

Федеральное агентство по образованию
Воронежский государственный университет

Текст как объект редакторского анализа

Часть 2

Учебно-методическое пособие для вузов

Воронеж
2006

Утверждено научно-методическим советом филологического факультета.
Протокол № 4 от 14 марта 2006 г.

Составители:

канд. филол. наук, доц. Лапотько А.Г.,
канд. филол. наук, доц. Рудакова А.В.,
канд. филол. наук, доц. Стуколова Г.П.,
канд. филол. наук, преп. Хорошунова И.В.

Учебно-методическое пособие подготовлено на кафедре общего языкознания и стилистики Воронежского государственного университета.

Рекомендуется для студентов V курса дневной, вечерней и заочной форм обучения.

Для специальности: 031001 (021700) – Филология

ОПД.Ф.0.4.2

Д11

Общие сведения о тексте

2.1. Понятие «текст» в современной лингвистике

Усиление внимания к коммуникативному аспекту языковых явлений разных уровней является наиболее яркой особенностью лингвистики, которая называется «антропоцентрической», «коммуникативной», или «лингвистикой текста».

Коммуникативная лингвистика, или лингвистика текста, – это направление лингвистических исследований, объектом которых являются: 1) правила построения связного текста и 2) его смысловые категории, выраженные по этим правилам.

Лингвистика текста, входя в состав филологических дисциплин, изучающих текст, прошла достаточно долгий путь развития. В настоящее время она выступает как дисциплина, синтезирующая и интегрирующая данные смежных наук – философии, логики, эстетики, психологии, социологии – и находится на пересечении таких современных научных дисциплин, как риторика, прагматика, семиотика, когнитивная лингвистика, функциональная грамматика, ассимилируя в себе накопленный историей культурологический потенциал.

Ключевыми понятиями современной лингвистики текста являются понятия текст и языковая личность, стоящая за ним.

В современной лингвистической науке язык рассматривается не только в качестве системы средств выражения (системы знаков), но и как речевая деятельность, которая подчиняется общим законам сознательной, целенаправленной деятельности и тесно связана с другими видами социальной деятельности людей.

Такое изменение точки зрения на сущность языка повлекло за собой и новый взгляд на высшую единицу коммуникации, которой сейчас признается текст, трактуемый исследователями по-разному, в зависимости от того, к какому направлению лингвистики текста принадлежит данный исследователь.

Текст (от лат. *textus* – ткань, сплетение, соединение) – это некоторое сообщение, информация о чем-либо, представленная средствами одного из национальных языков (информация, передаваемая посредством немого кино, скульптуры, обряда, танца и т. д., также является текстом).

Текст, являясь высшей единицей коммуникации, представляет собой срединный элемент схемы коммуникативного акта:



При более «узком» понимании текст – это некое упорядоченное множество предложений, объединенных различными типами лексической, логической и грамматической связи, способное передавать определенным

образом организованную и направленную информацию; текст есть сложное целое, функционирующее как структурно-семантическое единство (Тураева).

Для понимания текста необходимы знания о мире, о природе вещей и логика, поскольку текст всегда вписан в реальную культурно-коммуникативную ситуацию, связан с языковым сознанием и с неязыковыми сторонами жизни.

2.2. Признаки и категории текста

В исследованиях по лингвистике текста основными признаками текста называются *связность*, *целность* и *членимость*, воплощающиеся в целом ряде текстовых категорий.

При этом *связность*, без которой текст немислим, понимается как отражаемое, передаваемое или создаваемое речью объединение фактов, явлений и т. д. в одно замкнутое в смысловом отношении целое. Связность текста обуславливает его *целостность*, которая понимается как интеграция всех фрагментов текста, что и создает смысловую замкнутость, объединение сообщений в законченное структурно оформленное целое. *Членимость* – это формальное и содержательное деление текста на части (разделы, главы, параграфы, абзацы), разрабатывающие локальные темы и обладающие определенной формальной и содержательной самостоятельностью.

Признаки текста проявляются в наборе содержательных категорий, таких, как:

- 1) когезия (формальная связность текста, его внешняя спаянность);
- 2) когерентность (содержательная связность текста, его внутренняя спаянность);
- 3) проспекция (направленность информации вперед);
- 4) ретроспекция (направленность информации назад);
- 5) информативность, или содержательность (направленность на раскрытие концепта произведения);
- 6) интенциональность (потенциальное содержание речевого произведения в соответствии с намерениями автора текста);
- 7) модальность (выражение отношения автора текста к отображаемому предмету, явлению, фрагменту действительности; иначе – субъективность, которая наслаивается на объективное отражение действительности);
- 8) прагматическая направленность (побуждение к ответной реакции в расчете на ответное действие адресата, которое может быть либо внешне выраженным поступком, либо ответным речевым действием);
- 9) интертекстуальность (включение одного текста в другой, что позволяет связывать тексты разных эпох, разноречивые тексты, тексты, относящиеся к разным жанрам; наложение одного текста на другой);
- 10) определенность / неопределенность (актуализация имени, демонстрация его единственности в описываемой ситуации или выражение отношения имени к классу подобных ему феноменов);

11) ситуативность (привязанность текста к определенной ситуации, включенность текста в речевую ситуацию).

Применительно к художественному тексту выделяют еще и такие категории, как локально-темпоральная отнесенность (выражение времени и пространства в тексте); антропоцентричность (подчиненность всего изложения задаче характеристики субъекта (героя, персонажа); системность (подчиненность локальных и глобальных средств выполнению единой задачи) и некоторые другие.

Представленный перечень содержательных категорий – это своеобразная попытка лингвистики текста найти «текстообразующие закономерности, пригодные для всех видов текстов», поэтому не случайно текстовые содержательные категории еще называют и критериями текстуальности.

Понятно, что не весь набор категорий обязательно представлен в тексте, но в любом тексте присутствуют те или иные категории; как правило, обязательно обнаруживаются категории когезии, когерентности, информативности, намеренности и модальности.

Проецируясь на реальное высказывание, категории текста выражаются разными языковыми формальными средствами: каждой содержательной категории текста соответствует свой набор реализаций. К текстовым формальным средствам относят порядок слов, прономинализацию, лексические повторы, членение высказывания, перифрастические повторы, артиклизацию, тематическую прогрессию, союзные средства, частицы, подчеркивание и вынесение элемента и некоторые другие.

Таким образом,



Так, например, связность текста как признак может быть обнаружена в таких текстовых категориях, как когезия, когерентность, определенность / неопределенность, проспекция / ретроспекция, которые, в свою очередь, выражаются следующими формальными средствами: порядком слов, членением высказывания, прономинализацией (категория когезии), лексическим повтором, тематической прогрессией (категория когерентности), артиклизацией (категория определенности / неопределенности), перифрастическим повтором, подчеркиваем и вынесением элемента (категория проспекции / ретроспекции).

2.2.1. Связность текста

Связность текста обеспечивается за счет реализации межфразовых связей – связей, которые устанавливаются между отдельными высказываниями в контексте. Эти связи проявляются в том, что конкретное содержание и коммуникативная перспектива сообщения данного предложения обуславливается сообщением предыдущего.

Межфразовая связь может быть представлена:

а) эксплицитно – межфразовая связь получает «наглядное» выражение при помощи разного рода языковых средств (лексических, морфологических, синтаксических), называемых средствами межфразовой связи;

б) имплицитно – межфразовая связь не получает выражения при помощи отдельных средств; в самом широком смысле это оперирование содержанием, находящимся в сознании автора и получателя текста.

К языковым средствам межфразовой связи относятся лексические, морфологические и синтаксические средства.

1. Использование лексем в качестве средств межфразовой связи осуществляется следующим образом:

а) лексема из состава предыдущего предложения заимствуется последующим предложением (лексический повтор): *Наталья Николаевна последнее время много **писала**. **Написанное** ею, однако, никто так и не прочитал (З. Гиппиус. Воспоминания); С конца ноября ждали **зиму**. **Зима** пришла только с февраля, но была мягкой и влажной (Л. Толстой. Воскресенье);*

б) лексема из состава предыдущего предложения оказывается синонимичной или антонимичной лексеме или сочетанию лексем последующего предложения: *И лето тянулось бесконечно долго. Теперь в городе стояла **адская сушь**. Угловой дом подворья жарился на солнце. По ночам от **духоты** кровь стучала в голову (И.А. Бунин. Деревня); Сидеть дома в тишине перед горящим камином было **хорошо**. **Плохо** было то, что не с кем было поделиться этой тихой радостью (И. Бродский. Сын цивилизации);*

в) лексема из состава предыдущего предложения оказывается ассоциативно заменимой лексемой или сочетанием лексем последующего предложения: *Всюду налило **свинцовых луж**, все стены потемнели **от дождя**. Чуть **моросило**, «но, верно, к обеду опять **польет**», – подумал Тихон Ильич (И.А. Бунин. Деревня); Сашенька **завтракал** у себя дома, в Бутове. **Кухня** у него большая, с видом на детский парк (журн.).*

2. К морфологическим средствам связи относятся:

а) модальные глаголы в сочетании с инфинитивом, которые проецируют последующее сообщение: *Пользуясь случаем, **хочу поздравить** всех, кто начинает учиться, – в школе, в институте. Будьте смелее, активнее, любите жизнь (газетн.); **Следует** сначала **ответить** на ваш вопрос. Если у меня нет общих интересов с человеком, то зачем поддерживать с ним отношения (газетн.);*

б) имя числительное, которое встроено в целый ряд числовых перечислений: *Моя работа отличается от других только **по степени** своей ответственности. **Во-первых**, всегда присутствует степень вины за то, что*

я что-то не так сделала. **Во-вторых**, мне всегда кажется, что я в чем-то не доработала закон об образовании, не сумела сделать так, чтобы Дума меня поддержала (из интервью с Е.Е. Чепурных); **Два** горных испытания ожидают водителей. **Первое** – в Мейсене. **Второе** – в Бадене (газетн.);

в) модальные слова с композиционно-союзной функцией: *В промежутке между Пантелеем и треугольником светилось окно невысокой избы. Следовательно, обоз стоял в деревне* (А.П. Чехов. *Степь*); *Жить становится настолько интересно, что в одной жизни теперь должно быть несколько судеб. Кстати, передовые тенденции западного образования это учитывают* (газетн.);

г) местоимения и местоименные наречия: *Когда я училась в Ставропольском пединституте, у нас был преподаватель Максим Петрович Заикин. Этот человек помог мне сформировать мое мировоззрение, научил анализировать и делать выводы. Он преподавал нам новейшую историю совершенно нестандартно. Он заставлял нас думать, делать выводы и потом куда-то двигаться* (из интервью с Е.Е. Чепурных); *Каббала утверждает, что в течение жизни в человеке сменяется очень много душ. Тогда что такое Я человека – то, что присутствует в нем неизменно* (из интервью с М. Лайтманом);

д) вопросительные слова (вопросительные местоимения и наречия), которые проецируют последующее высказывание: – *Чем должен руководствоваться человек, чтобы поступать правильно? – Вопрос некорректный, поскольку в человеке разум и чувства – это единая система* (из интервью с М. Лайтманом); – *Почему вы решили баллотироваться в мэры города? – Хочу навести порядок в городском хозяйстве* (газетн.);

е) союзные средства (союзы и союзные слова): *Человек должен строить свою жизнь, исходя не из возможностей, а из желаний. Потому что профессионал – это не тот, кто много знает, а тот, кто умеет знать в нужное время и в нужном месте* (газетн.); *Совестно было выдавать чужим людям свои приятные мысли. Но в то же время неудержимо хотелось поделиться радостью* (А.П. Чехов. *Степь*);

ж) частицы: *Если говорить про политику, то я был большим поклонником Сахарова. Даже ездил специально в Горький посмотреть, где он жил* (из интервью с Ю. Грымовым); *Все, что человек узнает о мире, он узнает внутри себя. Только ему одному и известно, что с ним происходит* (из интервью с М. Лайтманом).

3. Среди синтаксических средств связи наиболее сильными являются порядок слов и эллипсис последующего предложения: *Появилось слово «прокламация». Прокламации вешали грузины. Грузинов вешали казаки. Мои товарищи грузины. Я стал ненавидеть казаков* (В. Маяковский. *Из воспоминаний*); *Сделать все для своих детей – это значит научить их самостоятельности. В том числе – знать цену деньгам* (из интервью с М. Козаковым).

С точки зрения структурно-семантической и в зависимости от характера синтаксических связей между высказываниями в тексте выделяются два основных типа связности: цепная связь и параллельная связь. Связность

первого типа наблюдается, когда высказывания соединены непосредственно друг с другом, зависят друг от друга или взаимоосмысливаются. При цепной связи происходит сцепление каждого предложения с последующим (или последующими) посредством повторения в том или ином виде какого-либо члена предыдущего предложения, развертывания части его структуры в последующем предложении. Повтор в данном случае выражает структурную соотнесенность предложений, их теснейшую связь (*По официальным статистическим данным в России более миллиона беспризорных детей. Но статистика не способна дать реальную картину происходящего: абсолютное большинство беспризорников являются таковыми уже при живых родителях. Одни убегают из дома, не желая жить в ежедневном кошмаре. Другие же, не имея родительского участия и тепла, бегут от скуки. Круглые сироты, сбежавшие из детского дома, которым действительно негде жить, составляют очень небольшую часть беспризорников. Таким образом, показатель беспризорности напрямую зависит от состояния семей*). Интенсивность взаимосвязи высказываний в тексте может достигать различной степени, и сама цепная связь носит различный характер в зависимости от параметров текста.

Связность параллельного типа (связность по соотнесенности) наблюдается, когда отдельные высказывания связаны только с темой текста, а не непосредственно друг с другом. Предложения при этой связи не сцепляются друг с другом, а в зависимости от лексического наполнения конструкций сопоставляются или противопоставляются одно другому. Для осуществления параллельной связи применяется такое средство, как параллелизм построения предложений, выражающийся в использовании глаголов с единым временным планом, одинакового порядка слов, анафорических элементов и т. п. (*И вот наступает новый день. Солнечные лучи ласкают лицо спящего мальчишки. Кажется, что стоит только сменить декорации, и все изменится. Кажется, что жизненные силы сделают организм малыша крепким и здоровым. Но это не так. Пока наше общество будет жить одним сегодняшним днем, количество беспризорников будет расти*). Из характера параллельной связности вытекает, что она остается одинаковой на протяжении всего текста, то есть степень, характер отношения и интенсивность прикрепления к общей теме или общей коммуникативной цели не подвергается изменениям, оставаясь стабильной.

В структуре текста, однако, встречается сочетание обоих типов связности. Такую связь называют смешанной. (*Они смотрят на тебя так, как будто кроме тебя в мире ничего больше не существует. Они смотрят так, как будто ты – это единственное, что им может помочь. Ты надолго запомнишь этот взгляд. Он будет действовать на тебя и после этой случайной встречи. Глаза – это их инструмент. Это их главное оружие*).

2.2.2. Целостность текста

Такой признак текста, как целостность, предполагает единство замысла некоей семантической программы, реализуемой в тексте. Только тот речевой отрезок именуется целостным, в основе которого лежит некое смысловое единство, которое, в свою очередь, достигается действием текстовых интегративных сил. Интегративные силы – явления, обеспечивающие отношения между частью и целым, связующие единицы разных уровней; это своеобразная мобилизация текстом всех элементов, подчинение задаче выражения единого смысла. В результате интеграции текстом его компонентов каждая единица в составе текста оказывается под определенным воздействием текста, что ведет к качественному своеобразию языковой единицы, реализации периферийных (вторичных) кодовых значений, активизации ассоциативных и коннотативных значений, появлению новых, а также изменению функционирования уже существующих языковых единиц.

Подобное воздействие текста на элементы, его составляющие, возможно благодаря тому, что текст как целое всегда включен в речевую или контекстуальную ситуацию и всегда находится во взаимодействии с энциклопедической информацией.

Важную роль в создании интегративного единства текста отводится теме текста, которая сохраняется на протяжении всего текста, обеспечивая тем самым его целостность.

Тема текста – это выраженное содержательное ядро текста, сопоставимое с авторским замыслом в целом. Отражая затекстовую реальность, тема является функционально-семантической категорией, обобщенную семантику которой можно сформулировать лишь абстрактно: «предмет речи целого текста».

В крупных текстах тема делится на подтемы, или субтемы, отражающие содержание относительно самостоятельных частей целого текста.

Роль смыслового ядра речевого произведения для темы текста обеспечивается употреблением в тексте единиц с повторяющейся семой, которые создают тематическую сетку, или тематическое поле текста. Для тематического поля важно наличие семантической общности составляющих его единиц. Та сема, которая выделяется в тексте композиционно, которая наиболее частотна и имеет наибольшее количество семантических связей, и будет (с помощью соответствующей номинации) выразителем темы целого текста (например: *наука – великие открытия – границы познания – научные гипотезы – стремление к новому – необходимость эксперимента – достижения мирового разума – картина мира – новая информация – стремление понять мир и т. д.*).

Наиболее важны в тематическом поле непосредственные наименования предмета речи – предметные номинации. В тексте они связаны между собой отношениями функционально-текстового тождества (например: *Старая Ладога – место, где тридцать три года правил веций Олег – центр бестолковой Руси – небольшая деревня библейского возраста, или трансплантация – операция по пересадке органов – эта операция – пересадка органа – сложнейшая процедура пересадки – «капремонт» органа*).

Цепочка таких наименований, проходящая через весь текст и содержащая в себе представление предмета речи, – это основная тематическая цепочка текста, смысловое единство которой строится на тождестве номинаций референта речи. Основная тематическая цепочка (в работе над текстом это так называемые ключевые слова) распространяется на весь текст и затрагивает его сильные позиции.

Сильные позиции текста – это еще один существенный фактор, обеспечивающий интегративное единство текста, его целостность.

К сильным позициям, которые, будучи противопоставлены корпусу текста, привлекают внимание читателя и слушателя, относятся:

- а) заглавие текста;
- б) начало, или первая фраза текста;
- в) окончание, или последняя фраза текста.

Некоторые исследователи к сильным позициям текста относят эпиграф, посвящение, предисловие, примечание и некоторые др.

Цель сильных позиций – выведение основной информации текста в коммуникативный фокус. Выявление сильных позиций текста и их понимание способствует быстрому извлечению не только содержательной, но и оценочной информации (особенно в газетных информирующих и аналитических текстах, научно-популярных текстах, а также в текстах художественных произведений), поэтому именно сильные позиции текста являются первыми смысловыми ориентирами в работе над текстом любого жанра.

Заглавие

Заглавие с лингвистической точки зрения является именем текста, с семиотической точки зрения – первым знаком текста. В содержательной структуре произведения заглавию принадлежит существенная роль: оно является организующим элементом текста, во-первых, выражающим в концентрированной форме основную тему (идею) произведения (например: *«Сказка о том, как один мужик двух генералов прокормил»*, *«С ума сойти»*, *«Светлая кисть пастыря»*, *«Здесь вам не Чикаго, здесь климат иной»*, *«Где вы, елки-палки?»* *«Старые клячи начинают и выигрывают»*).

Заголовок текста имеет свои функции и форму, которые находятся в сложном взаимодействии друг с другом, взаимосвязаны и взаимообусловлены. Заглавию вообще (независимо от типа текста) присущи пять основных функций:

- 1) номинативная;
- 2) информативная;
- 3) рекламная;
- 4) апеллятивная;
- 5) эмотивная.

Номинативная функция заголовка – функция обозначения текста, его название, выделение его тем самым среди других текстов (*«Мир по Эйзенштейну»*, *«Дети бездны»*).

Информативная функция заголовка – функция выражения содержания текста («*В деревнях угоняют тракторы*», «*Записки о трансплантации*»).

Рекламная функция заголовка – функция привлечения внимания читателя к тексту («*Тайная наука*», «*Воспоминания о будущем*»).

Апеллятивная функция заголовка – функция установления контакта между автором текста и читателями («*Шоу должно продолжаться?*», «*Как это назвать?*»).

Эмотивная функция заголовка – функция отражения отношения автора к сообщению («*Искусственная жизнь*», «*С ума сойти!*»).

Множество функций заглавия текста объясняется тем, что оно выступает актуализатором практически всех текстовых категорий и является организующим элементом текста.

Изучение целостности текста, по мнению исследователей, выходит за рамки традиционной лингвистики в область психологии речи, то есть психолингвистики. Если в тексте нарушен принцип целостности, то следует говорить о связном, но не целостном тексте, так называемом обесмысленном тексте (например: *В огороде бузина, а в Киеве дядька*). И наоборот, существуют тексты не связные, но целостные, где многое понятно из общей для говорящего и слушающего речевой ситуации. Пропуск связующего звена в этом случае используется как своеобразный прием при создании, например, анекдотов, юмористических рассказов, частушек.

2.2.3. Членимость текста

Будучи объектом высокой сложности, текст как результат воплощения мыслительной и творческой деятельности человека подвержен членимости (сегментации). Поскольку членение текста отражает членение мысли говорящего и связано с особенностями отражения окружающего мира в сознании человека, выявление и изучение единиц текста, изучение моделей, по которым они формируются, является до сих пор одним из актуальных направлений лингвистики текста.

Всякий связный текст членится на отрезки разной величины, которые связаны друг с другом и в то же время отграничены друг от друга содержанием, в них заключенным.

В результате синтактико-смыслового членения текста в нем выделяют такие единицы, как сверхфразовое единство, линейно-синтаксические цепи, одиночные предложения. Разделение же текста на разделы, главы, параграфы, части, пункты происходит в процессе композиционно-смыслового (а точнее – композиционно-стилистического) членения.

Говоря о единицах текста, исследователи упоминают *абзац*, который рассматривается либо как синтаксическая единица, большая, чем предложение, либо как композиционно-стилистическая единица, лишенная грамматической формы.

Термин *абзац* (нем. Absatz – сдвиг, отступ) используется в типографском деле в значении «красная строка», в лингвистике – для обозначения отрезка текста от одной красной строки до другой. Однако лингвистическая природа

абзаца остается до конца невыясненной. Большинство исследователей сходятся на том, что в тексте абзац – единица не лингвистическая, как сверхфразовое единство, линейно-синтаксические цепи и одиночные предложения, а композиционная, выделяемая наряду с параграфами, главами, разделами текста.

Абзац - 1) это своеобразный знак препинания, оформляющий завершенные в смысловом отношении отрезки текста, протяженность которого не имеет фиксированного характера и зависит от художественного замысла конкретного произведения; 2) некий законченный тематический фрагмент текста, представляющий собой определенное единство содержания.

Назначение абзаца в тексте заключается в следующем:

- 1) оформить начало новой мысли и в то же время сигнализировать об окончании предшествующей;
- 2) экспрессивно выделить важные в композиционном и смысловом отношениях фрагменты текста;
- 3) графически выделить композиционно-синтаксические единицы текста;
- 4) ритмически расчленить текст на части.

Границы абзаца не всегда совпадают с границами синтаксических текстовых единиц. Они совпадают в тех случаях, когда объективному членению текста на отдельные микротемы отвечает субъективное отношение автора к содержанию создаваемого им текста, когда он намерен выделить, подчеркнуть ту или иную деталь или, наоборот, объединить два или более отдельных высказываний, каждое из которых обладает определенным единством. Состав абзаца нередко ограничивается одним высказыванием, однако в большинстве случаев абзац включает в себя синтаксические единицы, содержащие ввод (зачин), комментарий и концовку информации (*Сколько бы мы ни говорили, что образование только учит обращаться с понятийным аппаратом и ориентироваться в справочном материале, учения без запоминания и зубрежки не бывает. Зубрил мы ненавидим с детства, и это хорошо, это правильно. Но как бы нам научиться сочетать эту благородную ненависть с умением помнить то, что нам необходимо, да и не только ради экзаменов, а для дальнейшей жизни? Будем же хитрыми. Будем пользоваться уловками и приемами. Будем запоминать без зубрежки. Станем мнемониками.*)

Абзац, таким образом, – это способ субъективного членения текста, связанный с прагматической установкой и индивидуальной манерой автора. Членение текста на абзацы способствует продвижению информации в одном определенном направлении и делает текст адекватно и легко воспринимаемым.

Вопросы

1. Что является предметом изучения лингвистики текста?
2. Что называется текстом?
3. Какие признаки текста выделяются учеными?
4. В каких текстовых категориях проявляются признаки текста?
5. За счет каких языковых средств обеспечивается формальная связность текста?

6. В чем заключается специфика связности линейного типа и связности параллельного типа?
7. Какой текст считается целостным?
8. Что такое тема текста?
9. Какие позиции текста относятся к сильным и каково их назначение?
10. Каковы основные функции заглавия?
11. Что такое абзац и каково его назначение?

Задания

1. Определите способы формальной связности в данном тексте.

Заросшая дорога ведет через старый сосновый лес. Он растет на песчаных холмах, сменяющих друг друга с равномерностью широких морских валов. Эти холмы — остатки ледниковых наносов. На вершинах их цветет много колокольчиков, а низины сплошь заросли папоротником, листья которого с изнанки покрыты спорами, похожими на красноватую пыль.

Лес на холмах светлый, он залит солнцем и в нем далеко видно.

Лес этот тянется неширокой полосой (километра на два, не больше), а за ним открывается песчаная равнина, где зреют, поблескивая и волнуясь под ветром, хлеба. За этой равниной простирается, на сколько хватает глаз, дремучий бор.

Над равниной плывут особенно пышные облака. Может быть, так кажется потому, что широко видно все небо. Пересекать равнину нужно по меже между хлебов, заросшей репейником. Кое-где на меже большими разливами синеют твердые колокольчики приточной травы.

Все, что я мысленно представил сейчас,— только преддверие лесов. В них входишь как в огромный, полный тени, громадный собор. Надо первое время идти по узкой просеке мимо пруда, покрытого ряской, как твердым ярко-зеленым ковром. Если остановиться около пруда, то можно услышать тихое чавканье — это пасутся в подводной траве караси.

Потом начинается небольшой участок сырого березового леса с блестящим, как изумрудный бархат, мхом. Там всегда пахнет палым листом, оставшимся на земле от прошлой осени.

За березовым перелеском дорога круто подымается на песчаный обрыв. Сырая низина остается позади, но легкий ветер изредка доносит и сюда, в сухой и жаркий лес, йодистый воздух этих низин.

На пригорке сижу на горячей хвое. Все, к чему ни прикоснешься,— сухое и теплое: старые и давно уже пустые сосновые шишки, желтые, прозрачные и трескучие, как пергамент, пленки молодой сосновой коры, пни, прогретые до сердцевины, каждая ветка, шершавая и пахучая. Даже листочки земляники — и те теплые. Старый пенёк можно разломать просто руками и насыпать себе на ладонь горсть коричневой горячей трухи (*К. Паустовский. Золотая роза*).

2. Проанализируйте содержательную связность текста.

Итак, ни геология, ни океанография, ни геофизика ни другие науки о «мертвой» природе, ни науки о природе живой: зоогеография и фитогеография

— не в состоянии дать окончательный ответ на вопрос о том, была ли Пацифида (высокоразвитая цивилизация, существующая на огромном материке в Тихом океане, затонувшем несколько веков назад в процессе глобальной катастрофы). Но, быть может, мы найдем его у наук, изучающих человека: археологии, фольклористики, этнографии? Все-таки здесь мы имеем дело не с «мертвой» природой и не с безгласными животными и растениями, а, так сказать, с братьями по разуму, с поколениями древних обитателей океанийских островов.

Мы уже приводили образцы фольклора полинезийцев: легенды о «потопе», о катастрофе, в результате которой погибла суша в Тихом океане. К сожалению, внимательно прочитав текст «Рассказа о предках жителей атолла Хао», можно убедиться, что в нем заметно влияние библейского сказания о потопе. Это влияние чувствуется и в гавайской легенде о гибели континента «Солнечное сплетение Кане». Например, имя мудрого волшебника Нуу, спасшего от гибели людей, — это искаженное имя библейского Ноя.

Сторонники Пацифиды ссылаются на эти тексты, как на свидетельства очевидцев гибели материка в волнах Тихого океана, дошедшие до нас с незапамятных времен, а их противники совершенно резонно указывают на библейские мотивы в этих преданиях. К счастью, исследователям удалось записать тексты, гласящие о потоплении земель и островов, в которых нет ни «потопа», ниспосланного за грехи людские, ни библейского Ноя или его полинезийского двойника. И, что самое примечательное, эти тексты были записаны на острове, который является самым подходящим кандидатом на то, чтобы считаться последним остатком Пацифиды, причем Пацифиды «человеческой», населенной высокоцивилизованным народом. Этот остров — Остров Пасхи, или Пуп Земли, как называют его сами полинезийцы.

Норвежской археологической экспедиции удалось отыскать на острове Пасхи тетради, покрытые иероглифическими знаками и латинскими буквами, которыми записаны были старинные предания и мифы. Среди текстов, записанных латинскими буквами, оказалась и легенда о сотворении острова Пасхи. Анализом и переводом этих знаков и текстов занималась группа ленинградских исследователей (в том числе и автор этих строк) и пришла к выводу, что фольклорные тексты дают нам ту же картину, что и данные науки о Земле: факты могут быть истолкованы как в пользу существования Пацифиды, так и против этого.

Таким образом, вопрос о существовании на Земле затонувшего древнего континента остается в науке до сих пор открытым (*А. Кондратов. Загадки Великого океана*).

3. Выявите тему текста, укажите сильные позиции в тексте. Определите, соответствует ли заголовок содержанию текста.

«Весна» ВГПУ

Все ее так долго ждали, и вот она пришла — весна. В заповедник ВГПУ тоже пришла «Весна», и студенты всех факультетов каждый по-своему встречают ее...

«Студенческая Весна-2006» гостила у нас ровно 10 дней: с 3 по 13 апреля. За это время члены глубокоуважаемого жюри сделали свой нелегкий выбор: третье место занял физико-математический факультет, второе — факультет иностранных языков, а первое поделили психолого-педагогический факультет и факультет физкультуры и безопасности жизнедеятельности.

«Любовь — это, прежде всего, ответственность за любимого человека», — об этом очень кстати вспомнил физмат, ведь потепление сказалось не только на растаявших сугробах, но и на «оживших» в преддверии фестиваля студентах. Весна разбудила многих и вдохновила на подвиги ради родного факультета. Вот, например, Сергей Брысев, культорг факультета физкультуры и безопасности жизнедеятельности, оттепели посвятил целый монолог, который на «Ура!» приняли зрители. А других потянуло на лирику (если так можно сказать о новой песне студентов факультета художественного образования), в которой они горько сожалели об ушедших навсегда годах. Не рановато ли? А студенты психолого-педагогического факультета воспользовались методами аутотренинга и самовнушения и заявили, что их факультет — «кладезь талантов» — лучший.

Отрадно, что старые песни и классическая литература все еще вдохновляют на создание качественных номеров. Пожалуй, ни одно выступление на «Весне» не обошлось без песен из далекого прошлого.

«Весна-2006» преподнесла нам много сюрпризов. Участники фестиваля доказали, что способны на многое. В целом картина получилось достаточно позитивная, солнечная. И жюри тоже решило не отставать. В этом году была введена новая система голосования. «Смайлики», символизирующие голоса судей, щедро раздавались... четырем факультетам, которые и заняли призовые места. Интрига сохранялась до самого конца, пришлось даже по телефону со сцены «побеспокоить» отсутствовавшего на гала-концерте председателя жюри проректора Галину Петровну Иванову. Именно ее выбор и определил исход голосования.

Что ж, нам остается только поздравить не только победителей, но и всех студентов ВГПУ с тем, что «Весна» состоялась (*из газеты «Учитель»*).

4. Определите, что создает целостность следующего текста.

Музыка — младшая сестра языка

Звуковой язык человечества во всех своих многочисленных и различных вариантах возник как средство обобществления человеческого знания об окружающем мире — знания, рождающегося в активной трудовой деятельности человеческого коллектива. Слово стало не только абстрактным носителем частицы знания о мире: оно смогло и выражать **отношение** человека к миру. Это отношение тоже стало достоянием других людей, общим достоянием человечества.

Да и само оно, это отношение, это переживание себя в мире, исключительно доступно только лишь Человеку.

И вот рядом с миром слова возник еще один, новый мир: мир обобществленного чувства, выраженного в образах, которые создаются человеком специально для этой цели.

Рождается первобытная живопись и первобытная скульптура. Рождается **музыка**.

Ученые расходятся в том, как она родилась. Чаще всего думают, что музыка явилась результатом звукоподражания. Но ведь в природе нет чисто звуковысотных различий, то есть нет образцов, на которые мог ориентироваться создатель первой гаммы. Да и для чего ему было «останавливать», закреплять в памяти звук определенной высоты, чтобы сопоставить его с другими?

Вероятнее всего, первые фиксированные звуки определенной высоты были речевыми звуками, то есть единственными звуками, **уже имевшими для человека значение**. Недаром музыковеды, исследовавшие музыку архаичных по культуре современных народов, таких, как аборигены Огненной Земли в Южной Америке или ведды Шри Ланки, отмечают, во-первых, полное отсутствие у них музыки вне пения, во-вторых, поразительное сходство в музыкальной структуре напевов. Подавляющая часть этих напевов состоит из последовательности двух-трех тонов, очень близких по высоте. Таковы же речитативные напевы и некоторых народов более высокой культуры, например, африканских хауса: это то же чередование двух тонов, разделенных малым интервалом. Музыка похожа здесь на слепок речи.

Родившись из тембрального, речевого слуха, музыкальный слух — еще один физиологический механизм, доступный только человеку, — выделился в самостоятельную систему и развивался вместе с развитием самой музыки.

Звуковысотный, музыкальный слух, как и речевой, имеет дело не с отдельными звучаниями, а с их отношениями. И недаром музыковеды говорят о музыкальной речи.

Интересно, что потом музыка снова вернулась в речь. А может быть, она с ней и не расставалась?

Описано множество языков, в которых звуковысотные различия служат вспомогательным средством для различения отдельных слов или даже выступают как признак отдельного слога. Эти языки: литовский и сербохорватский, шведский и норвежский, японский и айнский, большая часть

языков Африки, множество индейских языков Америки, китайский, вьетнамский, тайский, бирманский, австронезийские, многие папуасские.

Советский психолог А.Н. Леонтьев, исследовавший формирование у человека звуковысотного слуха (а большинство людей, специально не учившихся музыке, в этом смысле глухи, у них не сложилась соответствующая физиологическая система), заметил, что среди вьетнамцев практически нет «звуковысотно глухих».

Мы только что сказали о музыкальных тонах как средстве различия целых слов, из чего видно, что, спустившись на уровень отдельной фонемы и

слога, звук не перестал использоваться для обозначения предмета или какого-либо понятия.

В этом смысле мы говорим об **ударении**.

Ударение может иметь разную природу: быть музыкальным или силовым, то есть использовать различия по высоте основного тона или по силе звука. Но нет ни одного языка, больше того, нет ни одного слова ни в одном языке, где не было бы ударения.

Ударение — осколок первобытного звука, только теперь первобытный звук получил совершенно новую, никогда не существовавшую ранее функцию.

Но речь — не простая сумма слов. Слова сливаются в целостное высказывание. И то, что его цементирует, то, что указывает на его цель (вопрос, побуждение, восклицание), то, что позволяет выделить в нем самое важное для говорящего и т. п. — это, конечно, опять-таки звук, который называется в этом своем обличье **интонацией** высказывания.

Интонация — тоже осколок первобытного, наверное, даже животного звука, недаром «неговорящие» животные, неспособные подражать звукам человеческой речи, порой довольно точно воспроизводят человеческую интонацию.

Через звук — звук речи — мы усваиваем все богатство знания социального опыта. Через звук — звук музыки — учимся не только мыслить, но и чувствовать (*А.А. Леонтьев. Мир человека и мир языка*).

5. Разбейте текст на абзацы и мотивируйте их выделение.

Может быть, эти сумерки и были причиной того, что внешность прокурора резко изменилась. Он как будто на глазах постарел, сгорбился и, кроме того, стал тревожен. Один раз он оглянулся и почему-то вздрогнул, бросив взгляд на пустое кресло, на спинке которого лежал плащ. Приближалась праздничная ночь, вечерние тени играли свою игру, и, вероятно, усталому прокуратору померещилось, что кто-то сидит в пустом кресле. Допустив малодушие — пошевелив плащ, прокуратор оставил его и забежал по балкону, то потирая руки, то подбегая к столу и хватаясь за чашу, то останавливаясь и начиная бессмысленно глядеть в мозаику пола, как будто пытаясь прочесть в ней какие-то письма. За сегодняшний день уже второй раз на него пала тоска. Потирая висок, в котором от адской утренней боли осталось только тупое, немного ноющее воспоминание, прокуратор все силился понять, в чем причина его душевных мучений. И быстро он понял это, но постарался обмануть себя. Ему ясно было, что сегодня днем он что-то безвозвратно упустил, и теперь он упущенное хочет исправить какими-то мелкими и ничтожными, а главное, запоздавшими действиями. Обман же самого себя заключается в том, что прокуратор старался внушить себе, что действия эти, теперешние, вечерние, не менее важны, чем утренний приговор. Но это очень плохо удавалось прокуратору. На одном из поворотов он круто остановился и свистнул. В ответ на этот свист в сумерках загредел низкий лай, и из сада выскочил на балкон гигантский остроухий пес серой шерсти, в ошейнике с золочеными бляшками. — Банга, Банга, — слабо крикнул прокуратор. Пес поднялся на задние лапы, а передние опустил на плечи своему хозяину, так что едва не повалил на пол, и

лизнул его в щеку. Прокуратор сел в кресло, Банга, высунув язык и часто дыша, улегся у ног хозяина, причем радость в глазах пса означала, что кончилась гроза, что он опять тут, рядом с тем человеком, которого любил, уважал и считал самым могучим в мире, повелителем всех людей, благодаря которому и самого себя пес считал существом привилегированным, высшим и особенным. Но, улегшись у ног и даже не глядя на своего хозяина, а глядя в вечеряющий сад, пес сразу понял, что хозяина его постигла беда. Поэтому он переменил позу, поднялся, зашел сбоку и передние лапы и голову положил на колени прокуратору, вымазав полы плаща мокрым песком. Вероятно, действия Банги должны были означать, что он утешает своего хозяина и несчастье готов встретить вместе с ним. Это он пытался выразить и в глазах, скашиваемых к хозяину, и в насторожившихся наостренных ушах. Так оба они, и пес и человек, любящие друг друга, встретили праздничную ночь на балконе (М.А. Булгаков. *Мастер и Маргарита*).

Основная литература

Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М. : Просвещение, 1981. – 140 с.

Кожевникова К. Об аспектах связности в тексте как целом / К. Кожевникова // Синтаксис текста. – М. : Наука, 1979. — С. 49–68.

Москальская О.И. Грамматика текста / О.И. Москальская. – М. : Высш. школа, 1981. – 183 с.

Николаева Г.М. Лингвистика текста. Теория текста. Текст / Г.М. Николаева // Лингвистический энциклопедический словарь. – М., 1990. – С. 508.

Тураева З.Я. Лингвистика текста / З.Я. Тураева. – М. : Просвещение, 1986. – 126 с.

Дополнительная литература

Бахтин М.М. Проблема текста / М.М. Бахтин // Вопросы литературы. – 1976. — №10. – С. 122—151.

Вежбицка А. Метатекст в тексте / А. Вежбицка // Новое в зарубежной лингвистике. VIII. – М. : Прогресс, 1978. – С. 302—315.

Гак В.Г. О семантической организации повествовательного текста / В.Г. Гак // Лингвистика текста : сб. науч. тр. / МГПИИЯ им. М. Тореца. – М., 1976. – С. 9-16.

Долинин К.А. Интерпретация текста / К.А. Долинин. – М. : Просвещение, 1985. – 288 с.

Золотова Г.А. Роль ремы в организации и типологии текста / Г.А. Золотова // Синтаксис текста. – М. : Наука, 1979. — С. 113 – 134.

Золотова Г.А. Композиция и грамматика / Г.А. Золотова // Язык как творчество. – М. : ИРЯ РАН, 1996. — С. 284 – 296.

Кожина Н.А. Заглавие художественного произведения: онтология, функции, типология / Н.А. Кожина // Проблемы структурной лингвистики. – М. : Высш. школа, 1986. – С. 44—62.

Кухаренко В.А. Интерпретация текста / В.А. Кухаренко. – М. : Просвещение, 1988. – 188 с.

Левковская Н.А. В чем различие между сверхфразовым единством и абзацем / Н.А. Левковская // Филол. науки — 1980. — №1. — С. 75—88.

Лотман Ю.М. Текст в тексте /Ю.М. Лотман // Труды по знаковым системам. XIV: Учен. зап. Тартуского ун-та. – Тарту, 1981. – Вып. 567. — 95с.

Редакторский анализ текстов различных функциональных стилей

Каждый текст принадлежит к тому или иному функциональному стилю, и для того чтобы обработка текста была эффективной, редактору нужно знать нормы функциональных стилей.

Термин *функциональный стиль* понимается, во-первых, в аспекте языка и, во-вторых, в аспекте речи (М.Н. Кожина, СЭС, с. 581).

Функциональные стили в аспекте языка – это исторически сложившиеся разновидности (подсистемы) литературного языка, обслуживающие коммуникацию в различных сферах общественной деятельности и наиболее адекватно выражающие характерные для этой сферы смыслы.

Функциональные стили в аспекте речи – это особый характер речи, который создается благодаря использованию набора языковых средств, соответствующего целям и задачам общения в определенной сфере, и их специфической организации.

Функциональный стиль (как функциональная разновидность языка и функциональный тип речи) создается под влиянием ряда экстралингвистических факторов.

Как отмечает М.Н. Кожина, экстралингвистические стилеобразующие факторы – это те явления внеязыковой действительности, в которых протекает речевое общение и под влиянием которых происходит отбор и организация языковых средств, то есть речь приобретает свои стилевые характеристики (СЭС, с. 624).

Среди них наиболее важными являются следующие: *сфера общения*, которая определяет вид *деятельности*, соотносимый с формой *общественного сознания*, *тип содержания*, которое необходимо передать, чтобы достигнуть *цели общения* в этой сфере, а также *условия коммуникации*.

На основе базовых экстралингвистических факторов формируется *конструктивный принцип* функционального стиля, определяющий *отбор* и *сочетание языковых единиц*, организующий эти единицы в систему.

При этом из общего фонда языковых единиц отбираются такие, которые способны наилучшим образом выразить специфику данного стиля, то есть происходит отбор единиц, соответствующий целям общения в той или иной сфере (СЭС, с. 93).

С 50-х выделяется пять функциональных стилей русского литературного языка: научный, официально-деловой, публицистический, художественно-беллетристический, разговорный.

С 90-х годов XX века к традиционно выделяемым пяти функциональным стилям добавляется церковно-религиозный стиль.

Функциональные стили различаются присущими каждому доминантными чертами: научный – отвлеченно-обобщенным характером, точностью и логичностью; официально-деловой – констатирующим и предписывающе-долженствующим характером речи; газетно-публицистический – социальной оценочностью; художественный – художественно-образной конкретизацией; церковно-религиозный – устремленностью к нравственным высотам, отсутствием категоричности, приподнятостью, архаичностью; разговорный – чувственно-конкретным характером речи, ее неофициальностью, непосредственностью.

В рамках каждого функционального стиля выделяются жанры, набор которых с течением времени изменяется.

Всю совокупность текстов каждого из функциональных стилей можно представить в виде поля. При этом ядро поля будут составлять те жанры, в которых общие стилевые черты и специфика стиля проявляется наиболее ярко, а дальнюю периферию – жанры, в которых наблюдается взаимодействие стилей, то есть присутствуют черты разных стилей, например, научного и официально-делового.

3.1. Нормы функциональных стилей

3.1.1. Научный стиль. Тексты научного стиля обслуживают сферу научной деятельности, которая соотносится с теоретическим уровнем общественного сознания (форма сознания – наука). Типовое содержание – научная информация.

Цель коммуникации – изложение и передача научного знания.

Адресант – абстрагированная личность ученого-специалиста.

Адресат – абстрагированная и типизированная личность специалиста или обучающегося.

Эти экстралингвистические факторы определяют общие стилевые черты текстов научного стиля. Ими являются: *обобщенно-отвлеченный характер* (научное знание отвлечено от конкретного, случайного: в научных текстах раскрывается сущность явлений, устанавливаются общие закономерности), *точность, объективность, подчеркнутая логичность* изложения, *неличный характер* (автор выступает как представитель научного коллектива, научной школы), *преобладание имен* (речь идет о сущностях).

Создаются эти черты благодаря отбору и организации языковых средств разных уровней.

Для текстов научного стиля характерно использование *абстрактной лексики* (что мотивировано их обобщенно-отвлеченным характером), *терминов* – как общенаучных, так и терминов данной конкретной науки – фразеосочетаний как *составных терминов* (что необходимо для точного

выражения смысла), *метафор* (для обозначения новых понятий) и *сравнений* (используются в качестве иллюстраций).

В целом этим текстам присущ именной характер, то есть имена употребляются в них чаще, чем глаголы. Частотны существительные на -ание, -ение, -ость, -ность; вещественные существительные могут употребляться во мн. числе (красная и желтая глины); наблюдается так называемое семантическое разложение глагола, когда вместо глагола используется сочетание глагола широкой семантики и существительного (например: *не испытывать, а производить испытание, не воздействовать, а оказывать воздействие*), в котором глагол передает только грамматическое значение, а основной смысл выражает существительное.

Прилагательные употребляются в уточняющем значении как часть составных терминов.

Характерная черта русских научных текстов – использование местоимения множественного числа первого лица в особой функции – для обозначения автора текста («мы авторское»), что связано с их неличным характером.

Глаголы в научных текстах употребляются преимущественно (80 % от общего количества) в несовершенном виде как более общем по значению, при этом настоящее время глагола имеет особое – вневременное – значение.

Среди синтаксических конструкций в текстах научного стиля частотны неопределенно-личные, пассивные и безличные конструкции (в этом отражается неличный характер текстов: *для этого берут ...*, *по окончании опыта отсчитывается, необходимо учитывать*), цепочки родительных падежей (что связано с именным характером текстов), сложные синтаксические конструкции (сложноподчиненные предложения с семантическими союзами, что необходимо для обеспечения точности выражения логических отношений между их частями). В связи частей текста также прослеживается подчеркнутая логичность. Они объединяются не только с помощью обычных средств межфразовой связи, но и с помощью вводных слов (*во-первых, во-вторых, следовательно, итак* и др.), наречий в отсылочной функции (*отсюда можно сделать вывод* и др.), специфических конструкций и оборотов связи (*теперь перейдем к вопросу о..., далее рассмотрим...*).

Композиция научных текстов отличается четким делением на главы, параграфы, абзацы.

Научный стиль реализуется в письменной форме, но также и в устном общении (дискуссии по научным проблемам, доклады, лекции и т. д.).

Состав жанров научного стиля достаточно разнообразен. К числу собственно научных текстов (*академических*), входящих в ядро поля, относятся монография, статья, диссертация, доклад, сообщение, выступление, научно-технический отчет. Ближнюю периферию составляют *информационно-реферативные тексты* (реферат, аннотация), *справочно-энциклопедические* (энциклопедия, словарь, справочник и т. д.), *научно-оценочные* (рецензия, отзыв, экспертное заключение), *научно-учебные* (учебник, учебное пособие, лекция), а дальнюю – *инструктивные* (инструкция, руководство, памятка, рекомендации, сопроводительная документация, методики, программы) и

научно-деловые (научная и техническая документация: патент, авторское свидетельство, описание изобретения, стандарт, а также управленческие тексты (акт, заявка, рекомендация, договор, рекламация, проект, постановление, решение, отчет, письмо и т. д.).

Как видно из перечня жанров, имеющих отношение к дальней периферии, научный стиль в этой части поля взаимодействует с официально-деловым.

В связи с ростом интереса к научным открытиям и необходимостью распространять знания среди тех, кто пользуется плодами наук, сформировался *научно-популярный подстиль* научного стиля.

При этом с изменением коммуникативной цели (знакомить с открытиями науки широкий круг читателей) и ситуации общения (специалист передает знания неспециалистам) меняется и характер текстов. Они приобретают такие черты, как *конкретность, доступность, занимательность*, в них автор может *повествовать* о событиях, связанных с решением научной проблемы, передавать драматизм ситуации, описывать свои чувства и состояния, то есть они имеют личный характер.

В научно-популярных текстах меньше используется абстрактная лексика; термины, конечно, присутствуют, но они поясняются с помощью общеупотребительных слов или примеров.

В таких текстах встречаются лексические единицы с эмоциональными и оценочными компонентами значения, метафоры, сравнения (*иранисты пришли в сильное волнение, сломленная натиском арабов, обнаружение этих материалов затмило все прежние находки, с понятным нетерпением, величественная картина* и др.).

Глаголы употребляются во всех видах и временах, но в частях повествующих – в прошедшем времени совершенного вида, а там, где излагается собственно научная информация, с неизбежностью появляется настоящее время несовершенного вида во вневременном значении.

Что касается прилагательных, то они выступают в изобразительной функции (например, *желтая терраса, толстые слои, ровная поверхность*) или передают эмоции и оценку автора (*изумительная картина*).

Синтаксис научно-популярных текстов, как правило, не отличается сложностью. Для выражения авторского отношения к тому, о чем говорится, используются повторы, восклицательные предложения, риторические вопросы и другие экспрессивные синтаксические конструкции.

Для достижения *занимательности* авторы прибегают к специальным приемам: ведут диалог с читателем, дают яркие описания, включают лирические отступления, используют увлекательный сюжет.

3.1.2. Официально-деловой стиль. Тексты официально-делового стиля обслуживают сферу права, управления, коммерции, внутри- и межгосударственных отношений.

Содержание деятельности, которая соотносится с такой формой сознания, как право, – выработка законов, решений, обеспечение их выполнения, регулирование отношений внутри государства, а также между государствами.

Цели и задачи официально-деловых текстов – *выражение предписаний* государства, властных структур, лиц, *констатация* состояния кого-либо, чего-либо.

Адресант – ролевая волеизъявляющая личность.

Адресат – исполнитель.

Ситуации общения – официальные, стандартные.

Общие стилевые черты официально-деловых текстов: *точность*, исключающая инотолкования; *стандарт* в оформлении, в использовании языковых средств; *модальность долженствования*.

Как и научные тексты, они имеют неличный характер (автор текста выступает в определенной социальной роли), в них преобладают имена (т. к. авторы оперируют понятиями, обозначающими субъектов правовых отношений и т. д.).

Эти стилевые черты – следствие отбора определенных лексических единиц, морфологических форм и синтаксических конструкций.

Для лексики официально-деловых текстов характерно наличие дипломатических, юридических, экономических терминов (*юридическое лицо, акт, законодательство* и др.), слов и устойчивых сочетаний, имеющих окраску официально-делового стиля (*надлежащий, вышеуказанный, нижеподписавшийся, наниматель, получатель* и др.) Активно используются в них стандартизованные обороты речи, клише (*в установленном законом порядке, в связи с истечением срока действия договора* и др.).

Отличительная черта этих текстов – отсутствие слов с эмоциональными и оценочными компонентами (за исключением некоторых жанров дипломатического подстиля). Вместе с тем в них встречаются архаизмы (*оный, таковой*), историзмы (*Ваше величество, Его превосходительство...*).

Для морфологии названных текстов характерно следующее:

- преобладание имен;
- использование существительных, называющих лицо по признаку, обусловленному действием или отношением: *свидетель, усыновитель, наниматель* и т. д.;
- существительные, обозначающие должности и звания, используются в форме мужского рода: *ответчик Петрова*;
- широко представлены отглагольные существительные на -ание, -ение с префиксом НЕ- : *невыполнение, несоблюдение, непризнание*;
- имя существительное не заменяется местоимением даже в соседних предложениях;
- обычны в текстах краткие прилагательные *должен, обязан, ответствен, подотчетен, подсуден* и т. д.
- частотны сложные отыменные (вторичные) предлоги: *в целях, в отношении, на предмет, в силу, в части* и т. д., уточняющие смысловые отношения;
- часто встречается неопределенная форма глагола (как наиболее ярко выражающая модальность долженствования);

- из спрягаемых форм глагола распространена форма настоящего времени (настоящее предписания): *следователь принимает меры, регистрация брака производится в назначенное время...*

Неличный характер текстов официально-делового стиля выражается в отсутствии местоимений 1 и 2 лица, частотности форм глаголов 3 лица в неопределенно-личном значении.

В синтаксисе официально-деловых текстов наблюдаются такие особенности:

- цепочки родительных падежей (*...вопросы обеспечения соответствия оплаты труда работников коллективов подразделений ВГУ*);
- конструкции со значением долженствования (*необходимо воспрепятствовать* и др.);
- пассивные конструкции (*платежи вносятся квартиросъемщиками, контракт заключается на пять лет...*);
- сложные предложения с союзной связью (семантическими союзами), позволяющее уточнять смысловые отношения между частями предложения (при этом особенно частотны сложноподчиненные предложения с придаточными условными).

В рамках официально-делового стиля выделяют следующие подстили:

- законодательный (обеспечивает координацию деятельности людей в сфере создания нормативных актов);
- юрисдикционный (действует в сфере применения законов в практике правоохранительных органов);
- административный (собственно административный и административно-коммерческий) – в сфере управления;
- дипломатический.

3.1.3. Публицистический стиль. Тексты публицистического стиля обслуживают сферу массовой информации и пропаганды.

Содержание деятельности (она соотносится с такими формами общественного сознания, как мораль и политика) – информирование о событиях, происходящих в стране и мире, их анализ и оценка.

Цель и задачи коммуникации – повышение уровня массового общественного сознания.

Адресант – конкретная личность или коллектив газеты, телеканала и т. д.

Адресат – массовый, типизированный получатель информации.

Ситуации общения – официальные.

Условия создания текстов – оперативность.

Публицистический стиль осуществляется в письменной и устной форме.

Общие стилевые черты – документализм (журналист говорит о конкретных фактах); обобщенность, абстрагированность (факты подвергаются анализу, осмыслению в контексте времени, жизни страны или мира в

целом); *экспрессивность* (связанная с выражением личной позиции и эмоций автора и *социальной оценкой* происходящего). Ученые отмечают также в этих текстах, с одной стороны, установку на новизну выражения (необходимо привлечь внимание читателя к материалу), с другой стороны – сочетание новизны в языковом оформлении со стандартностью, использование клише (сказывается нехватка времени на контроль за формированием мыслей). Характерная черта публицистических текстов – *доступность* изложения содержания (тексты адресованы массовому читателю).

Эти черты реализуются благодаря отбору следующих языковых средств.

В текстах публицистического стиля используется как нейтральная лексика, так и лексика различной функционально-стилистической принадлежности и экспрессивной окрашенности (речь идет не только о фактах, автор стремится выразить свое отношение к ним с тем, чтобы воздействовать на адресата и вызвать соответствующую оценку фактов).

Для усиления экспрессии, в частности для выражения оценки, используется книжная и разговорная лексика, имеющая в структуре значения оценочный компонент (благотворный, содейть, вотчина, смрад, грызня и др.), а также разговорная фразеология.

Однако оценочный компонент в тексте публицистического стиля может приобретать и неоценочная лексика, чаще всего книжная специальная (то есть терминология), при этом ее лексическое значение становится нетерминологическим, «размытым», и к этому значению добавляется компонент оценки: чересполосица – разобщенность (и это плохо), шоковая терапия (в экономике это плохо) и др. (Кстати, в газетных материалах начала перестройки экспрессивная лексика составляла 20 % – 25 %, а в «Комсомольской правде» даже 60 % – 75 %).

В использовании морфологических языковых средств газетные тексты не отличаются яркой спецификой. Здесь следует отметить частотность прилагательных в превосходной степени, так называемых интенсификаторов: *сложнейший, важнейший* и др., а также настоящее репортажа: *работают бетономешалки, КАМАЗы подвозят щебенку*.

Для синтаксиса текстов публицистического стиля характерны относительная простота построения предложений, что обеспечивает доступность текстов, и обилие экспрессивных синтаксических конструкций, в частности конструкций с эллипсисом, именительным темой, парцелляцией, инверсией, повтором, градацией, параллелизмом, единоначатием, усечением. Встречаются также номинативные предложения и периоды.

Основные жанры публицистического стиля: *информационные* (хроника, информационная заметка, интервью, репортаж); *аналитические* (статья, корреспонденция, рецензия); *художественно-публицистические* (очерк, фельетон, памфлет, эссе). В современной прессе рождаются новые жанры, специфика которых в настоящее время еще только начинает изучаться.

3.1.4. Художественно-беллетристический стиль. Тексты художественно-беллетристического стиля связаны со сферой эстетической деятельности, которая соотносится с искусством как формой общественного сознания.

Содержание деятельности – создание эстетически воздействующих словесных произведений.

Цель – эстетическое воздействие на читателя.

Адресант – творческая, одаренная личность.

Адресат – «друг-читатель», который через пространство и время откликается на сказанное автором.

Главная стилевая черта художественных текстов – *художественно-образная конкретизация*.

Как отмечает М.Н. Кожина, художественно-образная конкретизация – это такая речевая организация языковых средств, которая направлена на то, чтобы ее восприятие вызвало работу фантазии читателя (СЭС, с. 585).

Художественно-образная конкретизация достигается посредством *детализации, выдвижения, акцентирования* каких-нибудь моментов повествования. Внимание читателя задерживается на этих моментах, и он может «увидеть», «ощутить» предмет речи.

Другое средство конкретизации – *динамика* (в том числе и психологическая), которая связана с повествовательным характером текста. Движения (как физические, так и душевные) изображаются поэтапно, поэтому одно из средств художественно-образной конкретизации – глаголы (и отглагольные формы), которые оказываются в художественном произведении высокочастотными.

Наряду с глаголами в этих текстах широко представлены конкретные существительные и так называемые сенсорные прилагательные (обозначающие цвет, вкус, запах, ощущения, звук).

Кроме того, образная детализация и изобразительность достигается использованием эпитетов, метафор и сравнений, олицетворений, звукописи и звукоподражания.

Помимо художественно-образной конкретизации, для художественных текстов характерна *эмоциональность, экспрессивность*.

Реализация эстетической функции обуславливает отбор и закономерности функционирования языковых единиц в художественном тексте. Здесь действует принцип эстетической мотивированности отбора языковых единиц, принцип «сообразности и соразмерности», провозглашенный А.С. Пушкиным.

В художественном произведении встречаются лексические единицы различных стилистических пластов, от книжных до просторечных и диалектных, различные морфологические формы (в том числе устаревшие или диалектные и просторечные) и синтаксические конструкции. Их употребление мотивируется необходимостью дать речевую характеристику, например, персонажа из крестьян определенной местности и т. д. Значение отдельного слова формируется в контексте целого произведения (например, «Бесы» у

Ф.М. Достоевского и др.). Употребление слов в метафорическом, символическом, индивидуально-авторском значении выражает мысли и чувства автора, его взгляд на окружающее, создает неповторимую художественную картину мира.

К морфологическим особенностям художественных текстов можно отнести, как отмечалось выше, высокую частотность глаголов, их употребление в форме прошедшего времени совершенного вида (этого требует повествование о последовательно сменяющих друг друга событиях, изменениях физического и психического состояния персонажей), транспозицию времен (употребление одного времени в значении другого: *Завтра мы деремся и др.*).

Что касается синтаксиса, то при анализе художественного текста нужно обращать внимание не только на роль отдельных конструкций, но и на роль семантико-синтаксических фрагментов текста – описаний, повествований, рассуждений, на соотношение типов повествований (как композиционных единств, организованных точкой зрения автора, рассказчика, персонажей и характеризующихся относительно закрепленным набором конструктивных признаков и речевых средств).

Следует при этом помнить, что на протяжении XIX–XX веков в художественной литературе наблюдается процесс субъективации повествования, и в авторском повествовании все большее место отводится субъектной сфере персонажа, отражению его внутреннего мира. Поэтому в авторском повествовании можно встретить лексические единицы, характерные для речи персонажа или его среды (просторечия, диалектизмы, профессионализмы), синтаксические конструкции могут быть не закончены, не оформлены (отражают поток сознания персонажа).

3.1.5. Церковно-религиозный стиль – это функциональная разновидность литературного языка, обслуживающая сферу церковно-религиозной общественной деятельности, соотносящейся с религиозной формой общественного сознания (О.А. Крылова, СЭС, с. 612).

Содержание деятельности – изъяснение вероучения, оценка современных событий и фактов с точки зрения религиозных норм, советы, наставления.

Цели и задачи – просвещение аудитории, предложение вариантов решения общественных проблем в соответствии с положениями вероучения.

Адресант – церковный деятель.

Адресат – прихожанин, слушатель и зритель СМИ.

Ситуации общения – официальные.

Общие стилевые черты: *экспрессивность, приподнятость, отсутствие категоричности, архаичность.*

В текстах этого стиля используются следующие лексические единицы:

- нейтральная, межстилевая лексика (*полагать, делать, каждый*);
- книжная (*восприятие традиций, мировоззрение*);
- общественно-политическая (*проблемы беженцев, экономическая и социальная обстановка*);

- церковно-религиозная (*миряне, прихожане, инок*).

Что касается морфологических форм, то здесь используются формы, характерные для книжных стилей, а также те, которые придают речи архаический характер: причастия, деепричастия, архаические морфологические формы.

Для синтаксиса характерны пассивные конструкции, инверсия, повторы, градация, риторический вопрос и др. экспрессивные конструкции.

3.1.6. Разговорный стиль. Обслуживает сферу бытового общения, непосредственного или опосредованного техническими средствами; соотносится с обыденным сознанием.

Осуществляется в устной форме (устный диалог), а также находит отражение в бытовых письмах, в том числе и через Интернет; его особенности воспроизводятся в диалогах художественных произведений.

Содержание деятельности – общение, обмен информацией.

Коммуникативные цели и задачи – передача информации о внешнем мире, о личных переживаниях, а также воздействие на собеседника.

Адресант и адресат – конкретные субъекты.

Ситуации общения – неофициальные, нестандартные – чрезвычайно значимы для общения, тесно связаны с вербальным рядом.

Неофициальность общения, его личный характер, «сиюминутность», спонтанность речи, тесная связь речевого события с ситуацией обуславливает следующие черты разговорного стиля:

- 1) чувственно-конкретный характер речи;
- 2) непосредственность, фамильярность;
- 3) эмоциональная насыщенность;
- 4) оценочность;
- 5) экспрессивность;
- 6) логическая непоследовательность;
- 7) роль невербальных средств общения (интонация, жесты, мимика, поза).

Для разговорного стиля характерно употребление следующих лексических единиц:

- конкретной лексики («бытовизмы»: *кастрюля, ползунки, мойка* и т. д.);
- слов, содержащих эмоциональный, оценочный и/или образный компоненты (*малыш, восхитительный, лодырь, пылить, шипеть...*);
- слов с суффиксами субъективной оценки (*матерьяльчик, врушка, компашка...*);
- десемантизированной лексики (*эта музыка у них давно тянется; убери ты эту бандуру*);
- разговорных новообразований (*милиционерский свисток, начайтилась, кофеголик...*);

- разговорной фразеологии, которая также может быть окказиональной (*не мельтеши на взлетной полосе; он такой черный ящик...*);
- номинаций, образованных по специфическим моделям, характерным для разговорной речи: *вечерняя газета – вечерка, неотложная помощь – неотложка, минеральная вода – минералка, медицинская сестра – работать сестрой* (в этих случаях происходит семантическое стяжение: замена двух или нескольких слов одним).

Распространены также номинации, представляющие собой сочетание глагола с каким-либо распространителем, замещающим название предмета или лица: *Дай чем записать, чем руки вытереть, чем укрыться; принеси что постелить... Над вами живут / у них дети есть?* и т. д.

К особенностям морфологии относятся:

- отсутствие в речи причастий и деепричастий;
- уменьшение количества существительных, при этом существительные часто употребляются в форме Им. пад.;
- наличие особой звательной формы (*Мам! Мишк!*);
- употребление формы сравнительной степени прилагательных на -ей (*побыстрей, посмелей*);
- использование переходных глаголов без объектов (*Освобождайте, граждане! Ты любишь возглавлять!*);
- частое использование частиц (*ну, вот...*), междометий (*ой, ай, ах...*), междометных форм глагола (*бац, шварк...*).

Специфичен и синтаксис разговорного стиля. Здесь распространены:

- предложения со сказуемым, представляющим бессоюзное соединение полных глаголов (*забегу узнаю, схожу посмотрю*);
- эллиптические конструкции, в которых пропущен, но легко восстанавливается из ситуации какой-либо компонент (- *Где? – В 228; Положи под. Я к тебе* и др.);
- вставные конструкции (в чем проявляется ассоциативность построения речи, ее логическая непоследовательность): *Где нашла? Я уж забыла / покажи-ка, покажи-ка / куда их спрятала*;
- парцелированные конструкции: *Брось кошку! Сейчас же! И вымой руки!*;
- предложения, в которых вместо именного сказуемого с характеризующим значением использовано целое предложение: *Кино – с ума сойти можно!*;
- предложения с непрямым порядком слов: *Все хотят домой, устали потому что*;
- так называемые нечленные предложения («слова-предложения»), которые употребляются в речи как ответная реакция на ситуацию или сказанное собеседником: *Привет! Пока! Да. Нет. Разумеется. Еще бы. Как бы не так! Ну и ну! Вот еще!* и др.;

- фразеологизированные предложения: *Ребенок как ребенок; Праздник не в праздник...*;
- повторы: *У нас на даче кот потерялся. А потом нашелся – на утро на следующее; Ходил – ходил, да ничего не выходил;*
- конструкции с плеонастическим местоимением: *Нина / она у нас добрая;*
- бессоюзные сложные предложения: *Я пораньше / далеко ехать / выхожу;*
- присоединительные конструкции, начинающиеся с союзов И, А: *И кто с ним будет так возиться? А случилось вот что.*

Контрольные вопросы

1. Что такое функциональный стиль?
2. Какие факторы оказывают влияние на формирование функциональных стилей?
3. Чем определяется отличие текстов научно-популярного подстиля от текстов научного стиля?
4. Каковы самые яркие черты официально-делового стиля?
5. Какие языковые средства используются в текстах публицистического стиля для выражения социальной оценки происходящего?
6. Что такое художественно-образная конкретизация?
7. Какие особенности синтаксиса разговорного стиля мотивированы ситуацией и устной формой общения?

Задания

1. Прочитайте текст. Отметьте в нем элементы разговорного стиля и определите, насколько мотивировано их употребление.

Экспонат на вынос

Музей лишился ценной реликвии

В областном краеведческом музее похищен слепок с исторической медали «В память взятия Азова».

Уникальный раритетный слепок с медали, отлитой из серебра, хранился в одном из петровских залов до удивления бестолково – в специальной нише, покрытой стеклом, укрепленном обычными деревянными штапиками. Похитителю ничего не стоило взять ее. Пропажи к тому же сотрудники музея хватились не сразу, а, по их словам, на следующий день. Вечером, перед закрытием музея, наличие экспонатов никто не проверил. И видеонаблюдение, по стечению обстоятельств, в тот день не велось – даже кассета в видеомагнитофон не была вставлена. По мнению начальника отдела криминальной милиции Ленинского РОВД Владислава Белькова, медаль могли стащить дети во время экскурсий – в тот день в музее побывали школьники из Курска, Липецка, Белгорода, их группы составляли по 30 человек. Наблюдающая за порядком сотрудница музея одновременно отвечала за

несколько залов и не смогла помешать содеянному. Под подозрение попали и все сотрудники музея.

Меж тем медаль «В память о взятии Азова» увековечивала историческое событие из деяний молодого реформатора Петра I. В 1695 году он направил войско на взятие неприступной турецкой крепости. Штурм не удался. Взять цитадель стало возможным с помощью длительной осады. В честь первой победы царя и русского флота и была отчеканена памятная медаль в 1696 году. На рынке она может стоить до 10 тысяч долларов. Но в конце концов не в цене дело – если в музее будут и дальше так халатно относиться к хранению экспонатов, украсть могут и другие реликвии (*газетн.*).

2. Какие лингвистические признаки официально-делового стиля представлены в следующем тексте? Какова цель использования этих языковых средств?

Как допускается порча хорошего настроения

Осуществив возвращение домой со службы, я проделал определенную работу по сниманию шляпы, плаща, ботинок, переодеванию в пижаму и шлепанцы и усаживанию с газетой в кресло. Жена в этот период времени претворяла в жизнь ряд мероприятий, направленных на чистку картофеля, варку мяса, подметание пола и мойку посуды.

По истечении некоторого срока она стала громко поднимать вопрос о недопустимости моего неучастия в проводимых ею поименованных мероприятиях. На это с моей стороны было сделано заявление о нежелании слушания претензий по данному вопросу ввиду осуществления мною в настоящий момент, после трудового дня, своего законного права на заслуженный отдых (*Лит. газета*).

3. Определите функционально-стилистическую принадлежность следующих текстов. Мотивируйте свой ответ.

- В геологическом строении бассейна Верхнего Дона выделяются два основных структурных этажа. Нижний этаж сложен сильно дислоцированными метаморфическими и магматическими породами архея и протерозоя, на которых с резким угловым несогласием залегают породы верхнего этажа. Верхний представлен относительно спокойно залегающими осадочными породами палеозоя-кайнозоя. Ось антеклизы вытянута в северо-западном направлении. Северные склоны ее пологие, а южный и восточный – более крутые.

Архейский комплекс (AR) представлен гнейсами, мигматитами, амфиболитами, диабазовыми плагиопорфиритами, сланцами и метапесчаниками. Встречаются порфириты–липаритодацитового состава – и их туфы. Мощность более 100 м.

Протерозойский комплекс (PR) представлен вулканогенно-осадочными породами нижнего протерозоя–туфопесчаниками, гравелитами,

конгломератами, филлитовидными сланцами, амфиболитами. Мощность 1,5–2,5 км.

Среди пород фундамента широко распространены интрузии кислого и ультраосновного состава: пегматоидные граниты, габбро.

- Сердце Великой стены – Монголия, и закономерности развития ее культуры и искусства нужно рассматривать только в связи с процессом развития всего степного региона.

Человек, впервые попавший в монгольскую степь, невольно робеет перед величавостью ее просторов. Это ощущение простора не покидает вас, хотя по мере продвижения по степи видно, как постепенно меняется ее характер. Пышное разнотравье восточных степей Монголии сменяется на западе сначала холмистыми зелеными возвышенностями, а затем – горами с потухшей растительностью на южных склонах и поросшими с северной стороны лесами. С севера на юг изумрудная зелень степи постепенно уступает место высушенным солончакам, участкам с прямыми и жесткими кустиками верблюжьей колючки, пока не переходит в ровную, как стол, без единой травинки каменистую пустыню Гоби.

И где бы, в каком бы уголке Монголии вы ни оказались, неизменными остаются необозримая ширь пространства, которому нет края и конца, да бездонная глубина вечно голубого неба с диском солнца. Сегодня – как и тысячи лет назад (*Искусство стран Востока : кн. для учащихся старших классов*).

4. Прочитайте текст и определите, какими средствами достигается в нем художественно-образная конкретизация.

Я пробрался сквозь чашу и увидел двух человек, сидевших верхом на обоих концах толстого бревна, которое понадобилось для какой-то починки на наших судах. Один, высокого роста, красивый, с покойным, бесстрастным лицом: это из наших. Другой, невысокий, смуглый, с волосами, похожими и цветом и густотой на медвежью шерсть, почти с плоским лицом и выражением на нем стоического равнодушия: это – из туземцев. Русский делал вырубку на бревне, а туземец сидел на другом конце, чтоб оно не шевелилось, и курил трубку. Щепки и осколки, как дождь, летели ему в лицо и в голову. Он мигал мерно и ровно, не торопясь, всякий раз, когда горсть щепок попадала в глаза, и не думал отворотить головы, также не заботился вынимать осколков, которые попадали в медвежью шерсть и там оставались. Русский рубил сильно и глубоко вонзал топор в дерево. При всяком ударе у него отзывалось что-то в груди. Он кончил и передал топор туземцу, а тот передал ему трубку. Русский закурил и сел верхом на конец, а туземец стал рубить. Щепки и осколки полетели в глаза казаку; он, в свою очередь, стал мигать (*И.А. Гончаров. Фрегат «Паллада»*).

Основная литература

Кожина М.Н. Стилистика русского языка /М.Н. Кожина. – 3-е изд. – М. : Просвещение, 1993. – 221 с.

Горшков А.И. Русская стилистика : учебное пособие / А.И. Горшков. – М. : Астрель, 2001. – 3667 с.

Стилистический энциклопедический словарь русского языка / [под ред. М.Н. Кожина]. – М. : Флинта: Наука, 2003. – 636 с.

Дополнительная литература

Виноградов В.В. Итоги обсуждения вопросов стилистики / В.В. Виноградов // Вопросы языкознания. – 1955. – № 1. – С. 60–87.

Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М. : Искусство, 1979. – 421 с.

Кожина М.Н. К основаниям функциональной стилистики / М.Н. Кожина. – Пермь, 1966. – 251 с.

Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка / Д.Э. Розенталь. – М. : Аст-ЛДТ, 1998. – 380 с.

Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях / Д.Н. Шмелев. – М. : Наука, 1977. – 166 с.

3.2. Работа редактора над текстами научного стиля

Цель работы редактора над научным сочинением – обеспечить точное восприятие информации. Это очень сложно: редактор, как правило, сам не владеет научной информацией в полном объеме. И все же достижение этой цели возможно. Важно, чтобы редактор был человеком ответственным, способным постоянно пополнять запас знаний, чтобы он обладал долей скептицизма (предполагал в высказывании неточность, ошибку), умел и желал работать со словарями и справочниками, стремился устанавливать контакты с выдающимися специалистами в различных областях знаний.

Обычно в издательстве две редакции – естественная и гуманитарная. В них работают люди, тяготеющие к наукам того или другого профиля. В каждой из этих редакций происходит дальнейшая специализация: одни работают только с медицинской литературой, другие – с технической и т. д. Постепенно редакторы накапливают знания, опыт и не испытывают серьезных затруднений в работе, тем более что каждое издание имеет научного редактора – выдающегося ученого.

Приступая к анализу научного текста, редактор должен установить, есть ли в сочинении четкая постановка задачи, убедительны ли доказательства, ясно ли изложены результаты исследования, учтен ли читательский адрес.

Очень важно правильно оценить представленный в сочинении *фактический материал*, являющийся основой для выводов. Редактор должен уметь различать существенные и случайные факты, оценивать их достоверность, степень полноты, новизны, видеть противоречия. Например, следующая фраза должна остановить внимание редактора, вызвать вопрос к автору: *Раскопки культурного слоя показали, что медоносные пчелы существовали задолго до появления на Земле человека.* (Культурный слой – это

слой земли, содержащий остатки деятельности человека. Что же имел в виду автор?)

Фактический материал следует проверять по источникам, обращаться в трудных случаях к компетентным людям, сопоставлять факты, приведенные в одном месте, с фактами, данными в другом месте текста или нетекстовых формах представления информации (таблицах, диаграммах), просчитывать все данные таблиц и т. д.

К фактическому материалу сочинения относятся также *имена, даты, статистические сведения, цитаты*.

Проверка цитат – трудоемкая и чрезвычайно важная часть работы редактора над фактическим материалом. Редактор должен следить, чтобы автором не были нарушены правила цитирования и оформления цитат, проверять точность ссылок. Общие требования к цитатному материалу состоят в следующем.

1. Цитируемый текст должен приводиться в кавычках без малейших изменений. Недопустимы пропуски слов, предложений и т. д. без обозначения его отточием. Недопустима замена слов, так как это может исказить смысл высказывания.

2. Цитирование должно быть полным, оно не должно быть тенденциозным.

3. Нельзя объединять в одной цитате несколько выдержек, взятых из разных мест цитируемого источника. Каждая такая выдержка должна оформляться как отдельная цитата.

4. Все цитаты должны сопровождаться указаниями на источник. Это позволяет проверить правильность цитирования.

Далее редактор должен проанализировать *композицию сочинения*. Оценка композиции проводится по критериям целостности, системности, соразмерности, связности, то есть редактор определяет, настолько едины составляющие произведение части, являются ли они элементами целого, соответствует ли объем фрагмента текста его значимости в плане передачи информации, не перегружен ли текст второстепенными сведениями, насколько эффективна избранная последовательность изложения. Чтобы проверить, насколько четко осуществляется автором деление на части, разделы, главы, параграфы, абзацы, редактор при чтении научного сочинения составляет свой план и затем сравнивает его с авторским, при необходимости предлагает автору внести изменения в структуру текста.

В таких научных произведениях, как монография, статья, доклад, выделяется три части: вводная, основная и заключительная.

Во вводной части обосновывается *актуальность* темы и целесообразность ее разработки, формируется цель исследования, указываются задачи, которые необходимо решить для ее достижения. Могут быть обозначены *материал* и *методы*, используемые в исследовании.

Названные структурно-смысловые блоки, как правило, присутствуют в вводной части всех научных трудов (включая учебные научные работы – студенческие курсовые и дипломные сочинения).

Основная часть имеет целью показать, как шел процесс исследования проблемы и разработки темы, какими способами были получены результаты, каковы эти результаты.

В этой части даются необходимые описания, объяснения, приводятся доказательства. На основе анализа и синтеза информации здесь формируется новое научное знание. Редактор должен оценить целесообразность использования автором индуктивного (от частного к общему) или дедуктивного (от общего к частному) метода изложения.

В заключительной части подводится итог работы, формулируются выводы, приводятся рекомендации, указываются возможные направления последующих исследований.

Вместе с тем структура каждого из жанров имеет и свои отличия.

Монография – научный труд, в котором актуальная проблема подвергается *многоаспектному* рассмотрению. Она обладает новизной теоретического или эмпирического содержания, единством научного подхода, смысловой завершенностью, *сложной структурой*.

В ней дается анализ, оценка и обобщение предыдущих работ по этому же предмету исследования, предлагается авторская разработка проблемы на основе теоретических построений и экспериментальной проработки материала.

В монографии (особенно в языке) проявляется творческая индивидуальность автора, это один из ее жанровых признаков.

Аналитическая статья представляет результат исследования на основе исходной информации с использованием определенного научного метода. Ее цель – всесторонний анализ фактов, подводящий к решению проблемы. Это произведение *небольшого объема*, смысловая структура статьи менее разветвлена, чем в монографии, композиция *более проста*.

Тезисы – краткая запись содержания научного исследования в виде основных, сжато сформулированных положений.

Нормативная композиционно-смысловая структура тезисов такова:

- 1) преамбула (ввод в проблематику, обоснование ее актуальности, представление предмета исследования);
- 2) основное тезисное изложение (3–6 тезисов, составляющих предметно-логическое единство);
- 3) заключительный тезис (итог изложенного).

Строгое логическое членение подчеркивается рубрикацией.

Язык научного текста оценивается с точки зрения коммуникативной целесообразности, соответствия нормам стиля.

Особенно внимательно должен следить редактор за использованием терминов, обеспечивающих точность изложения содержания.

Важно добиться в тексте точного и однозначного их употребления, избежать смешения терминов различных научных дисциплин, использования

профессионализмов. Редактор должен анализировать терминосистему так же, как фактический материал.

Что касается синтаксиса научных текстов, то здесь необходимо тщательно продумывать выбор средств связи, так как от этого часто зависит точность мысли и доступность восприятия научного текста. (См., например, *Если человек ест мало сахара, то он расщепляется на фруктозу и глюкозу – из каждой его молекулы выходит одна молекула фруктозы и одна глюкозы*).

В целом при редактировании научного текста нужно следить за соблюдением норм и стандартов научной коммуникации, но не стремиться изгнать из него индивидуальное, особенное, так как за тем или иным способом выражения – языковая личность автора.

В научном произведении используются, помимо текста, другие средства передачи информации: *формулы, таблицы, иллюстрации*.

В *формулах* в качестве символов используются буквы русского (очень редко), латинского, греческого языков. Чтобы избежать совпадения символов различных величин, следует применять индексы, которые располагаются справа от символа вверху или внизу.

Таблицы позволяют представить данные в систематизированном виде, дают возможность устанавливать зависимость между отдельными параметрами.

В таблицах важно соблюдать логическую соподчиненность элементов: каждый заголовок над графой должен относиться ко всем данным в этой графе, а каждый заголовок строки в боковине – ко всем данным этой строки.

Иллюстрации – это чертежи, схемы, графики, рисунки и т. д. Редактор должен, во-первых, оценить их необходимость, во-вторых, следить, чтобы не было текстовых надписей на иллюстрациях, их заменяют цифровыми обозначениями, которые поясняются в подписи. Подпись должна быть краткой и точной.

Что касается *научно-популярных* изданий, то здесь задача редактора заключается в том, чтобы, с одной стороны, обеспечить доступность информации для широкого круга читателей-неспециалистов или специалистов из смежных областей знаний и, с другой стороны, не допустить упрощения сути научного открытия, примитивности в изложении содержания.

Редактор должен заботиться о том, чтобы изложение велось *последовательно* и было *конкретным*, чтобы новая информация предлагалась читателю только после того, как предыдущая пояснена примерами, сравнениями, аналогиями. Для привлечения и поддержки внимания читателей, для придания изложению информации занимательности рекомендуется использовать яркие, образные, интригующие заголовки (например, «Произошла ли уже современная корова?»), эпиграфы, цитаты, включать лирические отступления, приводить примеры из жизни, делать экскурсы в историю, вести диалог с читателем или воображаемым оппонентом.

Научно-популярные тексты имеют личный характер, поэтому в них широко представлены те *языковые средства*, с помощью которых выражается авторская оценка предмета речи, эмоциональное отношение к нему, создается

впечатление живой беседы, то есть лексические единицы с оценочным и эмоциональным компонентами, разговорная и окказиональная лексика, экспрессивные синтаксические конструкции (риторические вопросы, риторические восклицания, вопросно-ответные единства и др.).

Научно-популярный текст не обходится без терминов, но существуют особые правила их предъявления читателю. Они должны поясняться в тексте, расшифровываться в скобках или сносках; можно сначала давать описание явления, а потом обозначать его термином.

Что касается синтаксиса научно-популярных текстов, то здесь необходимо избегать типичных для научной литературы усложненных конструкций, отсылочных фраз типа *как указывалось ранее*, сложных способов выражения причинно-следственных связей (*в связи с тем что, вследствие того что* и т. д.).

Усвоению информации научно-популярных текстов способствуют иллюстративные материалы: графики (умеренно!), фотографии.

Как правило, научно-популярные издания имеют справочный аппарат, который облегчает поиски нужной информации в самом издании или сообщает о дополнительных ее источниках. Это авторское предисловие и авторская аннотация, оглавление, подстрочные примечания, словарь терминов, список литературы по теме, хроника открытий – все то, что может помочь читателю объяснить и систематизировать материал книги, побудить его к дальнейшему самостоятельному изучению темы.

Контрольные вопросы

1. По каким аспектам оценивает редактор научное сочинение?
2. Каковы критерии оценки композиции научного текста?
3. Каковы нормативные компоненты композиционно-смысловой структуры текстов различных жанров научного стиля?
4. Что важно иметь в виду при оценке языка научного произведения?
5. Каковы правила оформления нетекстовых средств передачи информации: формул, таблиц?
6. В чем специфика подготовки к изданию научно-популярных изданий?
7. Каковы требования к языку научно-популярного текста?

Задания

1. Выполните правку-сокращение текста, предложенного преподавателем.
2. Проанализируйте текст, предложенный преподавателем, выполните его правку-обработку.
3. Оцените уместность использования языковых средств в следующем фрагменте научного текста. Исправьте текст.

По результатам широкомасштабного исследования, проведенного компанией «Регион-Информ» с привлечением московских ученых из МГУ,

РГГУ и Психологического института Российской академии образования с целью выявить базовые ценности и поведенческие установки современного общества было выявлено, что стремление к богатству не является чуждым русскому менталитету, материальные ценности занимают почетное четвертое место в списке базовых ценностей, уступая лишь здоровью, безопасности и семье (всего в списке 38 позиций) [<http://www.ri.ru/index2.php3>].

Еще более показательны в этом отношении антиценности – то, что опрошенные считают наиболее неприемлемым и отвергают. Абсолютным лидером здесь является бедность, и только потом идут все прочие несчастья, включая алкоголизм, безработицу и болезни. Корысть, напротив, не является, по мнению респондентов, таким уж страшным пороком, равно как и слабость, неудача и святотатство, к которым большинство опрошенных относятся весьма снисходительно. Для того чтобы понять истоки определённых представлений о богатстве, достатке, обратимся к анализу русских народных фольклорных сказаний.

Рассмотрим некоторые особенности поведения и мировоззрения главного героя, которые интересны для нашего исследования. Часто герой наших сказок Иван-дурак, в отличие от, скажем, древнегреческого героя, умного и сильного, но который является игрушкой в руках слепого рока. В нашей сказке герой – это человек, лишенный чего-либо героического, антигерой, русский лежебока, лентяй, дурак.

Но кто скрывается под образом дурака? Под этим образом скрывается некто, готовый сбросить инкогнито, новый молодой царь, избранник божий. «Дурачок» (в ряде вариантов он сам мажет себе лицо сажей, чтобы не узнали) чудесным образом преображается в писаного красавца Ивана-царевича. Похожая ситуация и с Емелей, он никуда не спешит и, казалось бы, ничего не предпринимает, а ему не просто не к спеху. Особой категории избранников успех ни к чему: у такого уже есть удача. Как в пословице: «Дурак спит, а счастье в головах лежит» [Даль 1987, с. 48].

Достаточно прочесть наиболее полный вариант сказки о Емеле [Народные сказки 1985, т. 1, с. 320–326], чтобы убедиться: Емеля-дурак – гордец, но не глупец. Он имеет заветную мечту, и мечта эта – царская: «красный кафтан, красная шапка и красные сапоги». Чужого царства Емеля не захотел, по щучьему велению он основывает свое собственное.

К царской мечте – царские качества. Передавил, когда ехал на печи, кучу народа. «Я чем виноват! Для чего они не посторонились?». Так во все времена ездит высшая власть. А щучье слово – нечто вроде абсолютной власти, демонстрация силы царского приказа.

Что же касается лени... Емеля так «ленив», что захотел и поймал свое счастье — щуку голыми руками в полынье.

Назовём настоящее имя и титул Емели. Он такой же царь, как Иван-царевич. Но в отличие от Ивана Емеля не «зарабатывает» свой статус, а уже имеет его. Этим и объясняется его так называемая «лень»: он скрытый царь, наследник, не обнаруживающий себя до срока.

Основная литература

Редакционная подготовка изданий : учебник / [под ред. С.Г. Антоновой]. – М. : Логос, 2004. – 496 с.

Дополнительная литература

Стилистические энциклопедический словарь русского языка / [под ред. М.Н. Кожинной]. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 636 с.

3.3. Работа редактора над текстами официально-делового стиля

Как уже отмечалось, в рамках официально-делового стиля выделяются четыре подстиля: *законодательный, юрисдикционный, административный и дипломатический*.

Каждый из подстилей имеет набор жанров, отличающихся друг от друга рядом ярко выраженных особенностей, обусловленных различиями целеустановок коммуникации в официально-деловой сфере. Жанры отличаются типовым содержанием, составом реквизитов (формальных элементов документа, таких, как наименование, адрес, регистрационный номер и др.) и их расположением, а также требованиями к языку. Состав и расположение реквизитов определяются не только сложившейся традицией оформления документов или этическими нормами (как в письмах), но и законодательством (в юрисдикционных документах) и ГОСТом (в административных документах).

Жесткая стандартизованность формы документов отражает положительный опыт коммуникации в официально-деловой сфере, позволяет экономить время, мыслительные и речевые усилия.

По пространственно-графическому оформлению официально-деловые тексты различаются следующим образом:

- 1) традиционная линейная запись связной речи (закон, обвинительное заключение, договор, автобиография и др.);
- 2) трафарет – линейная запись с пробелами, которые заполняются переменной информацией (протоколы, справки, чеки, контракты...);
- 3) анкета – перечень заранее подготовленных вопросов и ответов на них (личный листок по учету кадров, заявление абитуриента);
- 4) таблица – совокупность данных, представленных в словесной и цифровой форме и заключенных в графы по вертикали и горизонтали (отчеты, финансовые ведомости, табели и др.)

В одном тексте могут сочетаться разные способы подачи информации.

Что касается текстов *законодательного* подстиля (законы, решения, нормативные акты, указы, постановления и др.), то над ними, помимо законодателей, работают специальные редакционные коллегии, куда входят высококвалифицированные специалисты, одинаково хорошо владеющие и предметом обсуждения, и русским языком. Необходимость в таких коллегиях

возникает потому, что конкретные разработчики закона иногда не могут отчетливо изложить суть своего предложения. Так, в беседе с журналистами один из авторов закона «О государственном языке Российской Федерации» (см. на стр. 44) сказал: «Мы руководствовались желанием вести четкие механизмы, регламентирующие последствия при нарушении государственного языка». К сожалению, тексты опубликованных законов иногда также не лишены подобных недостатков, поэтому профессиональный взгляд редактора на текст подготовленного закона все-таки, на наш взгляд, необходим.

Между тем редактор имеет дело с текстом закона, который уже принят и подписан президентом и правке не подлежит.

При публикации законов редактор использует правку-вычитку, то есть исправляет допущенные при наборе опечатки, следит, чтобы наборщик не перепутал инициалы президента, дату и др.

Юрисдикционные жанры (обвинительные заключения, приговоры, определения, судебные решения, кассационные жалобы, протоколы и др.) часто нуждаются в серьезной редакционной обработке, так как та или иная формулировка мысли может кардинально изменить результаты судебного разбирательства.

Юрисдикционные документы имеют строго определенные содержание, структуру, набор реквизитов.

Например, *обвинительное заключение* – документ, суть которого в обосновании вывода органа дознания о том, что собранные данные достаточны для предания обвиняемого суду. Оно состоит из трех частей. В первой (описательной) части излагается сущность дела: указывается место и время совершения преступления, способы его осуществления, мотивы, последствия, даются сведения о потерпевшем. Затем приводятся доказательства, подтверждающие виновность обвиняемого, а также доводы, приводимые обвиняемым в свою защиту, и результаты проверки его доводов. В третьей части даются сведения о личности обвиняемого и излагается обвинение с указанием соответствующей статьи закона.

Следует сказать, что в текстах юрисдикционных документов стандартные части сочетаются со свободным изложением информации (описание, повествование). Например:

ПО С Т А Н О В Л Е Н И Е

о привлечении в качестве обвиняемого

___г. Воронеж___
(место составления)

«01» ноября 2005 г.

Следователь

прокуратуры Железнодорожного района г. Воронежа
(наименование органа предварительного

юрис 3 класса ... , рассмотрев материалы уголовного дела № 05114501,

следствия или дознания, классный чин или звание,
фамилия, инициалы следователя)

У С Т А Н О В И Л :

Иванов И.И. обвиняется в совершении особо тяжкого преступления при следующих обстоятельствах (следует *повествование* о событиях, *описание* ситуации).

...

Таким образом, Иванов И.И. совершил убийство, то есть умышленное причинение смерти другому человеку, то есть преступление, предусмотренное ч.1 ст. 105 УК РФ.

На основании изложенного и руководствуясь ст. 171 и 172 УПК РФ,

П О С Т А Н О В И Л :

Привлечь Иванова Ивана Ивановича 02 декабря 1953 г.р.

(фамилия, имя, отчество обвиняемого)

уроженца г. Воронеж

(дата и место его рождения)

в качестве обвиняемого по данному уголовному делу, предъявив ему обвинение в совершении преступления, предусмотренного ст. 105 ч. 1 УК РФ, о чем ему объявить.

Следователь

подпись

Административные жанры – приказы, решения, уставы, постановления, инструкции, служебные циркулярные письма, торговые контракты, объяснительные записки, автобиографии, докладные записки, личные листки по учету кадров, резюме и др.

Для них характерна высокая степень стандартизации. Утвержденная ГОСТом сумма реквизитов, а также схема их расположения придает этим документам правовую значимость. При возникновении имущественных, трудовых споров они могут служить письменным доказательством. Отсутствие какого-либо элемента (подписи, визы, указания на должность сотрудника) лишает их юридической силы.

В текстах этих документов частотны клишированные выражения.

Приказ, как правило, содержит перечисление предписываемых действий с указанием исполнителя каждого действия, мероприятий, которые необходимы для его реализации, и сроков исполнения.

Текст приказа состоит из двух частей: констатирующей и распорядительной. В констатирующей указываются цели и задачи предписываемых действий и причины издания приказа. Если приказ издается на основании распорядительного документа вышестоящей организации или во изменение предыдущего приказа, то здесь указывается название, номер, дата и заголовок этого документа. Распорядительная часть приказа начинается словом ПРИКАЗЫВАЮ (печатается через три интервала после констатирующей части прописными буквами). Эта часть может делиться на пункты, если для осуществления приказа требуются действия различных структурных подразделений. Каждый пункт в этом случае начинается с указания исполнителя и конкретного действия (глаголы стоят в неопределенной форме, выражают долженствование), указываются также сроки исполнения приказа. Например:

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ГОУ ВПО ВГУ)

П Р И К А З

___.__.20__

Воронеж

№ _____

Дополнение к приказу ректора № 245 от 20.07.2005 г.

«О плате за проживание в общежитиях студгородка»

В связи с использованием в жилых комнатах общежитий студгородка личными дополнительными энергоемкими электропотребляющими приборами и аппаратурой, приказываю:

Внести с 01.01.2006 г. к пункту 2 приказа № 245 от 20.07.2005 г. следующее дополнение:

Установить плату за потребляемую электроэнергию указанными дополнительными приборами и аппаратурой в размере (из расчета в месяц):

- холодильник	- 38,7 р.
- телевизор	- 15,5 р.
- аудио-, видеоаппаратура	- 9,60 р.
- компьютер	- 10,9 р.
- электрочайник (кроме общ. №7)	- 19,3 р.

Ректор

В.Т. Титов

По целям общения и функциям (передача предписания) с жанром приказа сходен жанр распоряжения, однако распоряжение передается в личной форме (непосредственно или опосредованно – по телефону).

Тексты *дипломатического* подстиля (договоры, соглашения, конвенции, пакты, декларации, ультиматумы, протоколы, совместные заявления, коммюнике) готовятся высококвалифицированными специалистами; при их публикации редактор использует только правку-вычитку.

При публикации документов всех подстилей необходимо соблюдать некоторые общие правила.

- Составные элементы даты приводят в одной строке в следующем порядке: день месяца, месяц, год: *20.04.06*.

В документах, содержащих сведения финансового характера, можно применять словесно-цифровой способ оформления дат: *20 апреля 2006 года*.

- Не следует использовать различные термины для обозначения одного и того же понятия.

- Не должно быть разнобоя в написании имен, географических названий, терминов, наименований лиц, должностей, учреждений.

- Все сокращения слов и наименований должны быть общепринятыми: зав., зам., акад., чл.-корр., г., мин., обл. г., гг., млн., к., табл., р-н и др. Если публикуются документы, в которых использовано сокращение,

принятое в среде специалистов, редактор должен заменить такое сокращение полным наименованием или расшифровать его в скобках.

- Рубрикация текста (его членение на составные части, графическое отделение одной части от другой, использование заголовков и подзаголовков, нумерации) должна быть четкой.

В настоящее время используются две системы нумерации: в одной применяются римские и арабские цифры, прописные и строчные буквы (в сочетании с абзацными отступами), в другой используются только арабские цифры, которые располагаются в определенном порядке.

Если используются знаки разных типов, система цифрового и буквенного обозначения должна строиться по нисходящей:

I... II... III... IV...

1... 2... 3... 4...

а)... б)... в)... г)...

Крупные рубрики могут именоваться словами: часть, раздел, глава, которые также нумеруются.

Контрольные вопросы

1. Какие подстили выделяются в рамках официально-делового стиля?
2. Что является причиной высокой степени стандартизации официально-деловых текстов?
3. Чем определяется требование к содержанию, а также составу и расположению реквизитов текстов различных подстилей?
4. Как различаются документы по пространственно-графическому оформлению?
5. Какие общие правила следует иметь в виду при публикации документов?

Задания

1. Прочитайте текст закона (печатается в сокращении). Назовите его реквизиты. Обратите внимание на языковое выражение мыслей в следующих абзацах: 1; статья 1, пункты 3, 6; статья 2, пункт 1; статья 3, пункт 9. Предложите свои варианты оформления выраженного в этих абзацах содержания.

Российская Федерация

Федеральный закон

О государственном языке Российской Федерации

**Принят Государственной Думой 20 мая 2005 года
Одобен Советом Федерации 25 мая 2005 года**

Настоящий Федеральный закон направлен на обеспечение использования государственного языка Российской Федерации на всей территории Российской Федерации, обеспечение права граждан Российской Федерации на пользование государственным языком Российской Федерации, защиту и развитие языковой культуры.

Статья 1. Русский язык как государственный язык Российской Федерации

1. В соответствии с Конституцией Российской Федерации государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык.

3. Порядок утверждения норм современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации, правил русской орфографии и пунктуации определяется Правительством Российской Федерации.

6. При использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации не допускается использование слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка, за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

Статья 2. Законодательство Российской Федерации о государственном языке Российской Федерации

1. Законодательство Российской Федерации о государственном языке Российской Федерации основывается на Конституции Российской Федерации, общепризнанных принципах и нормах международного права, международных договорах Российской Федерации и состоит из настоящего Федерального закона, других федеральных законов, Закона Российской Федерации от 25 октября 1991 года № 1807-1 «О языках народов Российской Федерации» и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих проблемы языка.

Статья 3. Сферы использования государственного языка Российской Федерации

1. Государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию:

9) в деятельности общероссийских, региональных и муниципальных организаций телерадиовещания, редакций общероссийских, региональных и муниципальных периодических печатных изданий, за исключением деятельности организаций телерадиовещания и редакций периодических печатных изданий, учрежденных специально для осуществления теле- и (или) радиовещания либо издания печатной продукции на государственных языках республик, находящихся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранных языках, а также за исключением случаев, если использование лексики, не соответствующей нормам русского языка как государственного языка Российской Федерации, является неотъемлемой частью художественного замысла;

Статья 7. Вступление в силу настоящего Федерального закона

Настоящий Федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования.

Президент Российской Федерации
В. Путин

Москва, Кремль

2. Прочитайте текст РАСПОРЯЖЕНИЯ, перечислите состав его реквизитов. Подумайте, изменение каких элементов может превратить его в приказ.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ГОУ ВПО ВГУ)

РАСПОРЯЖЕНИЕ

___. ___. 20__

Воронеж

№ _____

Об открытии автобусного сообщения

В соответствии с многочисленными пожеланиями сотрудников и с целью улучшения оперативного взаимодействия между структурными подразделениями, расположенными в различных корпусах,

предлагаю:

1. Открыть автобусное сообщение по маршруту «Корпус № 5 – главный учебный корпус Воронежского госуниверситета» с 1 марта 2006 г.
2. Установить для сотрудников ВГУ бесплатный проезд по предъявлению университетского удостоверения.
3. Утвердить расписание движения автобусов:

Отправление
от учебного корпуса № 5

8³⁰

12³⁰

16⁰⁰

Отправление
от главного учебного корпуса

9³⁰

13³⁰

17¹⁵

4. Начальнику гаража А.Ш. Гимаеву для обеспечения автобусного сообщения своевременно выделить автобусы ПАЗ-3205 (гос. номера К 059 АТ и О 061 АТ).

5. Контроль за исполнением распоряжения возложить на начальника гаража А.Ш. Гимаева.

Ректор

В.Т. Титов

Основная литература

Редакционная подготовка изданий : учебник / [под ред. С.Г. Антоновой].
– М. : Логос, 2004. – 496 с.

Стилистические энциклопедический словарь русского языка / [под ред. М.Н. Кожинной]. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 636 с.

Дополнительная литература

Рахманин А.З. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов : учеб. пособие / А.З. Рахманин. – М. : Высш. Шк., 1997. – 192 с.

3.4. Работа редактора над текстами публицистического стиля

Одной из основных функций редактора является контроль качества материалов СМИ, в том числе качества используемых в них языковых средств.

Редактор оценивает следующие основные стороны материалов публицистического стиля – тему, разработку темы, язык и стиль текста.

Подготовка текстов к публикации в СМИ часто жестко ограничена во времени. В практике редактирования были выработаны следующие **методические рекомендации**, призванные ускорить обработку текста.

1. Следует ознакомиться с текстом в целом, составить четкое представление о его содержании, цели, концепции, композиции. Нельзя начинать правку, не дочитав текст до конца.

2. Необходимо править только после того, как стало понятно, в чем недостатки текста и как их можно устранить.

3. Нельзя задерживаться на трудных для правки местах текста надолго. К трудному месту следует вернуться после окончания правки, когда с учетом целого легче будет выбрать оптимальный вариант.

4. Надо сопоставлять свой и авторский вариант, выбирая лучший. Следует критически относиться не только к авторскому варианту, но и к своему. По возможности необходимо согласовывать все исправления с автором.

Последняя рекомендация очень важна. Редактор должен избежать искушения создать собственный текст на заявленную автором тему. Задача редактора – помочь автору улучшить, усовершенствовать его текст. Редактор обязательно должен помнить следующие **основные принципы работы с авторским материалом**.

1. Правка редактором допустима в том случае, если нет возможности связаться с автором. Этот принцип часто нарушается в работе редакций печатных СМИ по объективным причинам: подготовка материала к публикации должна быть произведена очень быстро. В любом случае желательно, чтобы автор был ознакомлен с поправками до публикации.

2. Правка уместна только в том случае, если ее необходимость можно доказать. Правка не должна быть субъективной, редактор не должен править по принципу «это мне нравится, а это не нравится».

3. Правка должна быть минимальной. Редактор обязан сохранить содержание материала, замысел автора, авторский стиль, какова бы ни была степень вмешательства в текст (минимальной она является при правке-вычитке, максимальной – при правке-переделке).

Работа редактора с любым публицистическим текстом осуществляется в несколько **этапов**. Первый этап – *ознакомительное* чтение. На этом этапе редактор должен выявить тему текста, оценить ее актуальность, понять, есть ли в материале новое и интересное для читателя, а затем решить, принимать текст к публикации или нет. В том случае, если материал заинтересует читателя, редактор выбирает степень вмешательства в текст (правка-вычитка, правка-сокращение, правка-обработка, правка-переделка или же сочетание нескольких видов правки).

Второй этап – *углубленное* чтение. Редактор анализирует текст с разных сторон: оценивает композицию, заголовок, проверяет фактический материал, выявляет наличие речевых ошибок и стилистических погрешностей, затем приступает к выбранному виду правки.

Третий этап – *шлифовочное* чтение. Редактор проверяет себя, оценивает собственную работу: все ли ошибки исправлены, весь ли фактический материал выверен, а главное – насколько обоснованы сделанные исправления?

Редактирование текста необходимо начинать с оценки **композиции**. Требования к композиции текстов массовой коммуникации основаны на закономерностях логически правильного мышления.

При анализе композиции редактор составляет план текста: а) введение; б) основная часть, состоящая из микротем, в совокупности раскрывающих всю тему; в) заключение. Именно составление плана позволяет выявить основные недостатки композиции:

- несоответствие избранного композиционного приема теме, идее текста, специфике фактического материала;
- непоследовательное изложение, неудачное расположение частей;
- неполнота раскрытия темы – отсутствие существенных для данного жанра и темы аспектов содержания;
- несоблюдение избранного композиционного принципа;
- неудачное членение текста на части;
- несоразмерность частей (непроработанность одних микротем и излишняя детализация других);
- отход от темы и др.

Следует обращать внимание на рамочные элементы композиции: лид – выделенный графически первый абзац текста; врез – выделенный графически абзац, резюмирующий какую-либо мысль; введение; заключение; заголовок и подзаголовок.

Заголовок должен называть тему текста (хотя бы в обобщенном виде). Он должен отвечать таким требованиям, как краткость, точность, четкость, простота, по возможности оригинальность и обязательно уход от штампа – ведь заголовок привлекает внимание читателя к материалу. Удачный заголовок – гарантия того, что материал не останется незамеченным: «*Сердечная недостаточность и недостаток сердечности*»¹ (статья о том, как обращается с пациентами персонал кардиологического отделения одной из больниц Воронежа).

¹ Здесь и далее все примеры приводятся из текстов газет.

Введение обязательно должно содержать четкую формулировку темы. Заключение может представлять собой обобщение информации, содержащейся в тексте, в нем могут быть подведены итоги, выражено отношение автора к теме, автор может закончить текст ударной фразой, чтобы убедить читателя в своей правоте.

Обязательный этап анализа текстов любых жанров публицистического стиля – работа редактора с **логической основой текста**. Логические погрешности могут быть вызваны различными причинами: нечеткостью мышления, неоформленностью темы, недосмотром, тем, что не учтены нежелательные побочные ассоциации. Редактор должен уметь выделять в тексте основные единицы логического анализа (понятия, суждения, логические связи, единицы надфразового уровня), должен знать основные законы формальной логики и не допускать нарушений, связанных с их несоблюдением. Для редактора принципиально важно отличать логическую ошибку (*Все средства наглядной агитации: стенная печать, плакаты, выставки, тематические семинары и конференции – должны служить делу повышения рейтинга нашего кандидата; В программе праздничного представления: дрессированные тигры, зебры, страусы и другие жанры циркового искусства; Несмотря на многочисленные проблемы, в районе подготовились к учебному году, участвовали в проведении Дня города, почти полностью подготовились к зиме, развивается малый бизнес, меняется трасса на пересечении проспекта Труда и т. д.*) от нарушения логических норм как риторического приема. В последнем случае редактору приходится решать, насколько удачен этот сознательный отход от нормы (*Пенсия у меня хорошая, но маленькая; В споре Касьянова с Чубайсом победил Греф; Поражение за явным преимуществом и др.*)

Одним из важнейших этапов работы редактора с текстом публицистического стиля является работа с **фактической основой текста**. Как известно, за прошлое отвечают историки, за будущее – политики, а за настоящее – журналисты. Журналисты – летописцы современности. Они работают с фактами – реальными событиями. Редактор, анализируя фактическую основу текста, должен, во-первых, убедиться в достоверности факта, во-вторых, оценить значимость факта для раскрытия темы, в-третьих, избавиться от неконкретизированных понятий, например: «в последнее время», «недавно» и т. д.

Наконец, в тексте не должно быть орфографических, пунктуационных, речевых ошибок и стилистических погрешностей. Выше уже было сказано, что язык СМИ влияет на речевую культуру носителей языка, поэтому **анализ языка и стиля** – один из основных этапов работы редактора с материалом.

Существует еще и другой аспект в анализе языка и стиля текстов СМИ. Производя обработку текстов СМИ, редактор должен помнить, что основными функциями публицистического стиля являются информативная и воздействующая. Информативная функция ведет к формированию нейтрального слоя словаря, речевых стандартов, лексики, необходимой для словесного оформления сообщений. Воздействующая функция обуславливает наличие оценочной лексики, экспрессивных языковых средств. Газетному

тексту свойственны сочетание, чередование экспрессии и стандарта (эту особенность выделил В.Г. Костомаров), а также поиск новых выразительных средств. Основные типы чередования экспрессии и стандарта следующие: 1) пофразовые чередования стандартного обозначения с его экспрессивно окрашенным эквивалентом (*заповедник – памятник природы, йогурт – болгарская простокваша, лен – северный шелк, метрология – наука об измерениях* и т. д.); 2) чередования содержательно независимых друг от друга элементов, имеющих разную стилистическую окраску, например, книжную и разговорную (*Отвечать бы ему, директору. Ан нет. На заседании он в областной Думе*); 3) чередование экспрессии и стандарта на разных конструктивных уровнях – заголовок и текст, зачин и текст, текст и концовка, текст и иллюстрация (*Фабрика яств* (заголовок). *В Ростове начала работу фабрика по производству...; Если звезды зажигают, значит, это кому-нибудь нужно?* (зачин) – *А как же!* – *ответили ученые Института теоретической астрономии* и т. д.).

Основными источниками экспрессии являются разговорная речь, заимствования, терминологическая и профессиональная лексика, фразеологизмы (в том числе трансформированные), расширение лексической сочетаемости, цитаты, прецедентные тексты и т. д.

Сейчас модель чередования экспрессии и стандарта претерпела изменения. С экспрессивных элементов сняты прежние идеологические наслоения. Журналист использует экспрессию не только в рамках функции воздействия (на эмоции, чувства читателя), но и в рамках эстетической функции – ради красоты изложения. Это положительное в целом явление редактор должен отграничивать от тех случаев, когда журналист использует экспрессивные средства языка в целях самовыражения или же для создания цинично-ироничного тона повествования.

Современные СМИ в рамках техники постмодернистского письма активно используют *интертекстуальность* и *игровые стратегии* (Сметанина С.И., 2002). *Интертекстуальность* включает в себя такие явления, как *цитатное письмо* и *интерстилевое тонирование*, которые являются средствами экспрессии.

Цитатное письмо заключается в интеллектуальной, эмоциональной, оценочной переработке чужого текста. Традиционно цитата приводится в качестве иллюстрации или доказательства точности изложения. Теперь журналист использует цитату *вместо* точного, прямого наименования чего-либо. Отсылка к автору значения не имеет: *Первые показы новейших «Звездных войн» в Москве доказали, что нет повести скучнее на свете, чем компьютерная байка о далекой галактике; Прощай, «отмытая» Россия* (заголовок) и т. д. Цитатное письмо использует прецедентные тексты – в первоначальном виде или трансформированные: *На Чеченском фронте без перемен; Путешествие из Петербурга в Москву – это классический сюжет русской литературы и актуальный путь современной российской политики* и др.

Другое явление – *интерстилевое тонирование* – заключается в появлении в текстах СМИ иностилевых элементов, которые расширяют круг

лексических единиц, традиционно использовавшихся в прессе и предназначенных для публичного тиражирования. Новый стилистический вкус проявляется в интересе к этим иностилевым элементам: разговорным словам, профессионализмам, просторечию, жаргону, молодежному сленгу и др. С одной стороны, интерстилевое тонирование вносит в текст дополнительные смыслы, восприятие текста сопровождается различными эмоционально-оценочными компонентами (ирония, насмешка, пренебрежение и др.). Иностилевые элементы облачают информацию в особую форму, являются носителями оценки. С другой стороны, иностилевые элементы способствуют раскрепощенности речи в сторону снижения стиля: *Теперь в Москве хоть кто-то стал чесаться; Пока предприятие можно доить; Стукач на крыше; Глубокий пофигизм, выдаваемый за нейтралитет; Спектакль на букву х* (о спектакле «Хлестаков»). Поэтому задача редактора – анализировать употребление иностилевых элементов, согласуясь с критерием мотивированности их использования. Языковые средства должны использоваться в соответствии с темой текста. Часто можно встретить экспрессивную, эмоционально-оценочную, сниженную лексику в криминальных хрониках или в материалах, рассказывающих об убийствах или несчастных случаях: *С другим желающим руководить областью – А. Кругликовым – потусторонняя сила обошлась покруче. Вечерком ему на квартиру позвонил некто и поинтересовался, когда А.К. выезжает из дому. Доверчивые родственнички рассказали. ... Люди из «скорой» привели его в чувство, ... смазали головушку зеленкой...* Насколько уместен здесь веселый, ироничный тон, если речь идет о трагическом для героя публикации событии?

Активно используются также *игровые стратегии*, которые в речевом плане выражаются в виде языковой игры, реализующей эстетическую функцию публицистики. Редактор должен уметь отличать собственно ошибку (речевую лексическую, грамматическую и т. д.) от языковой игры – преднамеренного нарушения различных норм с целью создания форм и структур, приобретающих экспрессивное значение. Для реализации языковой игры требуется умение творчески нарушить стандартные модели употребления языка; ср. известную строку А.С. Пушкина: «Без грамматической ошибки я русской речи не люблю». К языковой игре относят широкий круг явлений: графическая игра (*От ГОРбуша остался только БУШ*), игровая орфография (*Не-винная Грузия*), фонетические игры (*Купи кипу пик, Ишак ищет у теици каши*), словообразовательные игры (*Прихватизация*), лексические игры (*инвестировать надежды; устойчивый вкус маразма*), морфологические игры (*Инвестиционный ни бум-бум; Госкомстат выводит средние цифры, очевидно, для какого-то среднего человека среднего рода. Скажем, в кармане у среднего учительницы средние 1187 рублё на месяц...*), каламбур – реализация в контексте сразу двух значений многозначного слова, использование омонимии (*Почему у вас ягоды зеленые? - Потому что они еще зеленые*) и др.

Приведенные выше рекомендации по редакторской обработке текстов относятся ко всем жанрам публицистического стиля. Но в **редактировании текстов каждого из жанров существуют свои особенности**. Выделяют три группы жанров: информационные (хроника, заметка, репортаж, интервью,

отчет); аналитические (беседа, статья, корреспонденция, рецензия, обзор, обозрение) и художественно-публицистические (эссе, очерк, фельетон, памфлет).

Информационным жанрам свойственны документальность, фактологичность, объективность, сдержанность. Главное – рассказ о событии, передача фактов (что, где, когда произошло и т. д.). Композиция строится по хронологическому принципу. Информационные жанры не предполагают открытого выражения авторского начала, экспрессия минимальна. Заголовок должен быть информативным. Основное внимание редактор уделяет именно фактической стороне текста (даты, цифровые показатели, имена собственные, географические названия, единицы величин и др.), разумеется, оценивает и композицию, логические свойства материала, устраняет речевые ошибки и стилистические погрешности.

Информационное интервью содержательно представляет собой короткую или расширенную заметку, оно констатирует событие и сообщает краткую информацию о его деталях. Журналист задает вопросы о некоторых подробностях события, а информированное лицо на них коротко отвечает.

Репортаж отличается от других информационных жанров тем, что событие передается через восприятие автора, рассказ о событии ведется одновременно с разворачиванием действия. Композиция репортажа предусматривает фиксацию естественного хода события. Но так как письменный текст не способен отразить событие целиком, то редактору при обработке репортажа приходится выбирать только самые яркие эпизоды события, наиболее значимые детали.

Аналитическим жанрам присущи высокий уровень экспрессии, открытая социальная оценочность, эмоциональность речи, призывность и полемичность, простота и доступность изложения. В аналитических материалах не просто сообщается факт, но и дается его оценка, этот факт обязательно комментируется. Помимо экспрессивных языковых единиц, призванных воздействовать на эмоции и чувства читателя и способствовать изобразительности повествования, автор использует оценочные языковые единицы. Композиция аналитических материалов основывается на логическом принципе. Редактор при анализе композиции текста составляет план и проверяет, соответствует ли он правилам деления понятий, отражены ли в нем смысловые модели, например, «род – вид», «причина – следствие» и т. д. Композиция может выстраиваться от целого к части, от настоящего состояния к перспективам будущего, от причин к следствиям и др. Обязательно следует уделять внимание фактической стороне текста: любым цифровым обозначениям, статистическим таблицам, цитатам и др.

Производя обработку статьи, редактор следит за тем, чтобы изложение было логичным, рассуждения разворачивались от главного тезиса к его обоснованию через цепочку промежуточных тезисов с их аргументами или же от посылок к выводам, также через цепь второстепенных тезисов и их аргументов. Композиционно статью могут обогащать различные вставки в виде ярко выписанных эпизодов события или в виде мини-интервью.

Рассуждение в статье может эмоционально окрашиваться. Широко представлены элементы разговорного стиля.

При анализе аналитического интервью (развернутого диалога о проблеме) редактор также должен следить за последовательностью вопросов. Журналист должен задавать вопросы по существу, формируя таким образом концепцию текста, формулируя тезисы.

Художественно-публицистические жанры наиболее сложны для редакторской обработки. Актуальная общественная проблема, события и люди предстают перед читателем в свете эмоциональной авторской оценки. Используется все многообразие языковых средств. Тексты художественно-публицистических жанров строятся на сюжетном принципе композиции (т. е. в соответствии с законами сюжета и фабулы художественного произведения).

Очерк может быть выстроен, во-первых, как рассказ о реальном событии, которое разворачивается в своей естественной последовательности или с ее нарушением в виде ретроспекций или проспекций и которое прерывается или обрамляется авторскими рассуждениями, доносящими до читателя журналистскую концепцию. Во-вторых, очерк может строиться как рассказ о журналистском расследовании, в форме изложения бесед с героями, содержания прочитанных документов и соображений по поводу увиденного. В-третьих, очерк может представлять собой эмоционально окрашенное рассуждение журналиста о проблеме.

Композиция эссе предполагает развертывание текста за счет ассоциаций, резких переходов от одного предмета речи к другому.

Композиция фельетона определяется тем, какой содержательный компонент текста становится основой изложения. Событийный фельетон представляет собой насыщенный комическими подробностями рассказ о происшествии. В фельетоне-рассуждении событийные элементы вводятся как аргументы к суждениям автора. В стилистическом плане фельетон использует иронию, сарказм, каламбур, стилистический контраст, пародирование стилей и известных произведений и т. д.

Редактор должен бережно относиться к текстам художественно-публицистических жанров, так как именно в них особенно ярко проявляется авторское начало и отсутствуют шаблоны других жанров.

Контрольные вопросы

1. Какие этапы выделяются в работе редактора с публицистическим текстом?
2. Каковы основные принципы работы редактора с авторским материалом?
3. На что необходимо обращать внимание при оценке композиции публицистического текста?
4. В чем сущность работы редактора с фактической основой текста?
5. Что необходимо учитывать при анализе языка и стиля текстов СМИ?

Задания

1. Произведите правку отчета, обратив особое внимание на его композицию.

Об эти пороги мы уже не споткнемся

«Если в январе и феврале этого года наблюдалось превышение эпидемиологического порога такого заболевания, как грипп вирусов А и В, то сейчас можно сказать, что проблемы эпидемии не существует. Наметилась тенденция снижения заболеваний дифтерией: если год назад в этот период было зафиксировано 26 случаев, то сейчас всего 19 больных», – с такой оптимистичной информации началась пресс-конференция главного санитарного врача области Михаила Чубирко. «В Грибановском и Поворинском районах работы по профилактике болезни прошли не на должном уровне. В течение 2–3 месяцев медиками планируется исправить положение». С этой целью главный санитарный врач Воронежской области Михаил Чубирко обратился с просьбой к населению не пренебрегать прививками от болезни, так как дифтерия довольно опасная болезнь и может привести к смертельному исходу.

Согласно постановлению главы администрации области будет проведена всеобщая вакцинация от полиомиелита, которая распространяется на детей возрастом от 3 месяцев до 3 лет. Первый тур будет проходить с 21 по 25 апреля, а с 26 по 31 – второй тур. Подобная работа будет проводиться каждый год вплоть до 2000 года.

За последнее время снизилось количество заболевших туберкулезом органов дыхания. В феврале заболели 72 человека (в том числе и один ребенок), при 109 заболеваниях в феврале 1996 года. На 37 человек меньше заразившихся сифилисом.

Наиболее высокие показатели заболеваемости сифилисом в Калачевском, Нижнедивицком, Верхнехавском районах (выше среднеобластного в 2–4 раза).

Внимание было уделено и ужесточению контроля за оборотом алкогольной продукции. В результате проверок за февраль было снято с реализации 16 тыс. литров алкогольных напитков. Вызывают тревогу торговые точки, где спиртные напитки продают на розлив. Там часто разбавленную водку предлагают закусить недоброкачественными продуктами, одноразовую посуду используют несколько раз. Наиболее серьезные нарушения наблюдались в населенных пунктах Сомово, Боровое. Проблема обостряется тем, что наши любители выпить 100 граммов «на бегу» не спрашивают сертификат качества.

Еще одна головная боль санэпиднадзора – овощные магазины, которые стали похожи на сельские лавочки, где рядом соседствуют промышленные товары, а продавцы мало обращают внимания на срок годности консервов, различных скоропортящихся деликатесов. Вопиющим безобразием является прием у населения несертифицированных продуктов. Проводились проверки и в частных аптеках области, где были замечены нарушения по продаже и приготовлению лекарств.

В результате рейдов выяснилось, что в дошкольных и школьных учреждениях Левобережного и Железнодорожного районов организация питания детей не соответствует физиологическим нормам. Хотя с другой стороны, – это уже многолетняя проблема... *(из газеты)*.

2. Проанализируйте текст заметки. Оцените соответствие используемых языковых средств теме и содержанию заметки. Укажите речевые, стилистические, смысловые нарушения.

Труп обнаружила дама с собачкой

30 августа некий мирный работающий гражданин 1966 г.р., имеющий троих детей (но пребывающий в разводе), пришел в гости к бомжующей личности примерно сорокалетнего возраста в частный дом слободы Стрелецкой. Там приятели пили, пили и еще раз пили. Упившись, завалились спать. А поднявшись в 6 утра, обнаружили страшную головную боль и экстренную необходимость «опохмелиться». Чем и занялись немедленно. Потом в пьяном угаре что-то не поделили и подрались. Причем, гость так отделал хозяина, что тот больше не поднялся. Почувствовав неладное, «победитель» покинул негостеприимное домовладение. А в субботу, 3 сентября, некая дама с соседней улицы пошла прогуляться с собачкой (маленьким беспородным существом, ревностно охраняющим не слишком ухоженный домик пьющей хозяйки) и увидела приоткрытую дверь в доме пострадавшего. Войдя в комнату, дама обнаружила хозяина в жутком состоянии: синяки, кровоподтеки, переломы, а главное – без дыхания. Вызванная «скорая» констатировала переломы ребер, черепно-мозговую травму и смерть потерпевшего.

В ходе следственно-оперативных действий быстро был вычислен и задержан виновник стрелецкой трагедии, который с утра 30 августа пил несколько дней. Сейчас он во всем сознался и находится в ИЗ-31/2 *(из газеты)*.

3. Проанализируйте текст отчета. Оцените композицию текста и его фактическое наполнение. Произведите правку.

Лучшие студии наградили дипломами

*23 и 24 марта в старооскольской школе №40
состоялся первый Всероссийский фестиваль
детского и юношеского видеотворчества.*

В нем приняли участие студии из 27 городов России.

Старооскольская киностудия «Золотой кадр» представила работу «Святыни Белгородчины». В фильме рассказывается история возникновения храма Николая Чудотворца в городе Валуйки. В воздвижении храма (1593 год) принимали участие 4 монаха, в том числе и отец Корнилий. В храме находились иконы, обладающие чудодейственной силой. В фильме «Владимирский собор» говорилось о том, что в нем покоится прах адмирала Лазарева, описывались красота и величие собора. В 1991 году он был заново освящен, в настоящее время в нем действует воскресная школа, открылась библиотека.

Студия «Меридиан» (г. Новокузнецк) привезла фильмы «Про учителей», «Родине нужны настоящие мужчины». Герои второго фильма – молодые люди, отказывающиеся выполнять свой долг перед Родиной, «косящие» от армии. Участники фестиваля и жюри оценили анимационные фильмы «Зажигаем» (телестудия «Гости из будущего», г. Санкт-Петербург), «Азбука в загадках», «Однажды в лесу» (студия «Кенгуру», г. Пенза), «Жили-были кот и кошка» (студия «Подарок», г. Пенза) и другие.

Студия «Квант» из Орла представила фильм о солдатах, погибших в Курской битве.

В нем рассказывалось, как проводили раскопки, находили гильзы, различные предметы, принадлежащие погибшим. По найденным останкам определили, что они принадлежат 33 солдатам. Останки воинов бережно укладывали в солдатские урны...

На церемонии закрытия фестиваля 24 марта победителям вручили награды. В номинации «Лучший игровой фильм» диплома 1 степени удостоена студия «Золотой кадр» – за фильм «Минздрав предупреждает», дипломом II степени награждена гимназия № 18 (г. Старый Оскол) – за фильм «Болтуны». В номинации «Лучший анимационный фильм» диплом III степени достался мультстудии «Кенгуру» (г. Пенза) – за фильм «Азбука в загадках», диплом II степени – мультстудии «Феникс» (г. Казань) за фильм «В океане». Дипломом I степени наградили мультстудию «Меридиан» (г. Новокузнецк) – за фильм «Часы жизни».

За лучший документальный фильм диплом III степени вручили студии «МЕШДОМ» (г. Калуга) – за фильм «Тайны Люберецкого городища»; диплом II степени достался студии «Спектр» – за фильм «Звонарь»; диплом I степени – студии «Одиссей» за фильм «Аквафера» (г. Ярославль). Дипломом I степени также наградили студию «Кенгуру» – за фильм «Жили-были кот и кошка».

В номинации «Удачный дебют» дипломы вручили студиям «Зазеркалье» (г. Старый Оскол), «Спектр» (г. Грайворон), «Однажды» (г. Старый Оскол) *(из газеты)*.

Основная литература

Голуб И.Б. Стилистика русского языка / И.Б. Голуб. – М., 2001. – 448 с.

Ивин А.А. Логика для журналистов / А.А. Ивин. – М., 2002. – 224 с.

Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) / С.И. Сметанина. – СПб, 2002. – 383 с.

Стилистика и литературное редактирование/ [под ред. проф. В.И. Максимова]. – М., 2004. – 651 с.

Дополнительная литература

Вакуров В.Н. Стилистика газетных жанров / В.Н. Вакуров, Н.Н. Кохтев, Г.Я. Солганик. – М., 1978. – 230 с.

Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе / В.Г. Костомаров. – М., 1971. – 226 с.

Понятие чести, достоинства и деловой репутации. Спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами. – Воронеж, 2004. – 328 с.

3.5. Работа редактора над рекламными текстами

В соответствии с Законом Российской Федерации «О рекламе» **реклама** – это «распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать и поддерживать интерес к физическому, юридическому лицу, товарам, идеям, начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний».

В периодических печатных изданиях, которые не специализируются на сообщениях и материалах рекламного характера, объем рекламных сообщений не должен превышать 40 % объема одного номера печатного издания. В печатной продукции не допускается публикация рекламных сообщений без предварительного сообщения об этом (например, такое сообщение может быть в виде пометки «На правах рекламы»).

Юридические взаимоотношения между сторонами рекламного процесса не всегда являются хорошо урегулированными. Поэтому редактору рекомендуется заключать с автором договор, в котором между рекламодателем и рекламопроизводителем должны оговариваться вопросы передачи авторских прав, исключительность авторских прав, территория и срок действия договора. К объектам авторского права в рекламных изданиях относятся слоган, рекламный девиз, тексты, дизайнерские разработки, иллюстрации, элементы фирменного стиля (логотип, название фирмы или товара), а также сама концепция рекламной кампании и др.

Реклама (как один из видов социальной информации) выполняет, прежде всего, коммуникативную функцию. Эта функция реализуется посредством трех аспектов: семантического (смыслового), синтаксического (структурного) и прагматического (ценностного). Все аспекты являются важными: потребитель обращает внимание как на форму, так и на содержание рекламного сообщения. Однако именно ценностный аспект позволяет сделать рекламный текст привлекательным для потенциального покупателя, так как он определяет мотивы его поведения, отражает потребности клиента. В связи с этим значимость рекламы во многом зависит от того, на какого потребителя рассчитано рекламное воздействие.

Данные о целевой группе реактор, как правило, получает от рекламодателя вместе с заказом на рекламное издание.

По характеру информации, содержащейся в рекламных сообщениях, рекламу можно разделить на политическую, коммерческую и социальную.

Политическая реклама – это реклама политических партий (объединений), органов государственной власти, государственных и общественных организаций, принимающих участие в политической

деятельности отдельных граждан, их действий, идей, программ и отношения к каким-либо организациям, событиям, гражданам, идеям.

В **коммерческой рекламе** все усилия рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей направлены на то, чтобы продемонстрировать покупателю, как товар или услуга удовлетворяет все возможные потребности покупателя.

Социальная реклама – это реклама, которая представляет государственные интересы и направлена на достижение благотворительных целей путем создания общественного мнения по какому-либо некоммерческому вопросу (охрана природы, организация помощи пострадавшим и др.).

Отношения в области коммерческой и социальной рекламы регулируются Законом «О рекламе», политическая реклама исключена из сферы его регулирования.

По форме существования и распространения рекламу можно разделить на зрительную (газетно-журнальная, печатная, световая, оформительская реклама, а также реклама в электронных средствах массовой коммуникации), слуховую (радиореклама, устные сообщения и объявления) и зрительно-слуховую (теле-, кино- и видеореклама, демонстрация образцов, сопровождаемая текстом). Соответственно различают каналы распространения рекламы: печатная реклама, радиореклама, теле- и видеореклама, наружная реклама (знаки, указатели, щиты), реклама на транспорте, прямая почтовая рассылка, выставки и др.

Эффективным средством воздействия на потребителя является *газетно-журнальная реклама*, жанры которой весьма разнообразны. В рекламных целях используются почти все публицистические жанры, которые можно распределить по трем группам: *информационные* (заметка, интервью, отчет, репортаж, строчная реклама), *аналитические* (корреспонденция, статья, обзор, обозрение, рецензия, комментарий), *художественно-публицистические* (зарисовка, очерк). Последняя жанровая группа активно используется при подготовке материалов *public relations*, материалов со скрытой рекламой.

Рекламное объявление – платное, размещенное в периодической печати рекламное сообщение, обычно содержит рекламный заголовок-слоган, который в сжатой форме отражает суть и преимущества коммерческого предложения рекламодателя.

Рекламная рецензия представляет собой всесторонний обзор рекламируемого объекта (книги, театральной постановки, фильма, концерта, выставки) с указанием только достоинств объекта рекламы. Рецензия призывает потенциального потребителя к определенному действию (например, купить и прочитать книгу, посмотреть спектакль или фильм).

Рекламный очерк рассказывает о рекламируемом объекте в яркой художественно-публицистической форме. Рекламный очерк воздействует не только на ум потребителя, но и на его чувства, заставляет не только понять, но и прочувствовать изображаемое.

Рекламная статья отличается глубоким анализом и детальным описанием рекламируемого объекта, обобщениями (например, реклама меди-

цинских препаратов, строительных материалов). Основная задача рекламной статьи – сформировать у потребителя позитивный образ товара, услуг. Вывод об их достоинствах потребитель делает самостоятельно.

Строчная, или рубрицированная, реклама – объявление, которое размещаются на рекламных полосах изданий (например, газеты бесплатных объявлений). При подготовке строчной рекламы основное внимание уделяется рубрикации – способу организации рекламных объявлений в издании: для удобства поиска их разбивают на классы, подклассы, строят классификационное дерево.

Наружная реклама является эффективным средством преимущественно для рекламы потребительских товаров, поскольку она рассчитана на восприятие широкими слоями населения. К наружной рекламе относятся *рекламные щиты, афиши, транспаранты, световые вывески, электронные табло и экраны*. В связи с тем, что наружная реклама в большинстве случаев воспринимается на значительном расстоянии и на ходу, она представляет собой, как правило, краткие и выразительные сообщения.

Интернет-реклама – это возможность размещать рекламу, ориентированную на тщательно отобранную и точно оцениваемую рекламную аудиторию. Современная интернет-технология позволяет автоматически накапливать базы данных адресом интернет-пользователей, интересующихся той или иной темой, а также размещать рекламную информацию по интернет-серверам в зависимости от их тематики; рекламодатели получили возможность ориентировать свою рекламную кампанию на достаточно узкие и корректно определенные группы потребителей.

Роль редактора в создании конечного рекламного продукта весьма велика. Именно он на основе заказа рекламодателя формирует замысел будущего издания и определяет задание автору текста, художнику, фотографу.

Создание рекламного издания состоит из нескольких этапов.

1. Получение задания от рекламодателя. Предварительное формулирование пожеланий клиента.
2. Сбор и анализ необходимой для рекламы информации: данные о товаре, о потенциальном покупателе и рынке сбыта.
3. Разработка проекта рекламного издания, плана работы над его отдельными элементами, а также определение соотношения между вербальной и визуальной информацией. В создании проекта вместе с редактором участвует и вся руководимая им творческая группа: автор текста (копирайтер), художник, художественный и технический редакторы и др.
4. Реализация проекта рекламного издания.
5. Предварительное тестирование рекламного сообщения до его тиражирования или выпуска в свет.

Основные критерии эффективного рекламного текста: привлечение внимания, формирование положительных эмоций, хорошее запоминание информации о товаре, появление у потребителя рекламы желания приобрести рекламируемый товар.

Можно выделить некоторые *приемы привлечения внимания*, часто используемые в рекламных текстах: 1) прием проблемной ситуации (перед аудиторией ставится проблема, которая побуждает ее к размышлению, вызывает желание поглубже вникнуть в суть проблемы); 2) прием соучастия (создает благоприятную атмосферу и эффект совместного поиска необходимой информации); 3) юмор (юмор должен настроить покупателей на нужный лад, вызвать их расположение); 4) прием «престиж» (привлекает внимание к достоинствам товара, его известности, торговой марке); 5) интригующие заголовки, неожиданное начало текста (создают эффект неожиданности, заставляют прочитать текст до конца); 6) ритмичный порядок элементов рекламы (выполняет эстетическую функцию); 7) особенности шрифта и цвета (акцентирует внимание на наиболее значимых словах, абзацах, частях текста); 8) прием «проблема – решение» (позволяет сразу заинтересовать покупателя); 9) прием демонстрации (дает представление о возможностях товара и приемах пользования им); 10) свидетельство очевидцев или знаменитых людей (фотографии известных людей); 11) подзаголовки, которые членят текст на отдельные смысловые части и др.

Важной особенностью рекламного текста является превращение характеристик рекламируемого объекта в преимущества для адресата.

Текст рекламного произведения оценивается редактором, как правило, по трем основным критериям: выбору аргументов в пользу рекламируемого товара, способу подачи этих аргументов или форме выражения рекламной идеи и языково-стилистическим средствам. Задача автора состоит в том, чтобы, базирываясь на знаниях о товаре, покупателе и рынке, учитывая цели рекламы, оценить правильность выбранной формы.

Традиционно *композиция рекламного объявления* состоит из следующих блоков:

- слоган (девиз) – краткий рекламный лозунг, заголовок, афоризм;
- завязка (зачин) – текст, предшествующий основной идее рекламного сообщения;
- информационный блок – основной текст, в котором приводятся главные аргументы в пользу товара;
- дополнительная информация (справочные данные, реквизиты фирмы, товара) – адрес, контактный телефон и т. д.;
- эхо-фраза – фраза, повторяющая слоган или имеющая нечто общее с ним.

Удачный рекламный *слоган* должен легко читаться и запоминаться, быть оригинальным, вызывать любопытство, содержать уникальное торговое предложение, сулить выгоду, вознаграждение.

Зачин и подзаголовки могут размещаться под и над основным заголовком. Они могут быть также вставлены в основной текст рекламного объявления. Назначение подзаголовка – быстро передать ключевое коммерческое побуждение. Так как многие читают только заголовки и подзаголовки, их набирают обычно более крупно, чем основной текст, выделяют полужирным шрифтом или цветом.

Основной текст рекламного объявления содержит полную информацию. Текст должен быть связан с темой рекламной кампании и объяснять, как рекламируемый товар или услуга может удовлетворить потребность покупателя.

Язык рекламы развивается на основе всех известных функциональных стилей речи. Нередко в рекламных текстах успешно применяются элементы различных функциональных стилей. Задача редактора состоит в том, чтобы оценить правильность выбора автором интонации текста, уместности использования тех или иных языковых средств разных стилей в рекламе данного товара.

Основные требования, которым должен соответствовать *рекламный текст*, следующие.

1. Текст должен быть посвящен одному или нескольким полезным свойствам товара.

2. Рекламный текст должен быть конкретным, целенаправленным, подчеркивать те особенности, которые выгодно отличают рекламируемый объект от других ему подобных.

3. Реклама должна быть конкретной, наглядной, желательно избегать отвлеченности. Если необходимо выдвинуть какое-либо общее положение, то оно должно подтверждаться фактами и поясняться наглядными, конкретными примерами.

4. Рекламный текст должен быть доказательным, логичным.

5. Текст рекламы должен быть составлен так, чтобы любой читатель смог понять предложенную информацию. В массовой рекламе не следует пользоваться специальной терминологией, иностранными словами, которые могут быть непонятны для читателя.

6. При отборе слов рекомендуется больше пользоваться глаголами, побуждающими к действию, делающими текст динамичным, а также конкретными существительными.

7. В текст рекламы, как правило, включают простые, часто назывные предложения. В тексте также могут использоваться вопросительные предложения и обращения. Они способствуют созданию необходимого эмоционального настроения у читателей. Для оживления рекламного текста в него включается прямая речь.

Чтобы привлечь внимание потребителей, сделать экспрессивными наиболее важные элементы, в синтаксисе рекламных текстов применяют различные выразительные средства (стилистические фигуры): инверсию, антитезу, параллелизм конструкций, анафору и эпифору, лексический повтор.

В текст рекламы могут включаться *образно-выразительные средства языка*: эпитеты, сравнения, метафоры, метонимия, олицетворение, перифраз. Созданию экспрессии помогает использование в рекламном тексте фразеологических оборотов, пословиц, поговорок, крылатых слов, прецедентных текстов (слов из песен, стихов и др.). Они не только подчеркивают достоинства рекламируемого товара, но и формируют в сознании читателя определенный образ этого товара. При оценке их использования

редактор должен проследить, чтобы образно-выразительные средства не отвлекали читателя от рекламируемого товара.

8. Рекламный текст должен быть оригинальным, неповторимым в деталях, занимательным, остроумным.

9. Текст рекламы, как и любой другой письменный текст, должен соответствовать всем литературным нормам (нарушение языковых норм иногда используется как способ привлечения внимания, языковая игра). Наиболее распространены в рекламе ошибки, связанные с неточным словоупотреблением, нарушением лексической сочетаемости и норм формообразования, неверным построением предложения, неудачным порядком слов, нарушением согласования и управления.

10. В рекламных текстах иное значение имеют знаки препинания. Так, иногда нормативно употребляемые знаки отсутствуют, что мотивируется и компенсируется шрифтовым выделением частей предложения.

Кроме того, знаки препинания в рекламе могут выполнять сигнальную функцию, то есть привлекать внимание читателей к содержанию. Особенно часто используется тире, причем нередко его постановка связана с выделением ударного рекламного слова. Двоеточие используется в конструкциях, распадающихся на две части: первая называет предмет рекламы, а вторая содержит его конкретизацию. Восклицательный знак особенно часто используется в концовках и зачинах, многоточие – для обозначения незаконченности высказывания или при неожиданном повороте мысли.

Рекламное издание требует от редактора внимания не только к тексту, но и ко всем остальным элементам, в частности изобразительному ряду. Все элементы структуры рекламного издания организуются в единое целое макетом, который создается на основе принципов художественного конструирования, книжного дизайна.

Рассматривая макет рекламного издания, редактор оценивает его с точки зрения единства вербальной и визуальной, семантической и эстетической информации, организации ритма издания. Эстетическая сторона рекламного дизайна выступает при этом не как самоцель, а лишь как условие и средство обеспечения высокого потребительского качества издания.

В работе над иллюстрациями основная задача редактора – оценить, как художник и художественный редактор решили задачи, поставленные в проекте. Критерии оценки следующие.

Между иллюстрацией и рекламируемым объектом должна существовать ощутимая и четкая связь, которая легко понятна даже неискушенному читателю.

Иллюстративный материал должен показать изделие в соответствующей его назначению обстановке, в действии, то есть продемонстрировать, как изделие работает, какие операции выполняет, каковы результаты его использования. Иллюстрация должна наглядно раскрывать покупателю, какую пользу он получит, приобретя товар.

Непременным иллюстрационным элементом любого макета должны быть логотип, товарный или фирменный знак рекламодателя. Фирменный блок помещается, как правило, на самых видных местах.

Украсить объявление и усилить его «замечаемость» можно не только рисунком или фотографией. Важное значение имеют размер и форма объявлений. Линейки, отбивки, виньетки и другие типографские украшения несут эстетическую нагрузку и помогают структурировать рекламный материал, облегчить его восприятие.

При работе с большими текстами желательно повысить их читаемость. Для этого рекомендуется использовать подзаголовки, начинать текст с прописной буквы и размещать его в колонки шириной не более 40 знаков, желательно с абзацным отступом или маркером. Объем абзаца не должен превышать 11 строк. Длинный абзац плохо воспринимается читателем. Текст полезно разбивать иллюстрацией.

При выборе шрифта на первом месте стоят такие его качества, как удобочитаемость и соответствие образу, создаваемому дизайнером. Заголовок лучше набирать строчными буквами, а не прописными, так как он читается медленнее, буква за буквой. Заголовок лучше не размещать на иллюстрации. При выборе размера шрифта следует учитывать также возраст читателей. Наиболее употребляемые кегли для набора рекламных текстов – 10 и 12, кроме того, светлое начертание шрифта легче читать, чем полужирное.

В рекламном объявлении желательно использовать шрифт одной гарнитуры. Исключение может составлять оригинальный шрифт логотипа или ударной фразы. Нежелательно использовать также больше 2–3 вариантов (по размеру, жирности, начертанию) гарнитуры в одном объявлении. Не следует злоупотреблять шрифтами с повышенной декоративностью – они не обеспечивают хорошую читаемость.

Важен выбор расположения рекламы в издании. Так, передняя сторона обложки издания предпочтительнее тыльной. Затем следует внутренняя сторона справа (3-я полоса), далее – внутренняя сторона слева (2-я полоса). На последних сторонах издания правая сторона предпочтительнее левой. В дальнейшем приоритет распространяется от первых страниц к последним. Правые (четные) страницы для расположения рекламных материалов лучше левых (нечетных). Страницы напротив редакционных статей лучше других, хотя это зависит от вида издания. Часто лучшие страницы для рекламы определяются в ходе тестирования. Любая реклама в газете или журнале будет предпочтительнее, если она соседствует с письмами читателей, телевизионными программами, кроссвордами.

Контрольные вопросы

1. Что такое реклама?
2. Укажите основные виды рекламы (по характеру информации, по форме существования и распространения).
3. Назовите основные этапы создания рекламного издания.

4. Каковы основные критерии эффективного рекламного текста?
5. Перечислите приемы привлечения внимания, используемые в рекламном тексте.
6. Каковы структурные элементы рекламного сообщения?
7. Каковы особенности использования экспрессивных приемов в рекламных текстах?
8. Обязательно ли соблюдение языковых норм в рекламных текстах? В чем специфика пунктуации в рекламном тексте?
9. Назовите основные критерии оценки иллюстративного материала в рекламном сообщении.
10. Перечислите способы, которые позволяют сделать текст рекламы более удобочитаемым.

Задания

1. Проанализируйте один из номеров газеты (журнала) с точки зрения представления материала. Определите характер каждого материала (рекламный или информационный). Укажите признаки рекламного материала.

2. Определите, были ли нарушены авторские права рекламного агентства в данной ситуации? Если да, то объясните, почему.

Банк заказал рекламному агентству разработать макет и напечатать 5000 цветных буклетов. Договор подряда был подписан и выполнен рекламистами качественно и в срок. Когда буклеты кончились, банк решил допечатать буклеты, но не у рекламистов, а напрямую в типографии. Банк считал, что, заплатив рекламистам по договору, он имеет право распоряжаться этим буклетом по своему усмотрению.

3. Покажите на конкретных примерах преимущества и недостатки газет и журналов как носителей рекламной информации.

4. Выявите рекламную идею трех конкретных (по выбору студента) рекламных сообщений – коммерческой, политической и социальной рекламы.

5. Отредактируйте текст бесплатного объявления: сократите его, предложите способ рубрикации, придайте информации «рекламность».

У меня есть диван. Он, конечно, уже старый, но им еще можно пользоваться. Его можно раскладывать, он темно-красного цвета. Дайте, сколько можете. Телефон 22-22-22.

6. Определите прием привлечения внимания читателя, использованный в рекламном тексте.

1. «Лучше сосок не было и нет, –

Готов сосать до старости лет!» (В. Маяковский)

2. У Вас проблема? Вы не знаете, где продаются лучшие книги? Мы поможем Вам. «Библиосфера» – вот удачное решение всех проблем.

3. Знаете ли Вы, что **Kaleva** это:

- европейские стандарты качества и сертификация РФ,
- оконные системы от эконом до премиум класса,

- **любые формы и цветовые решения,**
- **высочайший уровень** сервиса.

4. Новый автомобиль от «Мерседес».

5. Что может быть общего у таких неординарных женщин, как Марлен Дитрих, Жаклин Кеннеди-Онассис, Мария Каллас и Элизабет Тейлор? Несомненно, их безумная страсть к ювелирным украшениям фирмы Van Cleef & Arpels, каждое из которых представляет собой истинный шедевр ювелирного искусства.

6. Стиральная машина «Аристон Диалоджик» на удивление проста и приятна в обращении. Выберите тип самой деликатной ткани, и машина сама предложит Вам оптимальную программу. Машина самостоятельно выберет температуру и продолжительность цикла стирки, при этом абсолютно исключается лишний расход воды и ошибка в выборе программы.

7. Мне 80 лет, 5 лет назад я полностью потерял зрение, делали операцию, но не помогло. 4 месяца назад я узнал об Информационном Офтальмологическом Эликсире, начал капать, и спустя 3 недели у меня появилось светоощущение, я не мог поверить своим глазам! Сейчас я прохожу второй курс Эликсира и уже различаю предметы и цвета, спасибо огромное!

Федотов М.В., г. Туапсе

Действительно, результаты применения ИОЭ потрясающие, о чем говорят отзывы нескольких десятков тысяч пациентов. Преимущество данного метода в его **высокой эффективности, отсутствии противопоказаний**, а самое главное, что **ИОЭ воздействует не химией, а информацией**, приводя в норму все процессы, происходящие внутри клеток глаза, **восстанавливая зрительную систему в целом, а результат сохраняется на 5–7 лет, чего не дает ни один метод! Очень важно, что зрение начинает улучшаться моментально (после первого закапывания на 0,25 диоптрии)!**

7. Определите тип выразительного средства, использованного в высказывании (антитеза, параллелизм, лексический повтор, анафора, эпифора, благозвучность, ритмичность фразы и др.).

1. Ваша киска купила бы Вискас. 2. Mentos: свежее решение. 3. Простые решения сложных задач. 4. Выигрываете вы – выигрывает спорт. 5. Мудрая женщина – мудрое решение (косметика Mary Kay). 6. Молоко вдвойне вкусней, если это Milky Way. 7. Новые решения, новые возможности. 8. Живи приПИВА!ючи (пиво «Клинское»). 9. Чистота – чисто Тайд. 10. Вольному – «Вольво». 11. Сухая кожа – счастливый малыш. 12. Широкий экран по низкой цене. 13. ЖЕЛЕЗНО!дорожные перевозки. 14. Зубная щетка «Колгейт»: чистит глубже, чистит лучше. 15. Новая ФАНТАстическая бутылка. 16. Проблема с иностранным? Нет проблем! (реклама курсов иностранного языка).

8. Определите способ создания экспрессии в рекламном тексте (эпитет, метафора, сравнение, гипербола, метонимия, олицетворение, перифраз и др.).

1. Без очков – сто очков (реклама офтальмологической клиники).
2. Наши шелковые ткани легки, как воздух.
3. Больше звезд, чем на небе.
4. Всегда в рабочей форме (спецодежда).
5. Вкус для людей со вкусом.
6. Молодежь... не задушишь, не убьешь (о молодых участниках компьютерной выставки).
7. МИР вашему дому.
8. Море возможностей, океан фантазии (реклама мебели).
9. У нас покупает автомобиль тот, кто умеет экономить.
10. Купайтесь в роскоши (оборудование для ванн).
11. Отличное качество от лучших производителей плюс прекрасное обслуживание в фирменных магазинах.
12. Цени момент! (клей «Момент»).
13. Озеленение населения (Свалинвестбанк).
14. Как много в этой связи! или Семь основных причин, чтобы купить сотовый телефон GSM-900.
15. Зубные щетки рекомендуют «Дельта».

9. Прочитайте рекламу, размещенную на кефире «Летний день». Найдите речевые, грамматические и логические ошибки. Исправьте текст.

Летний день! Воздух чист и прозрачен. Под ласковыми лучами солнца зеленеют луга... Здесь, вдали от больших городов, пасутся стада... А из свежего коровьего молока получают удивительно вкусные молочные продукты «Летний день»!

«Летний день» – натуральные и вкусные молочные продукты. Это щедрый дар родной природы. «Летний день» подарит Вам здоровье и отличное настроение круглый год!

Наслаждайтесь истинным вкусом натуральных молочных продуктов «Летний день»!

Приятного аппетита!

10. В следующих рекламных текстах определите способ воздействия (эмоциональный или рациональный способы).

1. «Мы покупаем не фрукты, а здоровье». 2. «Гарантия качества мыла *Safeguard* подтверждена Институтом гигиены им. Эрисмана». 3. Кто ж не знает: с голубого ручейка начинается река. С реки начинается сама наша жизнь – деревни, села, города... А нередко и песни, и слава народная. Вот и Хопру повезло. Может, так и оставался бы он известной лишь ограниченному числу россиян рекой, не положи он начало компании «Хопер-инвест». Той самой, о которой с экранов телевизоров на всю страну сказано: «Хопер-инвест» – отличная компания» (КП, 8.02.1994). 4. Весна! В салонах Мебель Черноморья. 5. СНАКА – Прекрасные орешки из Голландии. 6. «Попробуйте молоко в упаковке «Тетра Брик Асептик» компании «Тетра Пак». Оно надолго останется свежим и полезным благодаря высокотемпературной технологии. Перед тем как упаковать молоко, его быстро нагревают до 140° С, выдерживают при этой температуре всего 2–4 секунды, а затем быстро охлаждают до комнатной температуры. Кратковременная тепловая обработка сохраняет вкус и природные качества молока в максимальной степени».

11. «Переведите» подстрочник зарубежной рекламы на «нормальный» русский язык.

Клиенты и партнеры VEKA получают всеохватывающие консультации по изготовлению, переработке и продаже профилей, осуществляется поддержка в плане обучения и сбыта на основе торговой программы, суть которой состоит в том, что клиент VEKA обучается сотрудником фирмы и затем долгое время обслуживается им.

12. Прочитайте рекламный текст. Отредактируйте его. Назовите типы ошибок, которые вам встретились в каждом тексте.

1. Это только в 45 баба ягодка опять. Но какая, скажете, женщина, не жалуется при этом на боли в спине и суставах? Таких теперь в России поискать.

Наша фирма предлагает женщинам крема для лица «Ягодка» и «Ольга». Они органически всасываются, через пару-тройку минут вы не ощущаете никаких признаков их присутствия. После этого – собираетесь ли вы на работу или на прогулку, в гости или объятия Морфея – исчезает даже намек на то, что вы его использовали.

И не ждите 45, чтобы стать обворожительной и желанной. С «Ягодкой» или «Ольгой» вы будете таковой уже и сейчас.

2. Что легче – закурить первую в своей жизни сигарету или последнюю? Второе мучительнее. А вот как бы в рай да с удобствами? Поздравляем слабовольных сибаритов и песимистов, вам специально создан фиточай «Колдунок».

Выпьешь чашку «Колдунка» – будешь жить без табака!

3. Слабые мышцы, усталость, «пивной мозоль», недомогание, лишний вес... Пора с этим заканчивать! Теперь есть самая эффективная технология для тренировки любой группы мышц – электростимуляция. Прибор BELLATRONIC работает так же, в режиме T.E.N.S. для снятия хронической боли, при травмах и других мышечных расстройствах.

13. Превратите характеристики рекламируемого товара, услуги в преимущества для потребителя. Отредактируйте тексты, добавьте необходимую информацию.

Образец: Издательство «Русский язык» выпустило новый том энциклопедии для детей – «Русская литература XX века». Он содержит информацию о самых значительных произведениях «серебряного века», о советской и современной литературе.

Вариант: В издательстве «Русский язык» появился очередной том из серии «Энциклопедия для детей» – «Русская литература XX века». Он будет интересен не только школьникам и студентам, но и взрослым. Юный читатель найдет много интересных деталей о биографии русских писателей XX века, а также узнает о новом взгляде на уже известные произведения и прочитает о ранее «запрещенных» для публикации текстах. Новый том станет прекрасным дополнением к учебникам и учебным пособиям по литературе, поможет подготовиться к докладу по любой теме, связанной с литературным творчеством писателей и поэтов XX века.

1. Новая серия мобильных телефонов имеет съемные панели. 2. Наш филиал расположен в центре города. 3. Kaleva: современное производство, оснащенное уникальным немецким оборудованием. 4. Кроме обычного маникюра, мы предлагаем новую услугу: детский маникюр. 5. Зная, как важна витаминная продукция, руководство «Марбиофарма» старается не повышать на нее цены, даже теряя часть продукции. 6. В диапазон наших мощностей входят машины и оборудование для рационализации вашего производства с учетом его специфики.

14. Вы редактор журнала «Вокруг света». Книжное издательство «Асмес» подготовило к выпуску новый детектив А. Марининой «Потерянный сон». Представитель издательства обратился к Вам (редактору) с предложением разместить рекламу *данного издания* на страницах Вашего журнала. Продумайте проект рекламного материала. Предложите свой вариант рекламного текста, возможные иллюстрации, расположение элементов рекламного материала.

15. Вы редактор газеты «Комсомольская правда». Медицинская фирма «Фарма» заключила с Вами договор об изготовлении и размещении на полосах Вашей газеты целой серии рекламы новых витаминов «Витусин». Разработайте проект изготовления рекламного материала. Определите, какое задание Вы дадите художнику, копирайтеру. Предложите варианты рекламных текстов медицинского препарата «Витусин» для разных адресатов: школьников, женщин, пожилых людей, бизнесменов, спортсменов, водителей-дальнобойщиков, студентов и др.

16. Оцените приемы и методы подачи информации, иллюстративный ряд рекламного сообщения (по выбору студента). Дайте рекомендации по его улучшению.

Основная литература

Блинкина-Мельник М.М. Рекламный текст : задачник для копирайтеров / М.М. Блинкина-Мельник. – М. : ОГИ, 2003. – 196 с.

Редакторская подготовка изданий : учебник / [под ред. С.Г. Антоновой]. – М. : Логос, 2004. – 496 с.

Реклама : палитра жанров / В.В. Ученова, С.А. Шомова, Т.Э. Гринберг, К.В. Конаныхин. – М. : РИП-холдинг, 2000. – 95 с.

Дополнительная литература

Кохтев Н.Н. Реклама : искусство слова : рекомендации для составителей рекламных текстов / Н.Н. Кохтев. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1997. – 93 с.

Литвинова А. Сколько весит слово? Статьявая реклама в прессе / А. Литвинова, С. Литвинов. – М.: РИП-Холдинг, 1998. – 90 с.

Морозова И. Слагая слоганы / И. Морозова. – М. : РИП-Холдинг, 1998. – 172 с.

Назайкин А.Н. Эффективная реклама в прессе : практ. пособие / А.Н. Назайкин. – М. : Гелла-принт, 2000 . – 305 с.

Тулупов В.В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты / Воронеж. гос. ун-т; В.В. Тулупов. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-т, 2000. – 335 с.

3.6. Работа редактора над художественными текстами

Редактирование художественных текстов требует высокого уровня общей культуры, серьёзной филологической и специальной подготовки, мастерства.

Редактор должен не просто выправить текст в соответствии с языковой и стилистической нормой, он должен прежде всего понять замысел автора.

Например, в следующем предложении из повествования в рассказах В. Астафьева «Царь-рыба» можно увидеть обычную грамматическую ошибку или элемент речевой характеристики персонажа: «А ешли у вас, робяты, за душой што есть, тяжкий грех, срам какой, варначество – не вяжитесь с *царью*-рыбой, попадетса коды – отпушшайте сразу. Отпушшайте, отпушшайте! Ненадежно дело варначье».

Но если вчитаться в текст, в авторское повествование и внутренний монолог персонажа, то окажется, что эта «ошибка» не случайность. Ненормативная форма *царью* входит в совокупность языковых средств выражения замысла автора: «Но не зря сказывается: женщина – тварь Божья, за неё и суд, и кара особые»... «Прощенья, пощады ждешь? От кого? Природа, она, брат, тоже женского рода».

Замысел автора – то, что автор хочет выразить своим произведением, раскрывается в соотношении представленных в тексте точек зрения (не только идей, но и физических положений в описываемом пространстве, которые определяют, кто из персонажей что и как видит), форм речи (монолог или диалог) и ее семантико-композиционных типов (описание, повествование, рассуждение).

Редактор должен осмысливать временные и пространственные ориентиры, названные в произведении (иначе трехдневный интервал превратится через десяток страниц в трехнедельный или окажется, что герой видит то, чего он видеть не может). Например: *Дернул за правую железную ручку, оказался в душном коридоре с ободранными банкетками вдоль стены. Из коридора заглянул в мрачную комнату дежурного, где у возилса с бумагами милицейский офицер. Дежурка продолжалась дальше коридором, по обеим сторонам которого просматривались опрaвленные железными листами двери с глазками посередине.*

- *Здравствуйте! Как пройти к начальнику?*

- *К начальнику прямо по коридору.*

Туда и направился Комлев и вскоре увидел помещение со столом и стандартным сейфом и там вторую дверь с табличкой «НАЧАЛЬНИК».

...

В узенькой, как предбанник, комнатенке сели почти рядом. В стене направо было зарешеченное окно и дверь, видимо, прямо на улицу.

...

Никодим Никодимыч встал, покровительственно похлопал Комлева по плечу.

- Кабинет твой рядом, – показал на облувленную внутреннюю дверцу. – Лучшего предложить не могу. Самому тесно. Вот тебе ключ от сейфа: там указы, приказы, документы. Как вдоволь начитаешься, приступай к делу.

- Конечно, я ознакомлюсь, – заверил Комлев и вышел.

Оглядывая свою новую служебку, удивился, что здесь тоже был выход рядом с окном, смотрящим на улицу. Зачем?

При чтении этого отрывка возникает ряд вопросов к автору. Комната дежурного – проходная? Что за помещение, в котором вторая дверь с табличкой, и как оно расположено по отношению к коридору? На какую облувленную внутреннюю дверцу (почему – дверцу?) показывает начальник? Кабинеты – в смежных комнатах? Тогда зачем Комлеву выходить?

Внимательно должен относиться редактор и к фактам, о которых говорится в произведении, ведь автор может не знать о каких-то явлениях, принимать одно за другое. Например: *Где-то залаяла собака, во дворе закрикали гуси* (Крякают утки, а гуси гогочут).

Но самое главное: редактор должен уметь анализировать речевую структуру произведения, то есть определять тип повествования¹, обнаруживать композиционные и словесные приёмы субъективации повествования, выявлять роль функционально-смысловых (или семантико-композиционных) типов речи (описаний, повествований, рассуждений) и форм речи (монолог, диалог). Без этого невозможно прочесть текст с позиции автора (а такое прочтение, как мы уже говорили – профессиональная обязанность редактора).

3.6.1. Типы повествования

По определению Н.А. Кожевниковой, типы повествования – это композиционные единства, организованные определенной точкой зрения (автора-повествователя, рассказчика, персонажей) и характеризующиеся относительно закрепленным набором конструктивных признаков и речевых средств. Соотношение и взаимодействие разных типов повествования внутри произведения создает «образ автора» как некий организующий центр (Кожевникова, с. 3).

¹ Термин «повествование» используется в двух значениях: 1) композиционное единство, организованное точкой зрения повествователя, рассказчика, персонажа; 2) семантико-композиционный тип речи, отличающийся рядом признаков от других типов – описания и рассуждения.

В настоящее время учеными выделяются следующие типы повествования: повествование от *первого, второго и третьего* лица, а также *несобственно-авторское* и *безличное (неличное)* повествование.

Различают простые и сложные формы повествования. Если в рамках художественного произведения представлен один из типов повествования, это простая форма; если тип повествования меняется, это текст со сложной формой повествования.

Повествование от третьего лица (иначе – авторское, объективное) характеризуется авторским всеведением. Автор-повествователь знает всё, что происходит в одно и то же время в разных местах, ему известно, что было с его героями в прошлом, что ожидает их в будущем, ему открыт мир их желаний, чувств, мыслей, и благодаря такому всеведению в произведении создаётся широкая картина действительности.

В «чистом» (не субъективированном) повествовании от третьего лица автор отделен от персонажей, их сферы сознания и речевые сферы не совмещены, не пересекаются. Здесь главенствует одна точка зрения (взгляд «сверху») и в плане пространственно-временном (в представлении картины мира), и в плане идеологии (в оценке событий, характеров) – точка зрения повествователя.

Однако в литературе XIX–XX веков авторское повествование часто субъективируется с помощью различных приемов.

Повествование от первого лица (субъективное). Выделяется несколько форм такого повествования. 1. «Я» рассказчика близко к «он» (к объективному авторскому повествованию), но события освещаются не «сверху», а изнутри, поэтому повествование воспринимается как более достоверное по сравнению с повествованием от *третьего* лица. Например:

Я три раза в то утро выбегал к реке, да столько же раз, наверно, выбегала Евгения, и все-таки мы не укараулили Милентьевну. Явилась она внезапно. В то время, когда мы с Евгенией завтракали... Не знаю, то ли не понравилось Милентьевне, как невестка обращается с ее прошлым, то ли она, как крестьянка старого закала, не привыкла долго сидеть без дела, но она вдруг начала подниматься на ноги, и разговор у нас оборвался (Ф. Абрамов. *Деревянные кони*).

2. Рассказчик обозначен с помощью местоимения первого лица и форм глаголов первого лица. Его образ конкретизируется благодаря индивидуальной речевой характеристике. Например:

...Дело давнишнее: после первых забастовок пустила Хиония Егоровна петербургского студента ссыльного... И видно, что Лев Павлович был не из простых. Разговор, манеры... Мы с сестрицей, несмотря на страшный недосуг, всякий день забежим, бывало, к Корытихе чашечку кофейку выпить и, грешны Богу, элегантного квартиранта повидать. Его томной бледностью многие дамы восхищались, но, казалось, его снедал роковой недуг. И мы с сестрицей сразу диагност поставили: не столько суровость северного климата, сколько разлука с любящей супругой истерзала молодую грудь. Два-три письма еженедельно в Питер Катюше своей пошлет. Одно-два от нее получит. А уж ни с Хионьей Егоровной, ни с нами, ейными приближенными фаворитками, не поделится

своей сердечной тайной. А мы, не будь дуры, Левины-то письма, да и супругины нежные ответы при случае распечатаем и прочитаем. Пособить не пособим, а хоть поплачем над ихней прелестной любовью (*Б. Шергин. Мимолетное виденье. Рассказ портнихи*).

3. Рассказчик не назван и не обозначен с помощью местоимения *я* и соответствующих личных форм глагола, но у читателя создается впечатление его присутствия в произведении благодаря тому, что автор дает ему яркую речевую характеристику, показывает мир его глазами. При этом и рассказчик, и участники тех событий, о которых он повествует, говорят одним и тем же языком (по замыслу автора рассказчик просто не может говорить иначе). Например:

Ночью Иванко переменял кольцо с пальца на палец. Выскочило три молодца:

– Што, новой хозеин, нать?!

– Нать, штобы наша избушка овернулась как бы королевскими палатами. А от нашего крыльца до царского дворца мост хрустальной и по мосту машина ходит самосильно.

Того разу, со полуночи за рекой стук пошел, работа, строительство. Царь да царица спросонья слышат, ругаются:

– Халера бы их взяла с ихной непрерывкой... То субботник, то воскресник, то ночесь работа... (*Б. Шергин. Волшебное кольцо*).

Если автор стремится создать в повествовании иллюзию *произносимой* и *социально определенной* речи, такое повествование обозначается в лингвистических и литературоведческих трудах термином *сказ*.

Помимо названных основных типов повествования, существуют и некоторые другие.

Иногда используется **повествование от второго лица**. В этом типе повествования рассказчик и адресат являются либо одним лицом, либо рассказчик и адресат – разные лица; причем не всегда можно установить, одним или разными лицами они являются (Чернухина, с. 61). Например:

Долой традиционный ужин! Распахиваешь холодильник. Прохладой обдувает лицо, и ты чувствуешь, как загорело оно за эти два дня под кавказским солнцем. А ведь ты очень молод еще, Станислав Рябов! Молод, свеж и силен. И чертовски голоден.

Отхватываешь ножом ломоть колбасы. Варварски батон ломаешь. Долго и тщательно взлелеивать дисциплину питания – и вот так, разом, попать все. Быть немножко анархистом. Братец прав: есть в этом своя прелесть.

Горчички бы! Приключение, в которое ты влип, тоже своего рода горчица: придает вкус жизни (*Р. Киреев. Победитель*).

Реже встречается форма повествования, которую И.Я. Чернухина назвала **безличной** (может быть, точнее было бы использовать термин *неличная форма повествования*). Это фрагменты текста с неопределенно-личными, обобщенно-личными, безличными, страдательными и назывными конструкциями.

Например: *Тотчас было отворено окошко; Тотчас ему был поднят платок; Что теперь об этом заботиться...* (Чернухина, с. 67).

Если в повествовании от *третьего* лица речь персонажа представлена в виде отдельных вкраплений (повествование о персонаже ориентировано на слово этого персонажа), такое повествование определяется в специальной литературе как *несобственно-авторское*. В нем мир в целом изображается с точки зрения персонажа, преобладает его точка зрения. Например:

Одна радость в баланде бывает, что горяча, но Шухову досталась теперь совсем холодная. Однако от стал есть ее так же медленно, вдумчиво. Уж тут хоть крыша гори – спешить не надо. Не считая сна, лагерник живет для себя только утром десять минут за завтраком, да за обедом пять, да пять за ужином.

Баланда не менялась ото дня ко дню, зависело от того, какой овощ заготовят. В летошном году заготовили одну соленую морковку – так и прошла баланда на чистой моркошке с сентября до июня. А нонче – капуста черная. Самое сытное время лагернику – июнь: всякий овощ кончается, и заменяют крупой. Самое худое время – июль: крапиву в котел секут...

3.6.2. Субъективация повествования

Как уже отмечалось, объективное авторское повествование (повествование от *третьего* лица) может субъективироваться. Субъективация повествования – это смещение точки зрения из авторской сферы в сферу персонажа.

Приемы субъективации повествования многообразны и исторически изменчивы. Н.А. Кожевникова отмечает, что «история типов повествования на протяжении XIX в. – это история вытеснения авторского субъективного начала и развития повествования, передающего точку зрения персонажа и изображаемой среды» (Кожевникова, с. 10).

В произведениях XIX–XX веков субъективное авторское начало в повествовании от *третьего* лица – это различные приемы установления контакта повествователя с читателем, персонажем, демонстрация повествователем своей роли в создании произведения. Повествователь называет себя автором, сочинителем, комментирует свою манеру изложения, говорит о персонаже «наш герой», использует обращения (к предмету речи, персонажу, читателю), а также формулы типа «мы оставили нашего героя...», «теперь вернемся...» для соединения прерванной сюжетной линии. Например:

Но мы стали говорить довольно громко, позабыв, что герой наш, спавший во все время рассказа его повести, уже проснулся и легко может услышать свою фамилию (*Н.В. Гоголь*).

Да, добрые мои читатели, вам не хотелось бы видеть обнаженную человеческую бедность (*Н.В. Гоголь*).

С развитием психологической прозы характер субъективации повествования меняется. Повествование организуется так, чтобы оно могло отображать сознание персонажа, передавать его чувства и состояния, психологически достоверно выражать его внутренний мир.

В.В. Одинцов выделяет два вида форм субъективации повествования: речевые (прямая, внутренняя и несобственно-прямая речь) и конструктивные (В.В. Одинцов, с. 137).

А.И. Горшков, уточняя эту классификацию, замечает, что прямая речь не является приемом субъективации повествования, так как это подчеркнуто не авторская речь, и предлагает говорить не о формах, а о приемах субъективации – *композиционных и словесных* (Горшков, с. 209).

Композиционные приемы повествования бывают двух видов: приемы представления и изобразительные приемы. Суть первого композиционного приема заключается в том, что предметы, явления, события изображаются автором такими, какими они *представляются* персонажу, который может их не узнавать, воспринимать как нечто необычное под влиянием каких-либо условий и состояний. В приведенном ниже примере *Сердце стучит на всю аудиторию* – это представление Алексея.

Изобразительные приемы отличаются от приемов представления тем, что автор использует образные средства, мотивированные восприятием персонажа. Например:

Ассистентка подсела к Вершинину, зашептались. Вот он, момент! *Сердце стучит на всю аудиторию*. Алексей с замиранием, тихо тянет из-под свитера конспект Кошеницына. Конспект там нагрелся, теплый. И вот тетрадь на коленях. Теперь осталось только найти в конспекте, что ему надо. А что ему надо? Алексей крутит под столом страницы – ничего не узнает. *Страницы гремят. Будто он идет по крыше – такое ощущение: и грохоту много и упасть можно*. Алексей косится на Большинцова: не слышит ли та этот грохот, – Большинцова косится на Алексея, словно слышит. В испуге он судорожно запихивает конспект как можно глубже в стол, так что ему теперь до него и не дотянуться. Вдыхает освобожденно. К черту (А. Битов. Сад).

К *словесным* приемам субъективации авторского повествования относится использование таких видов «чужой» речи, как несобственно-прямая речь и внутренняя речь персонажей.

3.6.3. «Чужая» речь в повествовании

Как уже отмечалось, в художественном произведении представлены различные языковые сферы: автора-повествователя, рассказчика (или рассказчиков), персонажа (или персонажей). Различия между этими языковыми сферами определяет «точка видения», которая обуславливает и композиционные особенности, и состав словесных рядов, образующих эти соотнесенные и взаимодействующие сферы (Горшков, с. 205).

«Чужая» речь в повествовании – это прямая, косвенная и несобственно-прямая речь.

Прямая речь – дословно воспроизведенная речь какого-либо лица. Она отражает сферу сознания персонажа, его точку зрения. В форме прямой речи передаются диалоги персонажей, их внутренняя речь. Косвенная речь также отражает мир персонажей, но их высказывания передаются не дословно, а в особой синтаксической конструкции – изъяснительной придаточной части сложноподчиненного предложения. Так как чужое высказывание передается в косвенной речи неточно, у читателя создается впечатление интерпретации высказывания повествователем.

Несобственно-прямая речь – способ передачи чужой речи, при котором воспроизводятся лексические и синтаксические особенности речи персонажа, но для обозначения субъекта речи используется местоимение третьего лица. Несобственно-прямая речь (иногда используется термин несобственно-авторская речь) – прием субъективации объективного (авторского) повествования, переключение его в сферу сознания и речи персонажа.

Несобственно-прямая речь может передавать как произнесенную, так и внутреннюю речь персонажа или персонажей, а также отражать коллективное мнение, мнение среды, к которой принадлежит персонаж. Например:

Машина поднялась на ввоз и уехала в улицу, скрылась. *Вот теперь жизнь пойдет как-то иначе: он привык, что на земле есть Марья. Трудно бывало, тяжело – он вспоминал Марью и не знал сиротства. Как же теперь-то будет? Господи, пустота какая, боль какая!* (В. Шукшин. *Осенью*).

По наблюдениям Л.И. Соколовой, из авторского повествования несобственно-прямую речь можно выделить по следующим признакам (Соколова, с. 55–89).

1. Смена временного плана.

Это сознание увеличивало тоску. *Значит, он теряет ее по своей воле!.. Он теряет ее!.. теряет... и остается такой же, как был прежде, до встречи с ней, одинокий, молчаливый, никому не нужный, смешной подкидыш.* И ему ярко вспомнилось все самое хорошее в Наталье (М. Горький).

2. Изменение модального плана при помощи модальных слов или смены наклонения.

Минуту посидели молча. *О, с каким наслаждением она пожаловалась бы ему на жизнь!* (А.П. Чехов).

3. Изменение коммуникативного плана.

Вдруг в голове его ... ясно мелькнула странная, невыносимая мысль... *Как могло случиться, что в продолжение больше чем двадцати лет он не знал и не хотел знать этого? Он не знал, не имел понятия о боли, значит, он не*

виноват, но совесть, такая же несговорчивая и грубая, как Никита, заставила его похолодеть от затылка до пят. (А.П. Чехов).

4. Лексические единицы, в значение которых входят коннотативные и стилистические семы.

Прошел ... какой-то *негодяй* в резиновых калошах (А.П. Чехов).

Прошли незнакомые *дядьки* (А. Гайдар).

Она подолгу стоит с ведрами на углу, у водопроводного крана и рассказывает женщинам, как она *отбрила* своего заведующего (В. Панова).

5. Слова и словосочетания, выделяющиеся особым значением.

А волосы у нее накручены сардельками на железные штучки (В. Панова).

6. Авторское указание на принадлежность слов персонажу.

Это было неприятно, неловко и не должно было так продолжаться, по мнению Степана Аркадьича (Л.Н. Толстой).

7. Повторения.

– Прекрасный ребенок, – сказала Лизавета Петровна. Левин с огорчением вздохнул. *Этот прекрасный ребенок* внушал ему чувство гадливости и жалости (Л.Н. Толстой).

8. Номинативные и неполные предложения.

Осмотрев черный двор, он заглянул во все любимые закоулки Жучки, но Жучки нигде не было. *Последняя надежда!* Он бросился к воротам, заглянул в будку цепной собаки (Н.Г. Гарин-Михайловский. *Детство Тёмы*).

9. Наличие указательных частиц и некоторых наречий времени, места.

И вдруг он увидел, что рощица быстро расступается... *Вот они – мельница, колокольня, старый барский дом над обрывом...* (А. Гайдар).

10. Употребление местоимений и глаголов с точки зрения героя, а не автора.

Князь... не раз внушал своей дочери, что Михайло Иванович *ничем не хуже нас с тобою* (Л.Н. Толстой).

3.6.4. Функционально-смысловые (семантико-композиционные) типы речи – типизированные разновидности монологической речи: описание, повествование, рассуждение (Т.Б. Трошева. СЭС, с. 577).

Эти типы функционировали первоначально в рамках публичных речей, причем описание и повествование были видами нетехнической аргументации, а рассуждение и его разновидность – опровержение представляли собой техническую аргументацию.

Тип речи определяется по общему значению высказывания: в описании говорится о постоянных, одновременно наблюдаемых признаках предмета, в повествовании – о ряде сменяющих друг друга действий, в рассуждении – о причинно-следственных связях между явлениями.

В целом тексте (особенно художественном) встречаются различные варианты сочетания функционально-смысловых типов речи.

Описание – функционально-смысловой тип речи, который служит для выражения качественной определенности предмета путем перечисления его признаков, сосуществующих в одно и то же время.

Описание подразделяется по *характеру предмета* и по *форме*.

По характеру предмета выделяются описания человека (его внешности, характера, состояния), природы, местности, отдельных объектов, интерьера, вещей, действий, а также описания идей или конструкций мысли, гипотез...

По форме описания делятся на естественные (дается образ предмета в ходе созерцания, при этом план описания может быть различным: либо от общего к частному, либо от частного к общему; возможна фиксация взгляда на отдельных деталях) и искусственные (дается аналитический образ предмета, описывается его строение, структура, назначение).

Общее логическое значение описаний – синхронность сосуществования их признаков. Основную смысловую нагрузку в них несут существительные, обозначающие конкретные предметы, и прилагательные. Глагольные формы однотипны (план настоящего времени или прошедшего несовершенного вида, что является показателем статичности). Связь между предложениями *параллельная*, хотя достаточно часто она встречается в сочетании с *цепной*.

Ученые выделяют так называемые динамические описания, в которых описываются действия или психические состояния героев. Например:

Какой милый, какой утерянный мир стоит за устаревшим словарем гадалки! Так и видишь зимнее оконце, освещенное девичьим пением про догорай-лучину; кружево сумерек; заспанную теплоту времени, где проезжий – событие, случайный взгляд вызывает румянец, а ожидание есть обещание счастья, письмо – поворот судьбы, а дорога – потрясение жизни. Ах, в те давние времена маятник у ходиков болтался просто так, для окончательного довольства жизнью: мол, все у нас есть, даже время (*А. Битов Книга путешествий*).

При создании портрета часто автор не только описывает внешность, но и дает истолкование какой-нибудь черты, то есть рисует образ конкретно-чувственный и этический. При этом описание сопровождается размышлением автора о герое.

В искусственных («схематических») описаниях состав и порядок элементов описания отражают свойства, структуру, назначение предмета, родовые отношения между описываемыми объектами или идеями. Такие описания типичны для энциклопедий, инструкций по использованию технических приспособлений и т. д.

Рым, металлическое кольцо, жестко или шарнирно соединенное со стержнем (болтом), прикрепленное к корпусу машины. Предназначен для

захвата и перемещения машин и деталей при монтаже, разборке, погрузке и т. п. Рым в виде колец или скоб устанавливаются на причалах для облегчения швартовки судов (СЭС).

При описании идеи («нравственного предмета») используется смысловая модель *определение*, при этом называется род «предмета» и его видовые отличия. Часто объектом внимания автора становится какая-нибудь ведущая черта описываемого «предмета». Например:

Если бы мне дали определить в двух словах, что такое культура, не та культура, которая высшее образование и аспирантура, ибо и образованный человек может быть хамом, а та культура, которой бывает наделен и неграмотный человек, я определил бы ее как способность к уважению. Способность уважения к другому, способность уважения к тому, чего не знаешь, способность уважения к хлебу, к земле, природе, истории, культуре – следовательно, способность к самоуважению, к достоинству (*А. Битов. Уроки Армении*).

Повествование – функционально-смысловой тип речи, предназначенный для изображения последовательного ряда событий или перехода предмета из одного состояния в другое (Т.Б. Трошева. СЭС, с. 290).

Общее типовое значение повествовательных фрагментов текста – диахронность. Мир в повествовании предстает изменяющимся во времени. На первом плане в содержании этих фрагментов – порядок протекания действия, его этапы.

Основную смысловую нагрузку выполняют глаголы совершенного вида, обозначающие сменяющиеся действия или этапы события. Для повествования характерна конкретная лексика. В них преобладает цепная связь предложений.

Повествование часто сочетается с описанием или сопровождается размышлениями автора. Например:

Поле и летнее утро, дружно несет тройка. А вдоль шоссе, навстречу, – странник: без шапки, босой и такой легконогий, как будто на крыльях. Поравнялся, мелькнул и пропал. Худ и старчески сух, веет длинными, выгоревшими на солнце волосами. Но как легкий, как молодой! Какой живой, быстрый взгляд! И сколько у него впереди этих белых шоссе-дорог!

«Бог бродягу не старит» (*И. Бунин. Бродяга*).

Рассуждение – функционально-смысловой тип речи, в котором ставится цель убедить читателя в существовании причинно-следственных отношений между явлениями, аргументировать высказанную мысль (Т.В. Трошева. СЭС, с. 517).

Общее типовое значение фрагментов текстов, содержащих рассуждение, – каузальность.

Для них характерно наличие лексико-грамматических средств причинно-следственной семантики; связь между предложениями *цепная*.

В школьной программе предусмотрено знакомство с тремя вариантами рассуждения: рассуждением-доказательством, рассуждением-объяснением и рассуждением-размышлением.

В рассуждении-доказательстве с помощью цепочки мыслей (часто в сочетании с примерами) подтверждается истинность тезиса. Например:

Основная ложь и зло эгоизма не в том абсолютном самопознании и самооценке субъекта, а в том, что, приписывая себе по справедливости безусловное значение, он несправедливо отказывает другим в этом значении; признавая себя центром жизни, каков он есть на самом деле, он других относит к окружности своего бытия, оставляет за ними только внешнюю и относительную ценность, некоторый определенный образ всеединства, некоторый определенный способ восприятия и усвоения себе всего другого. Утверждая себя вне всего другого, человек тем самым лишает смысла свое собственное существование, отнимает у себя истинное содержание жизни и превращает свою индивидуальность в пустую форму. Таким образом, эгоизм никак не есть самосознание и самоутверждение индивидуальности, а напротив – самоотрицание и гибель (*Вл. Соловьев. Смысл любви*).

Объяснение находится в области дальней периферии полевой структуры рассуждения. Оно распространено в научной литературе, особенно учебной и научно-популярной, встречается также в официально-деловом стиле (объяснительная записка – один из жанров этого стиля), публицистике, комментируя содержание некоторого положения, раскрывая причину какого-либо явления. Например:

Достоверность, оперативность и правдивость текстов массовой информации соединяются с повтором фактического содержания разными выпусками. Это требует особого искусства в составлении текста массовой информации. Повторение необходимо по условиям создания текстов, но оно

должно сопровождаться разнообразным варьированием словесно-стилевых структур и быть ограниченным общей композицией выпуска массовой информации, а также координацией с другими органами массовой информации. Повторение есть риторическая акцентация смысловой важности сообщения. Оно определяет риторическую направленность информирования (*Ю.В. Рождественский. Общая филология*).

Что касается **размышления**, то оно далеко не всегда содержит элементы рассуждения (то есть не всегда в нем можно усмотреть причинно-следственные отношения между высказываниями). Часто оно представляет собой ряд вопросов автора или героя «самому себе» или поток сознания персонажа. Например:

Как нелепо было с моей стороны рисовать себе образ великого человека на основании собственного опыта! Я ставил себя на его место... Это всегда пустая затея. Никого ни на чье место не поставить – у каждого свое. Тем более у великого – совсем уже единственное. Как же мог я, невеликий, представить себе величие? Только увеличив самого себя в несколько раз. Но, увеличивая малое, можно создать разве что громоздкое, но не великое. Тут другие законы и

категории, не известные мне, никогда не знакомые. Великий – в любом случае другой человек. Уж во всяком случае – не ты. Можно представить себя с небольшой долей воображения на его месте. Но это будешь ты на чужом, не своем месте, и ты себе сразу не понравишься, усталый, равнодушный, пресыщенный, и заранее испытаешь антипатию к великому человеку. Будто величие было целью хоть одного воистину великого. Одну мелочь я забыл учесть, рисуя себе великого человека: то, что он – великий. Не поставленный надо мной, не утвержденный свыше, не выдвинутый обществом ... великий – его качество. Ему интересно мое имя именно потому, что ничего, кроме имени и принадлежности к роду человеческому, у меня нет, что бы обо мне ни говорили и что бы я сам о себе ни думал. Ему интересны мое лицо, и голос, и жест. Ему Я интересен. Потому что он знает меня, давно уже знает. Ему не надо узнавать про меня. Он может сказать мне что-то, именно мне, потому что другому ОН сказал бы другое (*А. Битов Книга путешествий*).

Учет соотношения разных типов повествования, представленных в произведении типов и форм речи, взаимодействия точек зрения повествователя (или рассказчика) и персонажей, их речевых сфер дает возможность редактору максимально приблизиться к замыслу автора и избежать противоречащих его позиции исправлений.

Контрольные вопросы

1. В чем отличие повествования от других функционально-смысловых (семантико-композиционных) типов речи?
2. Какие типы повествования вы знаете?
3. Что такое субъективация повествования?
4. Какие композиционные и словесные приемы субъективации используются в русской литературе?
5. Что такое несобственно-прямая речь и по каким признакам можно обнаружить ее в тексте?

Задания

1. Прочитайте начало и конец неопубликованной повести. Определите типы повествования, подумайте, насколько мотивированно они используются автором.

У одних жизнь начинается, протекает и завершается в пределах родного уголка, в окружении близких, и об иной жизни они судят по рассказам знакомых и книгам. Мне же суждено было еще в юности покинуть родительский дом, исколесить сотни дорог, по которым несло в упряжке судьбы, грозя в любую минуту выбросить. Боязно гимназисткой пуститься в дальний путь, трудно женой полковника испытать тяготы военных походов, горько пережить утрату близких. Удары судьбы не сломили когда-то юную девчонку, быть может, потому, что она была из рода крепких провинциальных семей, которыми всегда была полна наша глубинка. Из породы Алмазовых.

Мой дед дружил со Львом Толстым и во многом подражал ему. Считал, что жить следует трудами своих рук. К нему – по профессии врачу, прекрасно игравшему на скрипке – за помощью в любое время суток тянулись крестьяне со всей округи. В яблоневом саду выращивал отменные яблони. Пахал и косил. Молол зерно на водяной мельнице, что скрипела на плотине реки Трещевки, которая делила Медвежье пополам. Ему помогали мой отец, крестьяне. Но он не любил священников и избегал церковных обрядов. А его прах лег в землю в нашем саду на десять лет раньше праха Льва Толстого, как и учителя, без памятного надгробия.

...

Однажды, когда внучка Оля уехала на работу – дела у нее шли успешно – я собралась с силами, надела свое поношенное осеннее пальтишко и отправилась за город.

...

Как все ужасно, холодно, противоестественно и завершающе. Так и должна была закончиться их жизнь ... И моя ... В лесной чаще ... Среди сосен ... Запаха смолы ... Сырости ... Шума ветра с болотистой речки ... На мшистом пологие ... И, проваливаясь в никуда, я ощутила, как будто ко мне прилег своим теплым телом конь с прозвездиной во лбу. Облизнул лицо, приподнял на спину и понес сквозь волнистые облака к далекому острову с Кремлем, в воротах которого распростер руки убеленный сединою князь в длинном парчовом плаще ...

Медвежье тронули перемены. Колхоз «Красный пахарь» развалился, школу забросили, дом Алмазовых растаскивали на дрова. Рассыпалось коллективное хозяйство в Ерофеевке, опустела Трещевка. Внучка Ольги Алмазовой выкупила брошенные земли и теперь восстанавливала яблоневый сад в Медвежьем, отстраивала заново дом с мансардой, ремонтировала изразцовую печь. Взялась за разведение борзых щенков, обновила плотину на речке – она возрождала уголок детства легендарной бабушки. Собиралась заново посадить сосновый бор в Ерофеевке, аллеи раскидистых лип. И часто можно было встретить эту лихую наездницу в охотничьем костюме в окружении бравых всадников, вылетающей из Трещевки в погоне за зайцем.

Здесь же заботливыми руками внучки возрождалась былая усадьба.

Бог ей в помощь!

Новиков был расстрелян в марте 1930 года в Москве, и об этом Ольга Алмазова до конца своих дней так и не узнала.

2. Прочитайте текст и определите, что в нем необходимо исправить, чтобы описание не противоречило действительности.

Сухой июнь прогнал дождливый июль, прилетел жаркий август. Потекли тихие ясные дни и лунные ночи, которые мы проводим в окружении раскидистых яблонь, согнутых сочными плодами, в тени вишен, облепленных

бисером ягод. Когда набили оскомину от яблок, а падалки скормили лошадям, зачернили губы вишней, а остатки склевали воробьи, мы вернулись в Воронеж.

Сентябрь дышал полной грудью: с южных равнинных окраин тянуло теплом, с северных хвойных лесов – прохладой. Тополя вытягивались в струнку, трепеща кистями на ветру, ивы обмахивали прохожих пряжами, клены шелестели кронами. А листву, как женские ноготки, подкрашивали невидимые дамские мастера. Все это скоро должно было обратиться в колючую осень с лиственными бурями и метелями.

3. Найдите и исправьте ошибки в следующем отрывке из неопубликованной повести, особое внимание обратите на фактическую сторону описываемых событий.

Однажды зимой после занятий я вышла из гимназии и заметила на улице необычайное оживление. По таявшему снегу куда-то стремились толпы людей и что-то возбужденно говорили. Меня подстрекало девичье любопытство, и я вместе с людьми очутилась на базарной площади. Там было столпотворение. Стояли люди с красными флагами, музыка играла «Марсельезу», с возвышения, обтянутого алой материей, говорили длинные речи. Слышалось: «Свобода!», «Равенство!», «Братство!». Я прислушивалась: слова мне были знакомы, и я не раз их слышала от отца. И мою душу переполнило волнение. Но как-то легковесно звучали они в устах сменявших один другого ораторов.

Я поспешила в гимназию. Дежурный учитель – старичок с бакенбардами – мне объяснил, что произошла революция и царь отрекся от власти.

Я не знала, радоваться или нет. Ведь ушел деспот, который моего отца упрятал в тюремный замок, кто преследовал Льва Толстого, кто разжег войну.

И волновало: что теперь будет?

Я тогда думала, что на смену одному деспоту другой деспот прийти не сможет. Его сменят порядочные, такие, как мой папа, люди. Только так я могла объяснить восторженную радость горожан.

К вечеру слышались выстрелы. Я выглянула в окно: в полутьме с черного ствола клена сорвалась чернокрылая туча, потом проехало два грузовика с солдатами и выставленными пулеметами. А на снегу зловеще чернели перья вытаявших после зимы замерзших галок.

Потом дни потекли однообразно. Директора гимназии заменили. Стали заставлять писать по новому правописанию. Даже поднялся вопрос об отмене изучения Закона Божьего, но он все-таки преподавался по-прежнему. Но это уже были не такие занятия, как прежде.

Основная литература

Горшков А.И. Русская стилистика : учебное пособие / А.И. Горшков. – М. : Астрель, 2001. – 367 с.

Дополнительная литература

Стилистический энциклопедический словарь русского языка / [под ред. М.Н. Кожинной]. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 636 с.

Текст как объект редакторского анализа
Часть 2
Учебно-методическое пособие для вузов

Составители:

Лапотько Анастасия Гавриловна,
Рудакова Александра Владимировна,
Стуколова Галина Петровна,
Хорошунова Ирина Васильевна

Редактор **Котлярова** Елена Сергеевна

Подписано в печать 21.09.2006. Формат 60х84/16. Усл. п. л. 5,25. Тираж 50. Заказ 712.

Издательско-полиграфический центр

Воронежского государственного университета.

394000, г. Воронеж, Университетская площадь, 1, ком.43, тел.208-853.

Отпечатано в лаборатории оперативной печати ИПЦ ВГУ.