

## РЕЦЕНЗИИ

---

### ИМПЕРАТИВЫ И ИДЕАЛЫ РЕДАКТОРА ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА

(рецензия на книгу С. Соколовой «Как стать лучшим редактором глянца и медиа: самоучитель от экс-редактора Vogue». М.: Эксмо, 2020)

Вышедшая в 2020 году в издательстве «Эксмо» книга Анастасии Соколовой «Как стать лучшим редактором глянца и медиа: самоучитель от экс-редактора Vogue» привлекает внимание и заслуживает его по нескольким причинам.

Во-первых, это содержащееся в названии обещание самостоятельно научиться тому, что, как известно, можно получить в результате большого практического опыта, творческих поисков, приобретения эстетического вкуса, проявления креативных способностей, особого чутья и широкой эрудиции в сфере производства, распространения и потребления медиапродукции.

Во-вторых, такой вид издания, называясь он хоть «Настольная книга редактора», вещь достаточно редкая, весьма полезная всей пишущей публике и всегда востребованная, ибо предполагает наличие сведений, указаний и предостережений, на которых следует заострить внимание каждому мастеру пера.

Третья причина привлекательности издания – высокий статус автора: это методическое пособие от редактора успешного и популярного издания Vogue, тем более редактора бывшего, успешность результатов деятельности которого известна и засвидетельствована предметно – в вышедших в свет журналах.

Четвертая явная причина привлекательности самоучителя С. Соколовой – в представленности в нем кумулятивного опыта не менее авторитетных и статусных персон, чем автор пособия. В книгу включены полные тексты интервью с редакторами журналов Glamour, Tatler, Cosmopolitan, Elle, JaLouse, Condé Nast Traveller, Condé Nast International, российского Condé Nast, портала о кино kbbbd.com, главного редактора портала об образовании мел.fm, преподавателя Швейцарской Школы Журналистики (MAZ). В них – воспоминания об истории и специфике глянцевого изданий, миссии журналистов и журналистики, экспертные суждения о критериях качества и

условиях успеха медийного продукта. Интервьюируемые буквально становятся полноценными соавторами книги.

Художественное оформление книги назовем пятой причиной, по которой данное издание привлекает внимание и, заметим, заслуживает его. Это, в первую очередь, оригинально выполненная обложка (в тексте названия книги «Как стать хорошим редактором глянца и медиа» слово «хорошим» перечеркнуто красной чертой и сверху написано «лучшим») и обилие иллюстраций в виде фотографий красочных обложек глянцевого журналов, иллюстрирующих историю Vogue в России или наглядно подтверждающих утверждения автора.

Выскажем несколько замечаний относительно содержания книги. Автор самоучителя адресует свое послание в первую очередь редакторам глянцевого изданий (печатных и электронных). Определяя мотивацию к написанию самоучителя, она отмечает: «Методология преподавания профессии “редактор глянцевого журнала” у нас еще не сложилась. Слишком недолго существует профессия, слишком мало в ней методистов. Поэтому большая часть профессиональных советов передается из уст в уста и на английском» (с. 10). Автор заявляет намерение заполнить эту лагуну.

Однако адресат книги С. Соколовой значительно шире редакторов глянца, ибо в ней идет серьезный разговор профессионала, касающийся всех журналистов. В латентно содержащейся интенции доказать, что глянцевого издание можно превратить в качественный журналистский продукт, автор дает рецепты создания хорошего журналистского текста, относящиеся к любому изданию. Речь идет о стиле, вкусе, приемах выражения мысли, изложения фактов и способах их интерпретации в журналистских текстах.

Авторское повествование исходит из идеализированного представления о глянцевого изданиях. С. Соколова определяет миссию глянца комплиментарно и возвышенно: «Журналы стремятся создать картину мира, в котором человек чувствует себя свободно и радостно, а вещи несут ценность и эстетическую, и этическую» (с. 10). По ее утверждению, «журналы разъясняют контексты, пытаются отразить дух времени и дать ощущение сопричастности ему» (с. 11). При этом она абстрагируется от того социального факта, что глянец потакает вождельческим наклонностям аудитории, участвует в эскалации гонки потребления и в формировании искусственных потребностей.

Самоучитель «Как стать лучшим редактором глянца и медиа» содержит краткую историю западного глянца в России, в которой автор, критически отзываясь о массе глянцевого изданий, представляющих собой красивые картинки с подписями, настойчиво обосновывает мысль, что глянец – это тоже журналистика, а глянцевого журнал может быть качественным журналистским продуктом.

Главную роль в этом С. Соколова отводит редактору. Из контекста следует, что его главной профессиональной интенцией должен быть перфекционизм как «стремление к совершенству, пристальное внимание к мельчайшим деталям», стремление довести до высшей степени технического

совершенства любую изготавливаемую вещь<sup>1</sup>. Она отмечает, что сегодня читают мало и невнимательно, но это не влияет на тщательность, с какой пишут в журналах: «свои статьи мы пишем и переписываем по сто раз» (с. 19-20).

Редакторская требовательность автора самоучителя проявляется в насыщенности текста учебника императивами: «общие слова, забудьте их навсегда», «проверяйте себя», «проверяйте других», «играйте с форматами!», «скажите нет бессовестным англицизмам!», «разбивайте большие тексты на блоки», «оттачивайте формулировки», «помни о том, кто твоя аудитория», «прячьтесь за фактами», «проведите мощный ресерч», «излагайте четко», «быстро переходите от одного факта к другому», «цитируйте экспертов», «приведите статистические данные», «не забудьте про взгляд сквозь радужную линзу». Обилие императивов производит эффект индивидуального лабораторного занятия под руководством профессионала.

Раздел прикладной или эмпирической части самоучителя – это по сути своей мастер-классы и практические занятия по научению «журналистскому ремеслу» (выражение автора). В них открывается творческая лаборатория опытного редактора и успешного журналиста, где не только рассказывается, но и весьма наглядно и предметно показывается, как писать и редактировать произведения различных медийных жанров. Представление об этом дают названия глав второй части самоучителя: «Как писать новость?», «Что такое композиция статьи?», «Как писать статью?», «Как брать интервью?», «Как писать фичер?», «Почему хорошая статья может быть плохой?», «Как писать в интернете?».

В качестве примеров приводятся полные тексты публикаций с редакторскими заметками-комментариями на полях. Оригинальный прием: для демонстрации роли редактуры в улучшении качества текста автор помещает для наглядного сравнения текст в исходном виде и его же после правки.

Требование тщательности работы с текстом и демонстрация таковой – в редакторских замечаниях и комментариях на полях по абзацам статей (в книге приведено более 180 редакторских замечаний и комментариев к текстам). Читатель видит текст, видит замечания и может сформулировать свое мнение.

Особо следует отметить оригинальное графическое и композиционное оформление текста. Автор активно использует боксы, то есть вставки в основной текст, выделяющиеся на странице и визуально, и по смыслу и содержащие дополнительную информацию по теме статьи или рассказ о чем-то совершенно другом, дополнительном, попутном в рамках рубрики<sup>2</sup>. Кроме того, при изложении материала автор использует различные маркеры для привлечения внимания: цвет шрифта, стрелочки, сердечки, зачеркивание неправильного, по мнению редактора, выражения, заметки на полях типа «лучший вариант я отметила сердечком».

<sup>1</sup> См. Значение слова перфекционизм. Что такое перфекционизм? URL: <https://kartaslov.ru/значение-слова/перфекционизм>

<sup>2</sup> Из словаря самоучителя.

В дополнение к «практическим занятиям» автор прилагает список рекомендованной для дальнейшего чтения литературы и словарь.

Словарь включает расшифровку терминов, значение которых понятно широкому читателю и без дополнительных пояснений («бюджет», «обложка», «новые медиа», «джинса»), при этом целый ряд варваризмов остается без пояснений. Хотя, справедливости ради, отметим, что дефиниции профессионализмов «каверстори», «пресс джанкет», «фичер», «advertorial», «blue print», «КРІ редактора» приведены.

Заметим кстати, что обилие английских слов и выражений в тексте противоречит собственному императиву автора «избегайте англицизмов» (с. 18). Помимо этого противоречия можно заметить в тексте самоучителя С. Соколовой спорные суждения и рекомендации. Например, ее императив «не цитируйте пословицы и поговорки», подкрепленный ссылкой на высказывание Пелама Г. Вудхауса<sup>1</sup> «если есть в мире что-то заунывнее русской пословицы, прошу мне об этом сообщить» (с. 21). Истинность утверждения, как минимум, сомнительна. Другой пример «Никогда не используйте журнальные заголовки на сайте» (с. 156), хотя практика интернет-изданий и социальных медиа показывает достаточную успешность и популярность их использования.

Заслуживают серьезного размышления прогнозы автора книги. Один – пессимистический: «А может быть, диджитал-евангелисты правы и скоро <...> останутся только журналы, похожие на арт-альбомы, на дорогой бумаге с большими красивыми картинками и почти без текстов». Другой прогноз – оптимистический: «Умение ясно мыслить и точно выражать свои мысли будет становиться важнее с каждым днем» (с. 168), и его можно экстраполировать на всю современную публичную сферу.

*Т.А. Семилет*

---

<sup>1</sup> Вудхаус, Пелам Гренвилл (1881-1975) – популярный английский писатель, драматург.