он очень неплохо разобрался в предмете. Так он писал и писал, и на заявленную тему сил уже не осталось. Предыстории плохи не тем, что съедают время читателя и место в подготовленном нами тексте, а тем, что, строго говоря, они не нужны вовсе — и во всяком случае должны ограничиваться скромными дозами. Как говорят в пособиях по написанию академических текстов (*academic writing*), *get to the point immediately*. В переводе это правило выглядит так.

Правило 10. *Приступая к письменному тексту, надо сразу начинать с главного.*

Вторая причина, по которой автор не успевает «доехать» до сути вопроса, — это частые отвлечения и отклонения от главной темы повествования. Ведь так много всего интересного, и мы так много знаем — и то, и это хочется втиснуть в один текст. Сделал шаг влево, потом еще один, потом вроде бы вернулся, но уже не в то место, с которого начал. А по пути потерял читателя, который не столь хорошо ориентируется в маршрутах чужих мыслей. Особенно много отвлечений связано с так называемыми злободневными вопросами. Например, читаешь какой-нибудь глубоко теоретический текст, и вдруг откуда ни возьмись что-нибудь про финансовый кризис или «грабительские реформы» — ни к селу ни к городу. Да еще вдруг понесет... Так что лучше не отвлекаться. Мы сами чертим сюжетную линию. Докажем, что мы в состоянии по ней пройти.



А теперь о самой распространенной и самой тяжелой проблеме работы с итоговыми текстами. Текст может состоять из нескольких частей, которые слабо связаны между собой или построены по принципу «в огороде бузина, а в Киеве дядька». При этом, что любопытно, каждая часть может быть очень недурна собой. Но все вместе они никак не смотрятся и тем более не читаются. Поэтому, конечно, надо обращать особое внимание на структуру работы, содержательную связь частей (даже если они написаны в разной стилистике) и логические переходы между ними. Мы вновь не говорим ничего нового или сложного. Однако сплошь и рядом это требование не выполняется.

И еще одна досадная «мелочь», тоже очень распространенная. Это превышение объема. Нам заказан один печатный лист, мы представляем полтора. Нас просят 12 страниц — даем 20. У нас же так много ценного материала! При этом применяются маленькие хитрости: добавляются строчки на странице и знаки в строке, уменьшается интервал и понижается размер шрифта. Я помню, как, сдавая эссе по учебному курсу, слушательница магистратуры вежливо извинилась за то, что превысила объем на две страницы. Я поспешил успокоить ее, сказав: «Ну что вы, конечно, какие проблемы». А потом оказалось, что у нее по 90 знаков в строке и по 40 строк на странице. Кого мы обманываем? Бесстрастный компьютер все равно выдаст наши нехитрые секреты.

Требование соблюдать объем ничуть не менее серьезно, чем другие требования. И неважно, идет ли речь об учебной работе, статье в журнал или заказном аналитическом материале. Зачем заставлять людей читать лишнее или ставить их в неудобное положение, завязывать споры, канючить, доказывать, насколько ценен наш материал, рассказывать сказки о том, что из него абсолютно нечего выбросить — буквально как слово из песни. Никогда не приходилось слышать подобное? Вам, дорогой читатель, странным образом повезло.

И еще: просить заказчика, редактора или руководителя сокращать текст за нас, во-первых, не очень-то удобно, ибо все-таки это наша обязанность. А во-вторых, они ведь могут сократить, пройдя безжалостной рукой по самому дорогому. И потом пожалеешь о том, что не сделал это сам, а будет поздно. Так что давайте не будем рисковать.

И последнее. Не надо трястись над своим текстом, как будто он последний. Писать его как последний, может, и в самом деле нужно, а потом, выдержав паузу, на коротком выдохе собственной авторской рукой отсечь все лишнее. А отсеченное ни в коем случае не выбрасывать, но отправить в домашний архив для благодарных потомков или приберечь для новой работы. Мы ведь собираемся делать и новую работу?



Оставим в стороне явные ошибки и обратимся к более тонким вопросам, связанным с формой изложения материала. Здесь речь идет уже не о требованиях, а скорее о советах и рекомендациях. При этом мы не будем касаться специальных вопросов стилистики и лингвистических тонкостей, в которых автор не является специалистом. Ограничимся пожеланиями относительно общего стиля и манеры написания итоговых работ.

Первый совет: не предъявлять завышенных требований к памяти читателя. Делая некий вывод, скажем, на 12-й странице текста, мы не вправе предполагать, что читатель помнит в точности все наши исходные посылки, изложенные на 2-й странице. Тем более читатель не обязан помнить содержание наших прошлых работ. Поэтому, даже если у нас в голове все четко и связно и в тексте все это в принципе содержится, некоторые ключевые вещи стоит повторить, акцентировать лишний раз или по крайней мере сделать четкую ссылку к более ранним суждениям. Каждый фрагмент текста с этой точки зрения должен выглядеть относительно законченным.

Второй совет: не предъявлять завышенных требований к когнитивным и интеллектуальным способностям читателя. Это не означает, что мы должны писать «для масс», «для дурака». Нет, пусть это делает бульварная пресса, мы ориентируемся на умного читателя. Тем не менее не надо чересчур напрягать людей нагромождением немыслимых конструкций. Есть, конечно, читатели, способные реконструировать логику автора, но у многих такое желание отсутствует. Поэтому попробуем упростить логический путь или предложить толковые путеводители по нашему тексту. Умный читатель это оценит.

Третий совет — более спорный: по возможности избегать сугубой эзотеричности. Существуют два стиля построения аналитического текста. Первый — наворотить побольше умных слов и предложений, чтобы каждый понял, что это «научно». Второй — избегать, где это возможно, всякой наукообразности. Мне больше импонирует второй путь. Не обладая, к сожалению, даром художественного слова, я пытаюсь стремиться хотя бы к ясности.

Во второй половине 1980-х годов Гавриил Попов, став главным редактором журнала «Вопросы экономики», попытался сломать в нем советский стиль обезличенного академического письма, считая, что статьи должны быть ясными и лично окрашенными. Попов уже давно ушел из журнала, а новый стиль продолжает жить. Несомненно, журналу это пошло на пользу, и во многом именно по этой причине за ним закрепилось одно из лидерских мест в ряду экономических изданий.

Я считаю, что ясность изложения — очевидное достоинство. Более того, осмелюсь предложить соответствующее правило.

Правило 11. Если в тексте нет достаточной ясности, то с большой вероятностью это означает, что автор сам еще не вполне определил, что пишет.

Что можно
посоветовать
по форме из-
ложения



Я понимаю, что так думают не все. Некоторые из нас полагают, что если из их текста половина смысла остается непонятой, то это круто. Многие также считают эзотерику хорошей защитой от непрофессионалов. Несомненно, защитную функцию она выполняет. Но, отгораживаясь от «чужих», не рискуем ли мы запутать своих и оттолкнуть сочувствующих? Говорят, «простота хуже воровства». Если это сказано о примитивном содержании, то спорить не станем. А вот если дело заходит о форме изложения, то тут, извините, согласиться не могу.

Оговоримся, что ясность не означает популярности. Те же «Вопросы экономики» отнюдь не популярный журнал. И мы должны писать в первую очередь для профессионалов. Но профессионал должен читать нас легко и свободно. Кстати, мои первые опубликованные работы в этом отношении были ужасны, просто зубодробительны. Не могу сказать, что я как-то целенаправленно работал над собой или начитался мудрых пособий про то, как писать тексты (хотя в свое время не помешало бы). Просто меня научили внимательно относиться к редакторскому труду. Вдобавок со временем удается набить руку. Как говорится, трудно написать только первые пятьдесят работ, потом становится легче.

Четвертый совет: не перегружать текст подробностями и деталями. Мы все это хорошо понимаем, тем не менее чуть ли не каждый раз норовим это сделать, особенно когда речь идет о результатах наших собственных эмпирических исследований. Если у нас появились количественные данные, мы начинаем загружать таблицу за таблицей, вставляя между ними несколько строчек скупых пояснений. Ведь мы столько всего насчитали, и все нам так дорого! С результатами качественных исследований — та же болезнь. Только вместо таблиц с малозначащими цифрами даются бесконечные выдержки из интервью. Здорово, кстати, и писать-то ничего не надо: дал цитату из интервью на полстраницы, потом вставил короткую переходную фразу наподобие «а затем респондент сказал...» — и еще одну цитату на полстраницы. И кажется, все так интересно! Будто сама жизнь рождается из закурсивленных строчек. Куда уж нам, дескать, с нею тягаться. А читатель засыпает...

Во всяком деле хорошо чувство меры. Сделали пять таблиц — давайте отберем из них одну, наиболее важную. Не будем забрасывать читателя ворохом цифр и деталей, людям из них никогда не выбраться. Выделить из данных главное и аргументированно развернуть основной тезис — вот наша задача. И задача не из легких.

Пятый совет: максимально использовать возможности великого и могучего русского языка, избегая по возможности излишней «иностранщины» в терминах. Понятно, что полностью от нее отказаться абсолютно нереально, ибо более чем наполовину наш профессиональный язык выстроен по принципу кальки с иностранных слов, в первую очередь с английских, он переполнен словами с латинскими корнями. Но давайте по крайней мере не усугублять



ситуацию, хотя бы в тех случаях, когда есть общеупотребительные аналоги в русском языке, пусть иностранного происхождения, которые достаточно внятно все объясняют. Есть слова, в принципе не имеющие адекватного перевода, например, хабитус (габитус) или харизма. Здесь, хочешь не хочешь, приходится сразу отступить. Но нужно ли говорить «аттрактивный», «эмерджентный» — список может быть продолжен? Не уверен. Понятно, что соблазн велик: взял кальку с английского и получил новую «теорию». И не надо особо напрягаться, выдуманное словечко, как правило, выглядит настолько несуразно, что тут же будет всеми замечено. А будучи замеченным, глядь, и поползет по языку — все хотят выглядеть «модно» и быстро заучивают «новые» слова. Возникает вопрос: а нужны ли нам столь легкие пути в рай?

Шестой совет: избегать множества вводных слов и предложений, которые не несут никакой смысловой нагрузки и сильно засоряют текст. Приведем такое правило.

Правило 12. *Не надо спекулировать оборотами «как известно», «общеизвестно, что» или «совершенно очевидно, что», когда мы хотим провести какую-то спорную мысль.*

К ним добавляются вводные фразы типа «как мы уже неоднократно подчеркивали выше». Мы постоянно пропускаем в текст выражения-паразиты. А способ лечения хорошо известен — скальпель. Их надо удалять, и немедленно.

Седьмой совет: по возможности избегать популярных клише. В особенности это касается рекламных слоганов, которые все сильнее засоряют нашу повседневную речь и начинают перемещаться в наши тексты. Рекламные клише — это соблазн. Их использование создает видимость того, что мы в состоянии коротким обрубком фразы донести до читателя целостный образ, который, даже если и не будет осознан, легко поддается автоматическому раскодированию. Рекламные слоганы очень навязчивы. Путем бесчисленных повторений их вдалбливают в наши головы, а затем они столь же легко проникают в воздвигаемые нами словесные конструкции.

Если речь идет о разговоре или устном выступлении, т. е. сиюминутном действии, это еще не так страшно. А в письменном тексте рекламные слоганы становятся элементарной ловушкой, мышеловкой. Дело в том, что они стремительно запоминаются, но столь же стремительно вылетают из головы, вытесняясь новыми, такими же малосодержательными обрывками фраз. Через год-два люди утрачивают контекст, без которого рекламные клише становятся глупыми и беспомощными. Нашу «столь очевидную» мысль, скорее всего, просто не поймут, ибо рекламный слоган — это не суждение, а лишь некоторая ссылка. Использование подобных ссылок напоминает ситуацию, когда люди, вместо того чтобы рассказывать анекдоты, называют их порядковые номера. Например, в середине 1990-х годов эфирное время было переполнено рекламой АО «МММ». И дурацкие фразы вроде «я не халявщик, я партнер»,



«это лучше, чем стипендия» или «наши лучше» стали крылатыми, их употребляли к месту и не к месту. А кто помнит их сейчас?

Письменные тексты — нечто выпадающее из ситуативности. Все проходит, а они остаются. А рекламные слоганы и другие бойкие клише разукрашивают текст, но одновременно понижают его уровень.

Восьмой совет: не использовать специфический сленг, заимствованный из чужих субкультур. Так, например, характерной приметой времени стало стремительное проникновение в обиходный — и постепенно в профессиональный — язык слов и выражений из бандитского жаргона: «кинуть», «наехать», «мочить», «грохнуть», «фильтровать» и т. п. Противостоять этой заразе в устной речи очень трудно. Но в наших силах по крайней мере не допустить «распальцовочной» фразеологии в своих текстах.

Девятый совет: не повторять одних и тех же слов и выражений на ограниченном текстовом пространстве. Если в одном абзаце у нас четыре раза встречается «таким образом» вперемешку с «итак», то текст явно не в порядке, пора прибегать к редакторскому пылесосу. Это касается и всех других слов — повторения навязчивых глаголов и существительных. Лучше, если любое слово (за исключением специальных терминов) употребляется не чаще чем один раз на страницу или по крайней мере на абзац. Но, разумеется, сказать это намного легче, чем сделать. Приведем еще одно правило.

Правило 13. *Текст должен быть безжалостно вычищен от вводных слов, газетных клише, рекламных слоганов, эзотерических терминов и сленга.*

От чьего лица говорить

Действительно, от чьего лица говорить в письменной работе, как называть самого себя — «я» или «мы»? В советское время думать над этим и многими другими вопросами не приходилось, ибо выбора никакого не было. Редакторы автоматически ставили «мы», «нас», «наше». Такая безличная форма воспринималась нами как один из продуктов советского строя, еще одно свидетельство проведения сверху коллективистских установок. Поэтому, когда началась перестройка, я и мои молодые коллеги начали вставлять «я» вместо «мы» и были ужасно горды. Как будто одержали важную победу. А потом «мы» начало восстанавливаться. Выяснилось, что это не атавизм советской эпохи и не отрывка коммунистического коллективизма, а нормальное проявление академического стиля. Говоря «наше» вместо «мое», мы подчеркиваем то, что говорим от лица профессионального сообщества, что мы соединены с этим сообществом, придерживаемся его норм и правил. В своей работе мы обращаемся к этому сообществу и одновременно выступаем его представителями. В этом смысле написанное нами не является исключительно нашим личным продуктом, это продукт сообщества профессионалов. И в этом нет ничего, что бы затрагивало наше самолюбие и принижало наше достоинство. Напротив, это укрепляет



нас. А если это «мы» по чему ласково и ударит, то по самолюбию маргиналов и «чайников», которые озабочены своим «ячеством». До гордого «мы» надо еще дорасти.

Конечно, если писать «я», ничего страшного не произойдет. Можно делать это сознательно, если мы хотим добавить субъективности или публицистичности. Можно, наоборот, придерживаться нейтрального стиля, например ссылаться на себя в третьем лице: «Автор данных строк считает, что...» Это неплохой выход. Но частить с третьим лицом, к сожалению, не очень удобно с точки зрения стилистики. Наиболее «спокойным» вариантом остается форма первого лица множественного числа.

В некоторых случаях возможен комбинированный стиль. Например, в данном тексте я постоянно перехожу с единственного числа на множественное и обратно. Единственное число употребляется в тех случаях, когда я хочу выделить личную позицию или подчеркнуть субъективность высказывания. Впрочем, этот текст не вполне обычен по форме. В обычных текстах лучше выдерживать стилевое единообразие.

Еще одно важное обстоятельство связано с оценками собственной работы. Следует жестко отделять логические оценки и рефлексию по поводу высказанных нами положений от оценочных суждений в отношении качества сделанной работы и нашего вклада в сокровищницу исследовательской мысли. Причем равно неуместны как возвышающие («впервые в истории вопроса нам удалось...»), так и уничижительные оценки («мы, конечно, не сказали ничего нового...»). В последнем случае чаще всего речь идет об элементарном кокетстве: «Автор ни в коем случае не претендует на то, чтобы...» Фраза подается так, чтобы каждый тут же понял, что именно на это как раз автор и претендует, просто прикрывает себя на всякий случай фанерным щитом ритуальных оговорок.

Что обычно люди пишут в заключении? Они повторяют некоторые положения из основного текста, т. е. просто копируют несколько гладких фраз и предлагают их под маркой «общих выводов». Кому охота делать эти заключения? А так быстро выходим из ситуации, и труд, прямо скажем, невелик. И если я начну уверять читателей, что никогда этого не делал, они мне вряд ли поверят. Конечно же, делал, и не раз.

В таком повторении, впрочем, нет ничего дурного. И суммирование основных положений не мешает, особенно если текст длинноват и сложен по структуре. Но сводить к этому выводы все же неправильно. Или, скажем более мягко, можно делать иначе. То есть формулировать общие выводы, которые вытекают из изложенного материала, но по форме текста и отчасти по содержанию его не повторяют.

Проблема завершения текста не столь ужасна, как проблема его начала. Тем не менее трудности возникают. Хочется ведь, чтобы в конце было что-то значимое и в то же время «открытое»,

О чем писать в заключении



подводящее многосмысленный итог и дающее надежду. Вдобавок к этому моменту мы уже подустали от данного текста, не прочь от него отвязаться, да и время поджидает. Так чем же закончить? Есть достаточно изящный спекулятивный ход. После общих заключений и выводов вполне можно указать пути дальнейшего развития исследований в данной области: в каком направлении мы лично собираемся продвигаться в своей следующей работе; куда советуем отправиться другим коллегам, разделяющим наш интерес к предмету; какие нераскрытые проблемы поджидают нас за ближайшим поворотом темы; какие новые горизонты нам откроются, если мы за него завернем. Подобные пассажи, во-первых, помогают «закруглить» затянувшееся повествование. Во-вторых, они очерчивают границы того, что нам уже удалось (по нашему мнению) совершить. А в-третьих, они вывешивают метки на будущее, закладывают основы новых исследовательских программ или, по крайней мере, намекают на возможность таких программ.

Осталось сделать маленькое замечание. Высказывая пожелания по поводу перспектив дальнейшей работы в изучаемой области, нет необходимости адресовать их всему профессиональному сообществу и нашим условным последователям. Чем указывать светлую дорогу другим, лучше прорисовать пунктирную тропку для самого себя. Так будет честнее, и вдобавок это поможет людям сориентироваться в том, что *фактически* будет происходить, а не в том, что *может* произойти. Появляется соответствующее правило.

Правило 14. *Не нужно указывать другим, что они могут или должны делать. Нужно заявлять собственные исследовательские программы.*

Сколько раз нужно ре- дактиро- вать текст

Сколько бы мы ни готовились к написанию работы, как бы ни озаряли нас вспышки вдохновения, а совершенного текста сразу все равно не получится. Никто не в состоянии писать набело. И стоит только отложить текст на недельку, а затем прочесть его снова, как обнаружатся пробелы и изъяны. Все это подталкивает нас к избитой, но важной мысли: нужно вкладывать больше сил в редактирование наших текстов.

Сколько времени нужно посвящать редактированию готового текста, сколько раз проходить его от начала до конца? «Золотого числа» я указать не могу, но свято верю в принцип «чем больше, тем лучше». Никогда наш текст, сколь бы гениальным ни было его содержание, не может получиться сразу с точки зрения формы.

Начинать редактирование следует самому (самой), не дожидаясь чужого хирургического вмешательства. Я, например, стараюсь не выпускать текст из рук, не прогнав его как минимум три раза по нескончаемому кругу «редактирование — распечатка — редактирование». При этом когда я первый раз прочитываю собственный текст (казалось бы, почти завершённый), то часто прихожу



в легкий ужас. После первого редактирования ужас рассеивается, остается лишь некое неприятное ощущение. После второго редактирования текст принимает удобоваримый вид, а после третьего он может даже и понравиться. В любом случае важно иметь в виду следующее правило.

Правило 15. Множественность редактирования (сначала авторского, затем профессионального) является обязательным принципом работы с «готовым» текстом.

Сначала мы обращаем большее внимание на содержательные вещи, затем — на литературную форму, наконец шлифуем стиль. Важно, что в таком деле не бывает мелочей. Неточность в цифрах и грамматическая ошибка одинаково неприятны. Есть в этом мутном процессе и позитивные моменты. Помимо творческих элементов самого редактирования это тот самый случай, когда относительно малыми усилиями мы способны достичь видимого улучшения результата.

В процессе редактирования мы отсекаем лишнее — слова, предложения, абзацы и целые разделы. Если порой кажется, что отсекается что-то очень содержательное и дорогое, я, например, обманываю себя следующим образом: создаю специальный файл, в который сбрасываю все, что не вошло в окончательный текст, утешая себя мыслью, что использую это в ближайшем будущем. Будущее это, как правило, не наступает. Зато душа спокойна.

Даже упорный труд по улучшению собственного текста не освобождает от необходимости обращения к профессиональному редактору. В отношении к профессиональному редактированию встречаются две крайности. Существуют авторы, которые крайне болезненно относятся к любой правке своего текста и с пеной у рта отстаивают каждый знак и каждое слово. И есть авторы, которые заранее согласны чуть ли не с любой правкой. И когда они вновь видят переделанную редактором статью, они умиляются и восклицают: «Как же все-таки хорошо я пишу!»

Должен сказать, что я с большим уважением отношусь к тяжелому труду квалифицированного редактора и, как правило, принимаю как минимум 90% внесенных изменений. Если правка затрагивает содержание, то это повод для раздумий, после которых нередко, пытаясь не вступать в споры, я все же восстанавливаю текст. Если же правка не касается содержания, стараюсь соглашаться. И вам советую. Это не значит, что я исключительно миролюбив или, хуже того, безразличен к собственным текстам. Вмешательство в текст и попытки его принудительного сокращения не могут быть для автора безболезненными, ибо трудно избавиться от впечатления, что чужие люди холодной рукой режут плод наших творческих усилий. Поэтому за формальным признанием обреченности на редактирование должно происходить нечто более основательное — психологическая перестройка организма,

Как построить отношение с профессиональным редактором



готовность к сотрудничеству с редактором, чтобы в его (ее) облике не мерещился «классовый враг».

В советское время редакторы были наделены узурпаторскими правами и властью над нашими текстами, они воспринимались авторами как препятствие, которое нужно преодолеть. Сегодня ситуация изменилась. И мы получили возможность смотреть на редактора как на человека, который оказывает нам профессиональную услугу.

Необходима и определенная психологическая перестройка. Если мы сдали готовую, как нам казалось, работу и текст вернулся к нам посиневший (вариант: покрасневший) от редакторской правки, то мы должны подавить в себе инстинктивное чувство раздражения и, не отлынивая, взяться за работу. Если же редакторская правка ограничилась парой пометок на страницу, надо подавить в себе инстинктивную радость («Как я хорошо написал, ничего больше и делать не нужно!») и понять, что редактор расслабился, не помог нам в продвижении и оформлении нашего текста.

Правило 16. *Чем больше замечаний получено от профессионального редактора, тем лучше для итогового текста.*

Вслед за редактором на авансцену должен выйти профессиональный корректор. Компьютерные спеллинговые программы, увы, не решают всех проблем, они замечают ошибки в словах, но пропускают, например, случаи неадекватного употребления правильно написанных слов. Многие издатели сейчас только делают вид, что обеспечивают корректорское сопровождение, и книги изобилуют ошибками и опечатками. Во времена советской цензуры дело обстояло иным образом. За нелепую опечатку (вроде «Бреднев» вместо «Брежнев») ответственные лица могли запросто слететь со своих постов. Поэтому корректоры вычитывали рукописи самым дотошным образом. Будем надеяться, что цензорские времена никогда не вернуться, но не забудем, что представители именно этой старой школы сегодня остаются лучшими специалистами по корректорской вычитке.

Российский автор, особенно если он имеет большой писательский стаж, в определенной мере избалован и часто не приучен к самостоятельной и ответственной редакторской работе. В советское время за него трудились дотошные и квалифицированные редакторы и корректоры, которые отвечали головой за каждую запятую. Они правили не только грамматические ошибки, как говорят, весьма многочисленные, но также стиль изложения, а при случае переписывали и содержание. Сегодня таких профессионалов и энтузиастов становится все меньше. Молодежь чурается рутинного редакторского труда. А издатели, освободившиеся от Главлита, резко снизили формальные требования, а то и вовсе отказываются от реального редактирования и корректорской работы. В первую очередь это касается некоторых новых журналов, но и старым изданиям удерживать позиции становится все сложнее.



В итоге автор все чаще остается наедине с собственным текстом, и фактически текст идет в печать в авторской редакции. Это означает, что наша ответственность за собственные тексты заметно возросла. И те, кто продолжает считать редактирование занятием ниже своего достоинства, работой второго сорта, опасно заблуждаются.

И последнее. Написание текста — важное дело. Не будем оставлять важные дела на самый последний момент. Если текст написан в скором темпе за последнюю ночь (пару ночей), как практикуют некоторые коллеги, то хорошим он не может быть в принципе. Отдельные исключения, конечно, возможны. Например, про Ф. М. Достоевского рассказывают леденящие душу истории, как он крайне спешно завершал некоторые из своих великих произведений. Представляете, что было бы, если бы он не торопился?

Итак, мы завершили написание академического текста. Нам, как автору, он несомненно нравится. Но прежде чем отсылать его кому-либо, следует остановиться и, попытавшись дистанцироваться от своего творения, задать себе еще раз несколько проверочных вопросов.

- В какой степени заглавие раскрывает тему нашей работы?
- Дано ли обстоятельное описание исследования во введении к работе?
- В чем состоит основной тезис работы?
- Есть ли в нашей работе критический аргумент и содержатся ли в ней критические оценки собственной позиции?
- Все ли включенные в текст материалы непосредственно относятся к заявленной теме?
- Хорошо ли связаны между собой основные части текста, построены ли переходы и связки между этими частями?
- Не является ли заключение простым повторением кусков из основного текста?
- Соблюдены ли требования к объему итогового текста?
- Сумели ли мы вычистить наш текст от клише, эзотерики и сленга?
- Четко ли определен жанр подготовленного текста, кому он адресован?
- Сколько раз мы редактировали весь текст от начала до конца?
- Прошел ли данный текст через профессиональное редактирование и все ли замечания нами учтены?

Если на все эти вопросы дан положительный ответ, с текстом можно смело расставаться.

* * *