

**С.И. Сметанина**

**ЛИТЕРАТУРНОЕ  
РЕДАКТИРОВАНИЕ**  
*АЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ  
ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ*

Издательство Михайлова В. Л.  
Санкт-Петербург  
2003

УДК 811  
ББК 81.2 Р-7

Рецензенты:  
доцент кафедры теории речевой деятельности и языка массовой коммуникации факультета журналистики СПбГУ *И.С. Цветова*;  
эксперт по правовым вопросам комитета по печати и связям с общественностью администрации Санкт-Петербурга *А.В. Воробьев*

536205

Сметанина С.И.  
С 50 Литературное редактирование для журналистов и специалистов по связям с общественностью — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2003 - 252 с.  
В пособии рассматриваются основные вопросы теории и практики литературного редактирования текстов массовой коммуникации, предлагается методика правки медиа-текста, а также дается тренинг, способствующий выработке навыков фиксации и коррекции смысловых, жанрово-композиционных и языковых дефектов изложения.  
Для преподавателей и студентов отделений и факультетов журналистики российских вузов, филологов, журналистов-практиков, редакторов текстов массовой коммуникации, для специалистов по связям с общественностью.

ISBN 5-8016-0218-6

© Сметанина С.И., 2003  
© Михайлов В.А., 2003

## Содержание

Введение	4
Глава 1. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации	7
1.1. Текст как объект литературного редактирования	7
1.2. Этические основы редактирования	17
1.3. Виды редактирования. Виды редакторского чтения. Виды и операции правки	21
1.4. Логические основы редактирования	37
1.5. Жанрово-композиционный аспект редактирования текстов СМИ	48
<i>Задачи по теории</i>	63
<i>Практикум</i>	74
<i>Литература</i>	92
Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование	93
<i>Задачи по теории</i>	104
<i>Практикум</i>	106
<i>Литература</i>	115
Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации	116
3.1. Критерии оценки правильности речи	116
3.2. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения	123
3.3. Стилистические ошибки и способы их редактирования	143
3.4. Коммуникативные ошибки и способы их редактирования	164
<i>Задачи по теории</i>	182
<i>Практикум</i>	185
<i>Литература</i>	198
Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью	200
4.1. Редактирование рекламного текста	200
4.2. Редактирование пресс-релиза	228
<i>Задачи по теории</i>	235
<i>Практикум</i>	237
<i>Литература</i>	246
Из досье образцового редактора ( <i>вместо заключения</i> )	247

## Введение

Курс *литературного редактирования* является составной частью общей программы лингвистических дисциплин, преподаваемых на факультете журналистики, поэтому в своей теоретической основе и в практической части он опирается на базовые понятия, изучаемые в разделах *русский язык* и *практическая стилистика современного русского литературного языка*, использует их терминологический аппарат, хотя имеет и свою развитую терминологию.

*Литературное редактирование* — прикладная по своему характеру дисциплина. Формирование ее шло от наблюдений за практикой подготовки к публикации разных по стилю текстов, от использования опыта текстологической работы Б. В. Томашевского, Д. С. Лихачева, от изучения приемов редактирования и авторедактирования текста, накопленных мастерами слова, к созданию таких методик по коррекции рукописей/оригиналов, которые способствуют повышению эффективности процесса коммуникации в конкретной речевой ситуации.

На факультете журналистики объектами литературного редактирования являются тексты массовой коммуникации. И в пособии акцент сделан на овладение навыками редакторского анализа и правки текстов, функционирующих в этой сфере.

Основу предлагаемой методики коррекции текстов СМИ составили работы по литературному редактированию, прочно вошедшие в практику преподавания этой дисциплины: «Справочник по правописанию, произношению и литературному редактированию» Д. Э. Розенталя, «Методика редактирования текста» А. Э. Мильчина, «Теория и практика редактирования» Н. М. Сикорского, «Смысловый анализ и обработка текста» В. И. Свинцова, «Критика

текста и литературное редактирование» Л. М. Майдановой, «Литературное редактирование» К. М. Накоряковой. Имеющийся материал дополнен наблюдениями над текстами массовой коммуникации последних лет XX — начала XXI вв., над речевой практикой этого периода.

Теоретические главы пособия снабжены заданиями, работа над которыми поможет студентам-журналистам овладеть навыками редактирования чужих и своих материалов, научит объективно оценивать текст, находить грамотные аргументы для обоснования дефекта изложения и оптимальные варианты его преодоления.

### Принятые сокращения

АиФ	Аргументы и факты
ДП	Деловой Петербург
КП	Комсомольская правда
НГ	Независимая газета
ОГ	Общая газета
Вед.	Санкт-Петербургские ведомости
ЧП	Петербургский Час Пик
Ъ	Коммерсантъ

Словарь — Словарь русского языка: в 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; Под ред. А. П. Евгеньевой. — 2-е изд., испр. и доп. — М., 1981.

СМС — Никитина Т. Г. Так говорит молодежь: Словарь сленга. По материалам 70-90-х годов. — 2-е изд., испр. и доп. — СПб., 1998.

ТС — Толковый словарь конца XX в. Языковые изменения / Под ред. Г. Н. Складневской. — СПб., 1998.

ФС - Фразеологический словарь русского языка / Под ред. А. И. Молоткова. — 4-е изд., стереотип. - М., 1986.

*Примечание.* В тексте принят следующий порядок указания цитируемого издания прессы. При его полном или сокращенном названии после запятой дается год и номер. Во многих случаях приводится дата газеты, причем первая цифра означает число, вторая — месяц, третья — две последние цифры года.

При цитировании фрагментов, содержащих дефекты изложения, этических соображений источник и фамилии авторов не приводятся.

Рекламные тексты использованы исключительно в целях демонстрации отдельных положений теории и практики литературного редактирования. Адреса, телефоны, названия некоторых фирм, предлагающих свои товары и услуги, изменены.

# Глава 1. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации

## 1.1. Текст как объект литературного редактирования

Эффективность работы с авторским произведением (оригиналом) во многом зависит от понимания редактором природы такого сложного феномена, каким является текст, от понимания механизмов его создания и проблем, возникающих на сложном пути порождения речевого высказывания: от замысла к созданию его мыслительной модели и воплощению этой модели в конкретную речевую форму.

Для лингвистических концепций текст — это «произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку»<sup>1</sup>. Многочисленные формулировки понятия текст, отличающиеся деталями, едины в выделении существенных признаков текста, позволяющих ему выполнять коммуникативную функцию. К таким признакам относятся: *целостность, связанность, включенная в него тем или иным способом информация о говорящем и адресате, о ситуации общения,*

<sup>1</sup> Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. — М., 1981. — С. 18.

Глава 1. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации

*обработанность речетворческого материала в соответствии с законами и нормами естественного языка.*

Готовя материал к публикации, редактор оценивает прежде всего его лингвистическую выраженность, т. е. его способность быть текстом и реализовать тем самым свою функцию передачи информации в процессе коммуникации.

*Целостность* создается наличием в тексте авторского замысла и предполагает структурно-смысловую организацию сообщения.

*Связность* проявляется в содержательной зависимости последующего предложения от предыдущего. «Реципиент текста использует признаки связности как сигналы объединения соответствующих предложений в семантическое целое».<sup>2</sup>

Необходимость *отражения в тексте определенных черт акта коммуникации* объясняется тем, что текст «является превращенной формой общения, речевые действия, зафиксированные в тексте, создают видимую форму отношений, существующих между элементами коммуникативного акта».<sup>3</sup>

Обнаруженные в тексте «шумы» — отступления от правил организации текста — препятствуют передаче адекватного действительности смысла и искажают «картину мира», т. е. снижают эффективность процесса коммуникации. Задача редактора — снять эти помехи и восстановить «чистоту» информационного сигнала.

Современный подход к тексту, в частности к тексту СМИ — медиа-тексту, с позиций не только лингвистики, но и культуры несколько расширяет трактовку понятия

<sup>2</sup> Леонтьев А.А. Понятие текста в современной лингвистике и психологии // Психолингвистическая и лингвистическая природа текста и особенностей его восприятия. - Киев, 1979. - С. 8—9.

\* (Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф., Шахнарович А.М. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. — М., 1979. — С. 42.

*././ Текст как объект литературного редактирования*

текст и, как следствие, расширяет спектр проблем, с которыми необходимо справиться редактору на этапе подготовки медиа-текста к публикации.

Текст как феномен культуры, кроме коммуникативной функции, выполняет еще ряд функций: функцию смыслообразования и функцию, обеспечивающую связь оригинального текста с другими культурными текстами, с «памятью культуры», как писал об этом Ю. М. Лотман.<sup>4</sup>

Смыслообразование проявляется в осложнении коммуникативной задачи творческой: создание нового содержания за счет оригинального использования языка как знака. Причем это новое возникает как результат не только игры автора с существующими знаками, но и читателя, осваивающего правила игры: сознательно «закладывая» в текст возможности возникновения новых смыслов, мастера слова надеются на обнаружение их читателем. Текст приобретает интерактивность: он перестает быть посредником в процессе коммуникации и становится равноправным собеседником.

Интерпретационные возможности текста, связанные с реализацией смыслопорождающей функции, зависят от сферы его распространения. Оценивая их в медиа-тексте, редактор должен понимать, что интенсивность их проявления в текстах массовой коммуникации менее выражена, чем в художественных текстах, хотя журналистика Нового времени размывает границы дозволенного, увеличивая собственно текстовые значения. Объем передаваемой информации при этом увеличивается не за счет расширения документальной стороны текста, а в результате игровых соотношений между разными структурами текста. Так, сообщение о пересчете голосов на выборах президента США осложняется и введением параллельной ситуации, не

Лотман Ю.М. Текст и полиглотизм культуры// Избр. статьи: в 3-х т. Т.1. - Таллин, 1992. - С. 146.

имеющей прямого отношения к выборам, и словами, предполагающими неоднозначное прочтение: «Если бы наши ветераны ГАИ взяли в свои руки избирательный процесс за океаном, Америка уже знала бы имя своего будущего президента. Весь исход затянувшегося во Флориде подсчета голосов могут решить около тысячи бюллетеней, в которых машина для голосования напротив фамилии Гора вместо полагающейся полноценной дырки сделала лишь „наколку"... Вот тут американцам и могли подсобить российские ветераны автоинспекции со своим навыком делать проколы. Еще американской демократии сейчас нужна ловкость рук. Ведь ручной пересчет бюллетеней должен быть закончен к концу воскресенья» (АиФ, 2000, №218). Текст не «снимает» многозначность со слова *прокол* (сквозное отверстие, сделанное чем-л. колющим; недочет, упущение в работе — Словарь. Т. 3. С. 495) и в контексте *о ручном пересчете бюллетеней* «дезориентирует» семантику слова *ловкость* в сочетании *ловкость рук*, делая одинаково возможными разные значения (свойство по прилагательному *ловкий* в значениях «обладающий физической сноровкой, точностью и быстротой движений» и «свидетельствующий о сообразительности, изворотливости, хитрости» — Словарь. Т. 2. С. 195). Носителями новой информации становятся факты языка.

Связь с памятью культуры, с другими культурными контекстами проявляется в том, что тексту, как феномену культуры, предшествует другой культурный текст (культурные тексты) на «выходе», в процессе создания, и на «входе», в процессе восприятия. Локальным случаем проявления подобной связи является прием «текст в тексте» — использование в тексте одной культуры другого культурного контекста. Так, газета с легкостью содержательно (порой иронично) перерабатывает «чужие» тексты: «Если новый закон (речь идёт о законе о языке) будет принят в том

варианте, который предлагают его разработчики, то уж *лучше жевать, чем говорить*: самые обиходные выражения обернутся бранью» (АиФ, 2000, №218). Рекламный слоган жевательной резинки становится источником неожиданных смыслов.

Обоснованность подхода к текстам массовой коммуникации не только с лингвистических, но и с культурологических позиций объясняется состоянием современной практики СМИ. Свобода, полученная прессой, выразилась в тематической открытости, в отсутствии внешней детерминированности оценок, стилевой раскрепощенности. Журналист-создатель текста стремится сегодня к самовыражению, к демонстрации особенностей своего менталитета. Драматизация творческих интенций в практике электронных и печатных СМИ придает медиа-текстам ту выраженность, которая позволяет включить их в систему культуры.

В этой ситуации редактор должен «разглядеть» спектр возможных текстовых интерпретаций, корректность использования «цитаты культуры» и оценить, во-первых, их приемлемость для документального в своей основе журналистского произведения, во-вторых, общий речевой фон, который формируется в тексте. Не выправленное в процессе редактирования отступление от требований, предъявляемых к текстам СМИ, от системы норм языка может привести к информативным, коммуникативным и эстетическим потерям.

^Профессионализм редактора при подходе к тексту проявляется и в понимании объективной сложности процессов порождения и восприятия речевого высказывания. Эта сложность связана прежде всего со сложностью самого языка. Текст до своего появления в письменной форме «проживает другую жизнь» — в форме внутренней речи, которая характеризуется свернутостью конструк-

ций, эллиптичностью фраз, собственной системой номинации, особым интонационным рисунком. Действительно, проговаривая что-то в уме, для себя, человек мало заботится о том, что привычное для него название вещи может быть не понято кем-то. В речи для себя нет необходимости пользоваться длинными предложениями с союзными средствами связи, думать о том, в каком порядке расположить слова: можно просто выделить их паузой и т. п. При переводе речи во внешний план все пропущенное надо восстановить, проверить соответствие слова предмету/явлению, которое оно замещает, расположить слова так, чтобы логическое ударение в предложении соответствовало логическим связям реальной действительности. Причем правильность перевода речи из внутреннего плана во внешний сам автор часто не может оценить, так как он уже привык к тексту. Он автор, и ему трудно перейти на позицию постороннего — читателя. Так, в предложении «Ты должна нравиться своему работодателю, а не блузка — тебе ясно?» создатель текста не увидел ошибку. Для него, пишущего, важно было все самое важное сказать вначале: *ты, а не блузка*. Может быть, фраза и «звучала» так во внутренней речи. Но для читающего (по законам восприятия письменного текста) самое важное расположено в конце фразы, поэтому он установит связь *работодателю, а не блузка*. Иначе говоря, для пишущего ударной оказывается левая позиция в предложении, для читающего — правая. Читатель вынужден будет не раз «пробежать» по тексту глазами, чтобы восстановить верную логическую связь. Редактор — первый читатель текста. И это смещенное логическое ударение он должен был увидеть, объяснить его природу и найти вариант для исправления текста. Можно, например, переместить слово в ударную позицию: *Твоему работодателю должна нравиться ты, а не блузка — тебе ясно?*

1.4. Текст как объект литературного редактирования

Можно «утяжелить» конфликтное слово частицей, вводным словом, наречием: *А ведь это ты должна нравиться своему работодателю, а не блузка — тебе ясно?* Можно, наконец, его графически выделить: *Ты должна нравиться своему работодателю, а не блузка — тебе ясно?* Редактор действует в интересах читателя, поэтому всегда в подобных случаях исправляет левую часть фразы.

Непонимание природы ошибки и неумение ее разглядеть может быть связано со сложными явлениями в грамматике языка. Например, омонимия форм именительного и винительного падежей: «Караван судов вез боеприпасы в осажденный Севастополь. Караван сопровождал отряд эсминцев». Автор понимает смысл фразы в конструкции с инверсией подлежащего и дополнения, но он не предусмотрел возможность неверного объединения слов читателем, который как субъект (подлежащее) воспримет первое слово (*караван*), тогда как по смыслу это объект (дополнение). При коррекции текста редактором, который должен знать об этом «опасном» для читателя явлении, дефект легко устраняется: *Караван судов вез боеприпасы в осажденный Севастополь. Караван шел в сопровождении отряда эсминцев.*

Кроме объективных причин ошибки изложения возникают и по субъективным причинам. Вот типичные для текстов СМИ дефекты изложения:

А). «И чем больше станет выходить поездов на линию, тем лучше станет обслуживание пассажиров». - Дефект самой мысли, так как количество поездов на линии прямо с качеством обслуживания не связано. Поезда могут выходить часто, но с разбитыми окнами и невымытыми вагонами.

Б). «Были времена, когда в Россию ввозили ежегодно по 220-250 тонн наличной „зелени“. Россияне скупали ее по 2 млрд. в месяц». — Несопоставимость цифр и

сложность соотнесения с реальным положением дел: неужели доллары считают на вес? Сколько долларов в одной тонне? С другой стороны, слово *тонна* может быть понято и как молодежный сленг (тысяча рублей — СМС. С. 445). Но и в этом случае цифры ввоза и покупки валюты не совпадают. Журналистика опирается на документальное информирование, поэтому все фактические данные должны иметь реальное основание.

В). «Ива свесила плакучие ветви вопросительными знаками». — Способ выражения мысли не соответствует реальной действительности. «Картинку» нельзя увидеть. Здесь нарушена изобразительность высказывания: вопросительный знак *не свешен, а выгнут*.

Г). «Торт оказался сказочной вкуснятины». - Незнание журналистом норм языка. Глагол *оказался* в составе составного именного сказуемого означает *предстать, явиться на деле каким-л.ч., чём-л.* Варианты правки: *сказочной вкуснятиной — сказочно вкусным*. Причем первый вариант стилистически окрашен (разговорное слово *вкуснятина*), поэтому при выборе варианта надо учитывать контекст.

Д). «Вы посматриваете, как снаружи северный ветер рвет и раскачивает фонари и думаете: ну как этому чудному заведению можно переплюнуть себя?» - Незнание норм пунктуации. Придаточное предложение должно быть выделено запятыми с двух сторон: *Вы посматриваете, как снаружи северный ветер рвет и раскачивает фонари, и думаете: ну как этому чудному заведению можно переплюнуть себя?*

Знание причин, по которым в тексте могут возникнуть дефекты, — важная составляющая профессионализма редактора.

При оценке изложения редактор следит за соблюдением в тексте основных требований, предъявляемых к рече-

1.1. Текст как объект литературного редактирования

вой деятельности в сфере массовой коммуникации. Это *требование соответствия высказывания нормам культуры речи*. Отступление от него приводит к речевым, стилистическим и коммуникативным ошибкам: «Здесь работают профессионалы, специалисты из различных наук, аспиранты». Текстовая номинация-словосочетание построена без учета грамматических свойств слов. После правки: *специалисты, представляющие разные науки*.

Следующее требование — *требование логичности изложения*. Отступление от него приводит к логическим ошибкам: «Перед нами избы, расписанные резными наличниками». Читателю трудно связать два образа в один: *наличники резные* или *наличники расписанные*? В рекламных текстах отступление от логических норм часто становится средством выразительности, но и здесь следует оценивать допустимость этого отступления. Например, в одной телерекламе показаны рыбаки, которые обедают на берегу речки. Диалог ведут двое:

— Лучшая рыба — это колбаса.

— А для меня лучшая колбаса — от «Стрельца».

Алогичность заложена в программе высказывания как выразительный прием. Но этот прием скорректирован только в первой реплике. Между ней и второй репликой возникает незапланированный алогизм. Логические связи должны быть оформлены иначе:

— *А лучшая колбаса для меня — от «Стрельца».*

Еще одно требование — *требование точности изложения*. Нарушение точности изложения приводит к неточному, приблизительному пониманию фразы. Вот журналист пишет: «Музыка в этих фильмах подобна кремовому украшению на бисквите жизни». Звучит красиво, но за этой изящностью трудно уловить смысл: *бисквит жизни* — это хорошо или плохо? Какова же роль музыки в фильмах?

Важным требованием, связанным с передачей достоверной информации, является *требование ясности изложения*. При несоблюдении этого требования возникает дефект — неясность. Причины неясности могут быть субъективного или объективного характера. *Субъективная неясность* появляется, если автор, грамматически верно построив текст, использовал плохо знакомые читателю слова и выражения: «Портф́лио киллеров включается в PR-технологии», Даже если обычный читатель уже знает, кто такие киллеры и что такое *PR-технологии*, то слово *портфолио* относится к разряду неосвоенной иноязычной лексики. Употребление его без объяснения приводит к тому, что информация оказывается недоступной для читателя. *Объективная неясность* связана с природой языка. Например, разная функция в русском языке слов с частицей -ся. Частица может образовывать форму страдательного залога, но может быть связана и с выражением возвратных значений у глагольных форм. Так, в рекламном тексте «После училища выпускники направляются в военную академию» *неясность* возникает из-за того, что допустимы два варианта понимания фразы: их направляют (если *направляются* — форма страдательного залога); они сами идут туда (если *направляются* — форма возвратного глагола).

И наконец, важное для текстов СМИ требование — *требование информативной новизны*, поддерживающее в тексте оперативность, лаконичность изложения. В соответствии с ним пространные комментарии, банальные рассуждения и повторы в медиа-тексте должны быть сокращены. Нарушение этого требования приводит к бессодержательности: В среде оценщиков известие о предстоящем конкурсе вызвало интерес. «„Нам этот конкурс чрезвычайно интересен“, — сказал корреспонденту „ДП“ один из них». Одна и та же мысль содержится

и в авторском тексте, и в реплике героя. В другом фрагменте пишущий подает в тексте как вывод итак вполне очевидное из контекста рассуждение: «Со слезами радости на глазах встречались выпускники 1940 года. С большим трудом узнавали друг друга, так как стали совсем не такими, какими были в свои 15 лет».

^ Текст, в котором соблюдены все требования, предъявляемые к речевой деятельности в сфере массовой коммуникации, способен в грамотной с точки зрения культуры речи — части общенациональной культуры — форме воспроизводить точную, непротиворечивую, доступную для понимания широкого читателя картину мира, т. е. способен эффективно осуществлять основные функции.

Знание редактором основных признаков текста, выраженность которых и представляет его специфику как единицы общения в процессе коммуникации, а также знание причин, по которым возникают различные дефекты, связанные с нарушениями требований к речевой деятельности, формируют основу профессиональной деятельности редактора, дают возможность зафиксировать дефект, доказать его, т. е. обосновать объективность замечания и предложить оптимальный вариант правки.

## 1-2. Этические основы редактирования

Сложность работы редактора связана не только с тем, что он вынужден разобраться в чужом тексте, стараясь проникнуть его в смысловую и логическую структуру, сопоставить части композиции, «выправить» жанровый макет и скорректировать речевую канву материала. Сложность определяется и тем, что за текстом всегда стоит его создатель — автор (писатель, журналист, специалист в какой-то области, если он готовит материал по просьбе-редакции

издательства). Текст оказывается посредником в отношениях между автором и редактором. Эти комплексные отношения можно выразить схемой:



Редактор, чтобы этот треугольник не стал роковым, всегда должен быть готов назвать автору *объективную причину*, которая побудила его в оригинал — в авторский вариант — внести изменения. В этом смысле актуальными и сегодня остаются слова В. Г. Белинского: «Мне нравится — мне не нравится могут иметь свой вес, когда речь идет о кушанье, винах, рысаках, гончих собаках и т. д. Но когда речь идет о явлениях истории, науки, искусства, нравственности — там всякое я, которое судит самопроизвольно и бездоказательно, основываясь только на своем чувстве и мнении, не может приниматься в расчет».

Практика обработки разных текстов разных авторов действительно развивает литературный вкус и профессиональное чутье редактора. И, как уже отмечалось выше, в ходе анализа текста он может подключать интуицию. Но при работе с автором, особенно в конфликтных ситуациях, ссылка на интуицию не может рассматриваться как единственный аргумент.

Интуиция носит субъективный характер. Приведенный ниже фрагмент может настораживать *{не нравится}* из-за употребления определенной группы лексики. Сначала лишь кажется, что в нем что-то не так: «Лидер партии кричал что-то в полный голос, девушка в сарафане и кокош-

#### 12. Этические основы редактирования

нике поднесла ему рюмку водки на подносе и бутерброд с красной икрой. Лидер одним махом, по-русски, забросил рюмашку в рот, отождрал бутерброд, смачно поцеловал девушку в губы и закурил сигарету». И только объективный анализ, основанный на требованиях, предъявляемых к речевой деятельности, на «подкреплении» предчувствия данными толкового и фразеологического словарей, способен убедить редактора в том, что и на этот раз интуиция его не подвела, и указать пути преодоления дефекта. Фраза <тидер одним махом, по-русски, забросил рюмашку в рот> содержит метонимический перенос: выпил то, что было в рюмке. Но из-за неверно выбранного слова *забросить* (бросить куда-л. с силой или так, чтобы брошенный предмет оказался где-л.; закинуть — Словарь. Т. 1. С. 497) при восприятии текста возникает не предполагаемая автором изобразительность: *бросить в рот рюмку*. Метонимия разрушается. Ближайший контекст еще больше способствует этому: устойчивое выражение *одним махом* (сразу, за один раз, за один прием, очень быстро — ФС. С. 239) «дорисовывает» картинку. Вместо слова *забросить* должно быть слово *отпрокинуть*, которое точно передает необходимый для метонимии смысл: перевернув посуду, вылить, выложить ее содержимое [Словарь. Т. 2. С. 531]. Слово *отождрал* от глагола *жраМь* — просторечное, грубое, если речь идет о человеке [Словарь. Т. 1. С. 488]. Даже если жанр материала и издательство допускают публикацию текстов, содержащих такого рода лексику, фразу надо править: *жрать* (есть) *бутерброд*, но *отождрать* (аналогия с *откусить*) *от бутерброда*. Автор нарушил грамматические связи между словами. В сочетании *поднести... на подносе* очевидна тавтология.

Учитывая этический компонент профессиональной деятельности редактора, можно сформулировать следующие принципы, которым должен следовать редактор:

— исправления в тексте необходимо производить на основе объективных критериев оценки изложения;

— редакционная правка должна быть доказуемой, даже если побудительным мотивом правки была интуиция. Важно не только обнаружить ошибку, но и точно ее квалифицировать;

— в процессе доказательства дефекта редактор опирается на какое-то незыблемое правило, авторитет, словарь, цитату, посредника;

— эффективность работы оказывается выше, если редактор выдвигает несколько вариантов исправления ошибки, предоставляя право выбора окончательного варианта автору, чтобы «вмешательство» в текст не выглядело как навязывание своей воли, своей точки зрения. Отношения редактора и автора не должны строиться по схеме начальник —> подчиненный;

— необходимость внесения изменений редактор обосновывает интересами читателя (читатель может понять фразу не так, как вы рассчитывали или читатель, конечно, сумеет, пусть не с первого раза, разобраться в тексте, но одновременно он поймет, что это *ваша* ошибка, и *о вас* будет думать как о неграмотном человеке);

— необходимость внесения изменений редактор обосновывает также интересами издания/редакции. Редактор выступает не как частное лицо, диктующее свои требования, а как представитель определенного коллектива, чьи интересы он защищает.

В приведенных положениях логические аргументы чередуются с эмоциональными. Такими и должны быть шаги редактора при работе с автором, ведь все-таки создатель текста думает о себе как о творческой личности. Задача редактора — найти *разные* по характеру аргументы, чтобы автор согласился пойти на изменения в тексте. Можно даже предложить автору провести тут же эксперимент, как это пред-

1.2. Виды редактирования. Виды редакторского чтения. Виды и операции правки

лагает Б. С. Мучник в книге «Человек и текст». Представим ситуацию. Автор так «привык» к своему тексту, что не способен увидеть нарушение смысловых связей в предложении «Художник изобразил, как Петр I ведет войско в бой, придерживаясь манеры Сурикова». На приведенное редактором правило о том, что каждый последующий элемент предложения при первоначальном восприятии объединяется с предыдущим, автор замечает, что грамотный читатель сам способен разобраться в тексте и установить верные связи. Тогда редактор предлагает «независимым экспертам» (допустим, находящимся рядом сотрудникам редакции) закончить фразу «Художник изобразил, как Петр I / ведет войско в бой, придерживаясь...» Через несколько минут на столе редактора появляются следующие варианты: *придерживаясь новой военной тактики, придерживаясь правил ведения атаки, придерживаясь своей манеры ведения боя.*

Пристальное внимание к этической стороне взаимоотношений в структуре редактор -» текст автор в процессе правки оригинала формирует уровень -профессиональной культуры редактора.

**1.3. Виды редактирования.  
Виды редакторского чтения.  
Виды и операции правки**

Процесс редактирования рукописи охватывает сложный комплекс вопросов, связанных с содержанием и формой произведения. Работу редактора над содержанием рукописи можно назвать *политическим* и *научным редактированием*, а работу над формой рукописи (язык, стиль, композиция, жанр) — *литературным редактированием*.

*Политическое редактирование* касается оценки выступлений массовой коммуникации с точки зрения соответст-

вия выдвигаемых в тексте положений основным положениям политики государства, действующим правовым нормам, зафиксированным в Гражданском и Уголовном кодексах. Оно предполагает также контроль за сохранением различных тайн: банковской, коммерческой, врачебной, следственной, личной.

Грамотно провести оценку текста с позиций этого вида редакторского вмешательства в текст возможно, опираясь на документы, в том числе и правовые, позволяющие доказать ошибку. Так, согласно Закону Российской Федерации о СМИ (статьи 45, 49), журналист имеет право выдвигать собственные версии и скрывать источник информации, поэтому при сообщении некоторых фактов вполне допустимо сегодня анонимное цитирование: *высокопоставленный сотрудник правоохранительных органов, пожаловавшийся остаться неизвестным (не названным), сообщил нам...; из близких к правительственным кругам источников стало известно...; один из сотрудников аппарата президента сообщил... и т. п.* Однако сообщение в прессе сведений, не соответствующих действительному положению вещей, сведений, порочащих честь и достоинство человека, недопустимо. Характер этих сведений квалифицируется в статьях 1099—1101 Гражданского кодекса РФ. Редакции и издательства, а также журналисты, нарушающие эти законы, привлекаются к ответственности. По поводу публикации помещенной ниже заметки к ответственности были привлечены издательский дом «Калейдоскоп» и журналист-автор материала.

**КТО НЕ КУРИТ И НЕ ЛЬЕТ,  
ТОТ ЗДОРОВЕНЬКИМ ПОМРЕТ**

Имевший репутацию близкого к самому новгородскому губернатору Михаилу Прусаку тамошний бизнесмен Евгений Шпульман мог с полным основанием считать себя сча-

4.2. Виды редактирования. Виды редакторского чтения. Виды и операции правки

стливым человеком. Помимо объединения «Сплав», имевшего выгодные контракты с Министерством обороны, он имел еще охранную фирму «Скорпион», да к тому же являлся депутатом областной думы. Правда, здоровье стало пошаливать, и, видимо, чтобы не загнуться раньше времени, Шпульман сразу же после Нового года торжественно бросил курить и пить.

Как оказалось, сделал он это совершенно зря. Не прошло и месяца, как неизвестные встретили Шпульмана в парадной и колотили его по черепу чем-то тяжелым, пока тот не испустил дух. Судя по способу убийства, мочили бизнесмена не профессиональные киллеры, а обычные «отмороженные» гопники. И без всякого заказа. Скорее всего, попросили закурить, а у того и не оказалось. Потому что бросил.

После публикации этого материала в Смольнинский федеральный суд Центрального района Санкт-Петербурга поступило исковое заявление от жены погибшего о защите чести и достоинства: «Тон указанного „произведения“, по меньшей мере, издевательский, порочащий честь и достоинство моего покойного супруга, искажающий обстоятельства гибели мужа, в отличие от цели убийства, похож на заказной. Этой статьей его убивают второй раз, только на этот раз не физически, а морально. <...> муж не страдал вредными привычками — не имел пристрастия к алкоголю и табакокурению, а поэтому не избавлялся от него. Тело мужа со смертельными ранениями было обнаружено в рабочем кабинете, а не в парадной. По версии следствия, именно там произошло и убийство...»

Увлечшись формой подачи материала, автор отступил от норм профессиональной этики журналиста, от норм, действующих в сфере СМИ, от передачи достоверной информации. Это повлекло за собой другие нарушения, предусматривающие правовую ответственность.

В процессе *научного редактирования* редактор обращает

Глава 1. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации

внимание на содержательный аспект текста: правильность разработки проблемы, точность данных, фамилий, должностей, географических названий, цифр. В задачу редактора входит также унификация способов подачи конкретных данных в пределах одного текста (вместо *выступили лидеры движения Б. Е. Немцов и И. Хакамада — выступили лидеры движения Б. Е. Немцов и ИЛЛ. Хакамада*; вместо *в бюджете прошлого года эта цифра была млн, а в новом году запланировано выделить три с половиной миллиона — в бюджете прошлого года эта цифра была 2,5 млн, а в новом году запланировано выделить 3,5 млн*).

К фактическим ошибкам может привести и способ обработки конкретного материала, чаще всего цифрового:

1. «В Англии и Уэльсе за год из умерших в возрасте 40—45 лет на одного холостяка приходилось 6 женатых, следовательно, холостякам живется лучше». — В тексте дается неверное заключение, так как в этом возрасте женатых вообще больше, чем холостяков;

2. «Быстрее всех растет население Индии. Оно уже достигло 1 миллиарда, в Китае проживает 1 миллиард 200 миллионов человек. По прогнозам, к 2050 году в лидеры по приросту населения выдвинутся Нигерия и Пакистан». — В тексте нарушены основания, по которым сопоставляются цифры: в отношении Индии, Нигерии, Пакистана они иллюстрируют тезис о темпах роста населения, в отношении Китая приводятся данные о численности населения.

Фактическая неточность возникает как из-за незнания журналистом того, о чем он пишет, так и из-за неумения передать свои мысли:

1. «... столбик ртутного термометра падал в иные зимние долгие ночи до минус 52-54 градусов»;

2. «После резкого взлета акций в первой половине марта должно было последовать их падение».

Если сравнить эти два предложения, то легко увидеть, что в первом отступление от фактической точности возникло из-за незнания журналистом того факта, что ртутный термометр не может показывать такую низкую температуру. Вероятно, речь идет о спиртовом термометре. Во втором предложении отступление от фактической точности спровоцировано порядком слов в предложении, который дезориентирует читателя в установлении верных связей между явлениями: *в первой половине марта прогнозируется взлет акций* или *в первой половине марта ожидается их падение*? Журналист, конечно, знает, как должны быть связаны слова, чтобы они отражали реальное положение дел, и надо сделать это очевидным для читателя. Редактор, выяснив предварительно верный вариант, либо перестраивает предложение, либо «усиливает» нужное слово частицей, вводным словом, придаточным предложением. Допустим, правильным является первый вариант. Исправить текст можно так: *После резкого взлета акций ожидалось, что в первой половине марта их стоимость упадет.*

Фактические ошибки искажают картину мира, которую воссоздают средствами языка журналисты в своих текстах, а также снижают доверие к печатному слову, к газете, которую читатель выбрал. В условиях рынка это тоже важно. Показательно в этом отношении письмо, опубликованное в «Независимой газете» (08.08.02):

*Письма в редакцию*

**КАЖДОМУ БУДДЕ ПО МАНГО!**

Мне кажется, что современную журналистику отличает несколько небрежное отношение к высказыванию. Главное — вроде информация, а точность — побоку. <...> Что делать, если встречаешь на страницах вашего издания выражение

вроде «Путь, прочерченный штангенциркулем»? Рассказываю: штангенциркуль — это такой измерительный прибор, им не чертят. Им меряют наружные и внутренние размеры. Как правило, с точностью до 0,1 мм. Или вот в рубрике «Пять книг недели» я прочитал фразу «Очередная партия закатанного в целлулоид чтива». Я вам расскажу, если вы не знаете, что целлулоид, пластическая масса на основе нитрата целлюлозы — коллоксилина, совершенно не годится для закатывания в нее чтива. Целлулоид применялся давным-давно для остекления измерительных приборов, из него делали линейки и планшеты, клавиатуры музыкальных инструментов и пишущих машинок. Из него делали расчески, а русский язык сохранил сочетание «целлулоидный воротничок» — чудовищное изобретение, между прочим. Но он был слишком горяч, и техника от него почти отказалась. Я думаю, что тот, кто написал процитированную мною фразу о чтиве, имел в виду целлофан. Целлофан, что получают из щелочного раствора ксантогената целлюлозы, действительно используется для упаковки книг. А в газете эти ошибки выглядят смешно. Хотели нам умное слово сказать, свою образованность показать.

Или вот в той же рубрике смотрю на маленькую рецензию на книгу Джека Керуака. Там «главный герой проводит лето в горах, предаваясь самозерцанию и медитации, что твой Будда под манго». Может, я чего-то не понимаю — это и не моя специальность. Но все же замечу, что манго здесь ни при чем. Так мне кажется. Он медитацией занимался в прямой видимости других растений. Итак,

4.2. Виды редактирования. Виды редакторского чтения. Виды и операции правки

Будде — лотос, книгам — целлофан, внешним и внутренним поверхностям — штангенциркуль...

Виктор Откаленко,  
инженер

Третий вид редактирования — *литературное редактирование* — предполагает, что в процессе подготовки материала к публикации главное внимание будет обращено на форму изложения, на соответствие изложения основным требованиям, предъявляемым к тексту в той сфере, в которой происходит общение, на жанровый макет текста, его композицию, язык и стиль.

Выделение трех видов редактирования (*политическое, научное, литературное*) условно: на практике все они составляют единый творческий процесс. Это единство вытекает из *требования неразрывности формы и содержания* как важного критерия оценки любого литературного произведения. Так, оценивая художественный текст — стихотворение С. Есенина, — И. Бунин не отделяет анализ выразительных особенностей поэтической речи от анализа содержательной стороны:

«Синий май. Заревая теплынь.  
Не позвякнет кольцо у калитки.  
Липким запахом веет полынь,  
Спит черемуха в белой накидке.

Дело происходит в мае, в саду, — откуда же взялась полынь, запах которой, как известно, сухой, острый, а вовсе не липкий, а если бы и был липким, то не мог бы „веять“?

Дальше, несмотря на спящую черемуху, —  
Сад полышет, как пенный пожар,  
И луна, напрягая все силы,  
Хочет так, чтобы каждый дрожал  
От щемящего слова „милый“...

Желание луны понятно, — не даром Бальмонт утверждал, что даже „каждая ящерица ищет шемящих ощущений“ но опять: откуда взялись в этой заревой теплыни полыхающий пенным пожаром сад и такая неистовая луна?»<sup>5</sup>

Интенсивность создаваемого средствами языка в отдельном фрагменте образа вступает в противоречие со всей описываемой картиной, если слово рассматривать не только в его непосредственном окружении, но и проследивать его связи с широким контекстом (*не позвякнет...*, *спит — по\* лыгает*).

Единство содержания и формы в различных произведениях нехудожественной литературы есть преимущественно *вопрос о соответствии языковых и стилистических средств, используемых автором, теме материала, его содержанию, жанру*. Б. Пастернак, упрекая редакторов, готовивших к печати его книгу очерков, в неумении уловить это соответствие, писал: «Не все понимают, что слова „за обедом к котлу“ не садились и кушали молча хлеб да воду... — не случайная описка, а сказано так умышленно. Именно это кушать — солдатское, то есть вернее казарменное выражение, а не всякие там хлебать или шамать и прочие глаголы, употребительные на воле или дома. Кроме того, это выражение почерпнуто мною из материалов: „Борщ кушать было невозможно, вследствие чего команда оставалась без приварочного обеда и кушала только хлеб с водою“».

В нехудожественной литературе, как отмечал А. П. Чехов, «язык строже и дисциплинированнее, чем в беллетристике». Организация языковых средств в деловой прозе не подчинена задачам создания художественного образа, и отступлений от норм языка в ней меньше. Однако когда нарушается требование единства формы и содержания, текст даже при верном грамматическом решении фразы не воспринимается читателем должным образом.

\* Бунин И.А. *Окаянные дни*. — М., 1991. — С. 226.

1.2. Виды редактирования. Виды редакторского чтения. Виды и операции правки

Более того, собранная в нем информация о реальных событиях либо поступает к читателю в деформированном виде, либо оказывается недоступной для понимания. В опубликованных газетных материалах, где остается от отредактированной этой стороны высказывания, возникают «шумы» (дефекты), ослабляющие эффективность процесса коммуникации:

1. «Нас заинтересовала и *дислокация* киосков с хлебом. Оказалось, что в новых микрорайонах только в трех местах торгуют им».

Слово *дислокация* — военный термин. Употребление его в нейтральной речи нарушает стилистическую однородность текста. Ироническое «перенесение» из одного стиля в другой возможно, но в данном случае нарушается последовательность изложения: *дислокация* — это *размещение* войсковых частей на территории страны [Словарь. Т. 1. С. 402]. Во втором же предложении речь идет не о размещении, а о количестве мест, где можно купить хлеб. Способ выражения мысли не соответствует содержанию высказывания.

• После правки: *Нас заинтересовало и количество киосков с хлебом.*

2. «...киевский князь Святослав в 1103 году на предложение Владимира Мономаха организовать поход против половцев „высказался против“. Он аргументировал свой отказ указанием на то, что...»

Перенесение в контекст о событиях далекой истории России слов, активных в современной деловой речи, стилистически тонирует изложение, внося в историческое повествование ненужную условность, театральность.

• После правки: *...киевский князь Святослав в 1103 году отказался от предложения Владимира Мономаха выступить против половцев. На его решение повлияло то, что...*

3. «Сегодня в России происходит соединение „хариз-

матического лидера", новых нотаблей и внепарламентских группировок в единое демократическое движение».

Читатель может полностью не понять данную информацию из-за использования заимствованного из французского языка слова *нотабль*, не ассимилированного русским языком. Это слово нельзя «пропускать» без комментария, так как в данном высказывании оно связано с передачей актуальной информации.

Важно отметить, что мастерство редактора и журналиста проявляется не в том, чтобы избегать новых слов и заменять их аналогами: делать этого не стоит, ведь газетный текст выполняет сегодня не только информационную<sup>^</sup> воздействующую функцию, но и образовательную, просветительную, культурологическую. Вероятно, нужно отыскивать способы «наполнения» мало знакомых или совсем не знакомых, но важных для передачи существенных черт события/явления слов доступной для читателя информацией. Интересно показать, как это делают некоторые издания. Вот фрагмент из материала, опубликованного в «Независимой газете» (12.09.02):

«Мицуэси Нумано, известный у нас славист Токийского университета и критик, печатает в журнале статью, где подробно излагает, в общем-то, азбучные истины. Что Япония давно уже не страна гейш и самураев, например. Или что на смену высокой и низкой литературе приходит литература средняя — „тюкан сёсэцу“ — и что это не столько хорошо, сколько неизбежно, в том числе и для России. И тут-то мы с уважаемым автором не согласимся. Ведь что японцу неизбежно, то русскому наплевать, и сколько бы ни писал Нумано-сан про свою „тюкан сёсэцу“, у нас ее как не было, так и не будет. Нет у нас аудитории для „тюкан сёсэ-

цу". Приматы есть. Запойные интеллектуалы есть. А „тюкан сёсэцу" нет. Так что — как говорил Островский — народу показывать водевили и разрешить продажу сбитня. Ну а людям благородным чтобы трагедия на театре. И никаких средних величин!»

Процессу правки текста предшествует *редакторский анализ текста*. В основе этого анализа особое чтение текста редактором. Точнее, это несколько видов чтения.

1. *Ознакомительное чтение*. В ходе его редактор знакомится с содержанием текста, пытается осмыслить его идею, тему, уловить авторскую манеру изложения, определить жанровую специфику, его соответствие задачам редакции/издательства. Мастерство редактора при этом проявляется в том, что он преодолевает стереотип «вялого чтения». Ознакомительное чтение — быстрое чтение, скольжение по тексту. В то же время редактор «схватывает», какая справочная литература может понадобиться для работы с этим текстом (словари, справочники, энциклопедия, документы и др.), чтобы сверить лексику (например, терминологию, иноязычные вкрапления), даты, цифры, написание имен собственных и т. п.

2. *Углубленное чтение*. Этот вид чтения предполагает внимание к слову, к знакам препинания, к словосочетанию, предложению, к фразе, к способам «графического» решения текста (например, установление оснований, по которым в тексте сделаны шрифтовые выделения, проведена рубрикация, выделены заголовки и подзаголовки). При углубленном чтении постижение смысла прочитанного начинается с внешних форм и заканчивается включением механизма смыслового контроля по линии слово — словосочетание — предложение — абзац — раздел. Редактор, словно зритель фильма, «переключает» внимание с

кадра — на целое — с крупного плана — на фон. Редактору важно научиться воспринимать текст не как информацию, но как реальность, данность. Для этого надо последовательно вникать в текст, мысленно представлять детали события, стараясь увидеть ту действительность, которая стоит за словами, фразами. Надо постоянно ставить перед собой вопрос: *а это действительно так?* Вот автор пишет: «Перед домом стояла Шкода-Фелиция цвета баклажан, а проще говоря, — темно-фиолетовая». Что проще (в тексте *проще говоря*): обозначение цвета через предмет (вишня, лимон, кофе с молоком) или обозначение сложным прилагательным, фиксирующим не только цвет, но и его оттенок?

Итогом углубленного чтения становится система замечаний к тексту — критика текста. Вот дефектные фрагменты, зафиксированные при углубленном чтении значительного по объему текста, и комментарий к ним: «Он уселся на скамейку, нацепил на голову наушники, щелкнул кнопкой висящего на поясе плеера и погрузился в музыку. <...> Из наушников прямо в голову дует ураганный ветер, грохочет гром, сверкает молния, льет проливной дождь. <...> И над всем этим холодным великолепием парит одинокая хищная птица. И ветер с дождем ^

Даже если музыка передает картину урагана с такой силой, что кажется, *прямо в голову дует ураганный ветер*, то *прямо в голову грохотать гром и сверкать молния* не могут. *Проливной дождь чкж&льет* не в голову, а, по крайней мере, *по голове (над головой)*. Вряд ли даже хищной птице удастся *парить* в такую погоду. Глагол *парить* имеет значение «лететь, держась в воздухе на неподвижно распростертых крыльях».

**3. Шлифовочное чтение** — это контрольное, избирательное чтение. Обычно редактор, определив специфику текста (например, насыщенность цифрами) или характер ти-

пичных для автора ошибок (например, ошибка при введении деепричастного оборота)» перечитывает текст под разными углами зрения, ставя, при каждом повторном чтении определенную задачу (проверить, чтобы после цифр был знак %, а после числительных было слово — не знак! — *процентов*, чтобы деепричастный оборот и глагол-сказуемое относились к одному субъекту действия и т. п.). Шлифовочное чтение — это просмотр текста с определенной целью, под определенным углом зрения.

В ходе редакторского чтения редактор опирается и на свои знания, и на чутье, и на интуицию. Однако основанием для исправления текста может быть только доказательство ошибки, т. е. ее точная квалификация. Верное установление типа ошибки определяет и дальнейшую стратегию работы с текстом — его правку.

*Задачи правки:*

1) устранить погрешности, обнаруженные в ходе редакторского анализа, но сохранившиеся после доработки рукописи автором;

2) придать материалу наиболее ясное звучание;

3) добиться четкости формулировок отдельных положений;

4) проверить фактический материал и избавить рукопись от неточностей;

5) устранить погрешности композиции, языка и стиля;

6) провести редакционно-техническую обработку рукописи (трудно читаемые слова оговорить на полях).

Дополнение, данное в скобках в последнем пункте, можно проиллюстрировать интересным примером, который приводит Б. В. Томашевский в пособии по текстологии.<sup>6</sup> При издании одного из произведений Ф. М. Достоевского редактор не оговорил, что незнакомое слово написано верно и соответствует оригиналу. Наборщик не справился с «трудным»

<sup>6</sup> Томашевский Б.В. Писатель и книга. — М., 1959. — С. 77.

словом и напечатал его так, как посчитал нужным: «Выпить; чашу жолчи и *поташа*». Это цитата из Евангелия. В орипЦнале на месте *поташ* — слово *оцт* (синоним *-уксус\ поташ\* — английское слово, называет вещество со щелочным вкусом в виде зернистого порошка). Верность написания «неудобного» слова редактору следовало оговорить на полях: *проверено по «Евангелие от Матфея» — оцта.*

Процессу исправления рукописи предшествуют этапы восприятия текста (редакторское чтение), его критика (обоснование отмеченных дефектов). Только после этого вносятся коррективы. В практике литературного редактирования обычно различают *первоначальное восприятие текста* (и, соответственно, первоначальное объединение слов в тексте) и *окончательное восприятие текста* (окончательное объединение слов). Первоначальное восприятие протекает произвольно, окончательное происходит с опорой на здравый смысл. Принято считать, что основой для правки текста является первоначальное восприятие текста, когда редактор еще занимает позицию (или играет роль) обычного читателя и текст не стал для него работой.

Правка текста — средство реааизации творческих возможностей редактора. При этом, установив степень вмешательства в авторский текст в процессе его анализа, редактор определяет вид правки, необходимый для подготовки оригинала/рукописи к публикации. Это может быть *правка-вычитка, правка-сокращение, правка-обработка* или *правка-переделка.*

*Правка-вычитка* бывает двух типов: а) *корректорская вычитка*, цель которой — подготовка текста к публикации; б) *вычитка как самостоятельный вид редакторской деятельности* — чтение текста насквозь. Вычитчик проверяет композицию и жанр, стиль, даты, имена, цифры. Тот, кто вычитывает текст, обычно не правит его, он лишь ставит вопросы для редактора.

**Правка-сокращение** — это уже активное вмешательство в текст. Этот вид правки применяется в двух случаях: а) если необходимо уменьшить хороший текст; б) если необходимо снять дефекты материала (слишком длинная предыстория вопроса или, доказывая свою мысль, автор приводит однотипные примеры, цифры и фамилии, а также факты, не имеющие прямого отношения к тексту). Цель такой правки — сжать изложение и при этом увеличить доходчивость материала. Сокращения можно производить частями, можно применять и внутритекстовые сокращения, убирая обособленные обороты, заменяя повторные развернутые наименования аббревиатурами. Применение внутритекстовых сокращений связано с обязательной обработкой стыков, так как часто приходится менять число у глагола или существительного, если сокращается ряд однородных членов предложения, которые к ним относились, заменять слова в главном предложении, если сокращается придаточное и т. п.

Пожалуй, чаще всего применяется **правка-обработка**, цель которой подготовка окончательного варианта текста. Она предполагает замену слов с целью исправления фактических, логических, лексико-стилистических, синтаксических ошибок, перестановку частей текста в процессе редактирования композиции и жанра материала. Важно, что при этом нельзя править стиль автора и манеру его изложения. В ходе правки-обработки применяются элементы правки-вычитки и правки-сокращения.

Правке-обработке подвергается только тот текст, в содержании которого нет серьезных нарушений, например, очевидных противоречий между компонентами авторской концепции.

При проведении правки редактор пользуется следующими операциями: **выкидки, вставки, замены, поправки**. За каждой из этих операций закреплен соответствующий знак правки.



## 1.4. Логические основы редактирования

Для того чтобы в материалах массовой коммуникации связи и отношения между фактами языка соответствовали связям и отношениям между фактами реальной действительности, в тексте должна быть соблюдена логика изложения. Логичность — это следование законам правильного мышления и правилам операции с понятиями. Эти законы и правила описаны формальной логикой. Знание их важно как для журналиста-практика, так и для редактора текста.

- *Закон тождества* всякая мысль в процессе изложения должна быть равна самой себе. Предмет нашей мысли в процессе изложения не должен произвольно меняться, понятия смешиваться. Графически закон может быть представлен формулой:  $A=A$ . Как действует этот закон в тексте? В зарисовке о повадках журавля В. Песков пишет: «Журавль силен. И никому не позволяет себя обижать. В лесу не боится лисы, отгоняет ее от гнезда, пуская в ход сильные крылья. На птичьем

дворе эту силу чувствуют все». Тема первого предложения абзаца — *сила журавля* — проходит через весь фрагмент: *не позволяет обижать, отгоняет сильные крылья, эту силу чувствуют все*. Только после этого автор переходит к следующей мысли.

При нарушении этого закона в тексте происходит подмена предмета изложения: «Проверяется все, что связано с производством и хранением стройматериалов Щелкает фотоаппарат. Здесь не устроена площадка около лебедки, сама лебедка не ограждена — явное нарушение техники безопасности». Вместо темы «производство и хранение стройматериалов» в тексте появляется другая — «размещение конструкций». Журналист смещает смысл и делает вывод (*явное нарушение техники безопасности*) не соотносящийся с началом высказывания (*производство и хранение стройматериалов*).

Причиной нарушения закона тождества может быть и пропуск смыслового звена в высказывании: «После знакомства с повестью понимаешь, почему она так хорошо читается людьми всех возрастов. Можно бы пожелать лучшего оформления книги, прочной обложки. Но это уже дело второстепенное». Между первым и вторым предложением должен быть фрагмент, отвечающий на вопрос *почему книга хорошо читается людьми всех возрастов?* Но автор эту часть, очевидно, не перевел из внутренней речи во внешний план и перешел к новой теме — качество издания. Такую ошибку редактор не должен пропускать, хотя исправить ее без вмешательства автора он не сможет.

- *Закон противоречия*: не могут быть одновременно истинными два высказывания, одно из которых что-либо утверждает о предмете изложения, а другое то же самое отрицает в то же самое время. Графически нарушение этого закона можно представить так:

А есть Б; А не есть Б. Предложение «Шум вокруг романа В. Сорокина, поднятый „Идущими вместе“, такой, что писатель, вероятно, автоматически попадет в *мировую сокровищницу русской литературы*» содержит именно такие противоречивые тезисы: *сокровищница мировая — сокровищница русской литературы*.

Чаще всего причиной появления в прессе таких алогичных высказываний становятся сочетания слов, одно из которых противоречит другому: «Не ссылайтесь на средства массовой информации, которые *плохо восславляют человека в форме*». В выделенном словосочетании зависимое слово противоречит главному: *восславлять — превозносить похвалами*. Одна мысль опровергает другую.

„Необходимо заметить, что противоречивые высказывания могут создаваться преднамеренно и выполнять роль яркого выразительного средства: «Нет, наверное, ничего *реальнее тоталитарного бреда*» (ОГ, 2001, № 52); «Мы писали еще о том, как тот же человек *добровольно ИЗВОДИТ себя пытками в фитнес-клубах и травит „здоровой“ пищей*» (Итоги, 2001, № 1).

Парадоксальные журналистские словосочетания возникают чаще всего на основе номинации явлений постсоветской действительности. К ним уже привыкли, они вошли в оперативную память. Отклоняющееся от логики высказывание выводит событие из привычного контекста и словно приглашает заново пережить процесс наделения смыслом понятия, которое было однажды познано. Так стираются стереотипы восприятия действительности. Противоречивость мира, относительность мифов, создаваемых в новом обществе, сомнения в ценности того, что принято считать ценным, стимулируют журналистов, казалось бы, естественное, логически обоснованное понятие перевести в разряд парадоксальных, осмыслить как аномальное: (после те-

раков в Москве) «На улицах мы пытливно вглядываемся е лица *немосковской национальности*, следим даже за тележками пенсионеров» (ОГ, 2000, №46).

Кроме формально-логических противоречий, в журналистском тексте могут возникнуть и образные противоречия. Формально-логические противоречия обнаруживаются при сопоставлении в тексте суждений, а образные проявляются на уровне наглядных представлений, когда две картины не сливаются в воображении читателя в одну, тогда как, по мысли автора, они должны представлять единство. Обычно такую ошибку называют — двоение образа. Двоение образа не означает, что образы расплываются. Оба они четкие, но несовместимые в представлении читателя: «**Был он невысок ростом, широкоплеч, с выпирающим животиком, с круглой, почти совсем л<sup>^</sup>сой головой**»; «**Дом, словно ласточкино гнездо, прилепился на самом уютном месте, стоит прочно, кажется, врос в землю**». Автор, нарисовав портрет, предмет, дает их второе «изображение», несовместимое с первым. В результате читатель не может представить себе облик такого героя, образ такого дома. А. К. Толстой о непредусмотренных автором образных противоречиях писал, что они «насилуют воображение».

Формально-логические и образные противоречия могут совмещаться в одном тексте: «**Березовский, доказывая блестящие перспективы своего оппозиционного движения, в одном все-таки прав. В России отсутствует четко структурированная партийная система, на политическом поле царят разброд и шатание**». Автор пишет, что герой прав в одном, но одно — это два тезиса: а) *в России отсутствует четко структурированная партийная система*; б) *на политическом поле царят разброд и шатание*. На формально-логическое противоречие наслаивается образное: *царят разброд и шатание* (:царить — безраздельно властвовать; разброд и шатание — неустой-

*чивое положение*). Такие противоречия без вмешательства автора редактор править не может.

Механизм работы редактора с противоречиями можно представить следующей схемой: *противоречие* —> формально-логическое или образное —> преднамеренное или непреднамеренное разрешимое или неразрешимое. Только после такой последовательной оценки зафиксированного противоречия можно определить дальнейшую стратегию работы с текстом.

*Q Закон исключенного третьего: из двух противоречивых высказываний в одно и то же время, в одном и том же отношении одно непременно истинно. Третьего не дано. В следующем предложении автор противопоставляет качества, которые не исключают друг друга: «Человек на деле может быть **МЯГКИМ И ДЕЛИКАТНЫМ**, а в полете — **СОБРАННЫМ, ВОЛЕВЫМ**». Часто нарушение закона исключенного третьего обнаруживается в альтернативных ситуациях, когда высказывание строится с опорой на модель «*либо - либо*»: «Настоящий мужик не должен себя жалеть. Он может *либо поступать правильно и за это уважать себя, либо ругать себя за ошибки и тут же их исправлять, после чего начинать уважать за самокритичность*. Все, третьего не дано». В этом высказывании сопоставление должно быть проведено по линии *либо поступать правильно — либо совершать ошибки (а уже потом ругать себя за это)*Л*

- *Закон достаточного основания: для того чтобы признать суждение о предмете истинным или ложным, в тексте должны быть указаны достаточные основания, т. е. истинность выдвигаемых положений нужно доказывать. Есть ли доказательства в следующем фрагменте из очерка Л. Васильевой: «Англий-*

екая писательница приезжала несколько раз, мы виделись, я показывала ей Москву, мы разговаривали, и это стало напоминать нечто, похожее на дружбу»? Частые встречи, прогулки, общение могут привести к близким, дружеским отношениям? Конечно. В тексте указаны основания для вывода.

Закон достаточного основания касается обычно установления причинно-следственных отношений между частями изложения. При невозможности соотнести части как причину и следствие возникает алогизм: «Остановлюсь на одной примечательной актерской судьбе. Выпускница Щукинського театрального училища Екатерина Быстрова была приглашена работать в Театр юного зрителя. Стали ее вводить на несколько ролей сразу. Катя показала себя натурой незаурядной, самостоятельной. *Туг уж было чему удивляться и порадоваться*». Автор не сообщил достаточных фактов, чтобы «подвести» читателя к выводу *было нему удивляться и порадоваться*.

Обычно причинно-следственные отношения оформляются в языке с помощью слов *вот, и это, поэтому, следовательно, итак* и т. п. Редактору следует фиксировать особое внимание на той части фразы, которая предшествует им.

Алогизмы, возникшие в результате нарушений законов логики, могут быть *контактными*, т. е. проявлять себя на уровне предложения, высказывания, словосочетания (о них шла речь выше), и *дистантными*. Дистантные алогизмы обнаруживают себя при сопоставлении отдельных фрагментов текста, текста и заголовка, рубрики и текста и т. п. Именно такие логические ошибки остались в следующем тексте:

## **ВЫСТАВКА**

### **ПОСОЛ ОТ РУССКОЙ ИНТЕЛЛИГЕНЦИИ**

Недавно закончившаяся научная конференция в МГУ посвящалась неожиданной на первый

взгляд проблеме: устарел ли Тургенев? В ходе ее отмечалось, что вопрос законный: у каждого поколения свой любимый классик, и колебания по этому поводу вполне нормальны. Заодно выяснилось, что Тургенев по-прежнему остается нашим современником: в Германии выставка о его жизни и творчестве собрала огромное количество посетителей; москвичи же благодарили академика Дмитрия Лихачева, убедившего в свое время Фонд культуры не жалеть денег на приобретение рукописей Тургенева. Теперь Государственный литературный музей подготовил выставку «Посол от русской интеллигенции», пот священную 175-летию писателя.

В произведениях Тургенева слово «интеллигент» встречается только один раз (да и то с ироническим оттенком). Он пользовался понятием «нигилист», а «русская интеллигенция» появилось позже. Но именно Тургенев, аристократ, барин, сто<sup>^</sup>т у ее истоков.

Писатель г<sup>ъ</sup>ворил на всех языках Европы и объездил весь свет. По словам Дмитрия Мережковского, «он один из первых открыл удивленному Западу всю глубину, всю прелесть русского народа и силу русского духа». На выставке «гений меры, гармонии и красоты» представлен как носитель русской культуры на Западе и западной — в России. Усилиями Тургенева в Париже было создано Общество взаимного вспоможения и благотворительности русских художников, русская читальня, русские писатели переводились на иностранные языки, а западные — на русский. Многие поэты и художники всегда могли рассчитывать на поддержку

признанного мэтра.

Особой гордостью Литературного музея является богатейшая иконография Тургенева, Полины Виардо и лиц из их окружения.

Отступление от закона тождества отчетливо обнаруживается как в самом тексте, так и на уровне текст — заголовок — рубрика. Тема «научная конференция в МГУ и ее проблематика» подменяется темой «выставка». Причем речь в тексте идет о нескольких выставках, поэтому неясно, с какой из них соотносится рубрика\* Неясно также, соотносится ли заголовок с одной из выставок, либо он «скрепляет» всю информацию о Тургеневе. Во втором абзаце закон тождества нарушается на уровне высказывания: понятие *интел.тгени* смешивается с понятием «русская интеллигенция»

Логические правила операции с понятиями состоят из *правил определения и правил классификации понятий.*

• *Правила определения понятий*— это логическая операция, раскрывающая содержание понятия и выявляющая его родовые и видовые признаки, их соотношение. Например: «Трансплантация гемопоэтических клеток (от „гемопоз" — кроветворение) является одним из методов (а иногда и единственным шансом) в лечении больных онкологическими, гематологическими и некоторыми наследственными заболеваниями». Журналист называет видовые и родовые признаки явления, чтобы донести его суть до читателя.

Формальная логика предписывает при определении понятия соблюдать следующие правила:

1. В определении не должно быть так называемого «порочного круга»: «Авторская правка — это правка, внесенная автором». — Мысль словно описала круг, не продвинулась вперед. Нет сообщения о признаках понятия.

2. В определении должно быть учтено соотношение объема понятия и его признаков: **«Все эти качества (терпение, неприхотливость и трудолюбие) и составляют основу будущей профессии Вероники Александровны»** (речь идет об учителе музыки). — Для учителя музыки перечисленные качества не являются основными. Вероятно, он должен иметь слух, владеть техникой игры и т. п.

3. Определение не должно содержать только отрицательные признаки: **«Рубрика — это заголовок, не набираемый основным шрифтом»**. — Определение исключило один из признаков, но не сообщило ничего об объеме понятия.

• *Правила классификации понятий:*

1. Нельзя противопоставлять понятия, которые в жизни не противопоставляются: **«Нина Григорьевна Соколова работает в кафе недавно, всего год, но специалист хороший»**. — Необоснованное сопоставление стажа и уровня профессионального мастерства.

2. Нельзя проводить классификацию по разным основаниям, компоненты деления должны исключать друг друга: **«Комедия делится на комедию ситуаций, комедию характеров, олезливую комедию, комедию идей и комедию нравов»**. — Компоненты деления не исключают друг Друга: комедия нравов может быть основана на комедии ситуаций.

Причиной появления алогизмов в тексте может стать как нелогичность самой мысли, так и неверное языковое решение фразы:

1. **«По статистике средний европеец за год съедает не менее килограмма грибов. Таким образом, емкость грибного рынка Северной столицы составляет примерно 5 тыс. тонн грибов в год»**. - Нарушен закон достаточного основания из-за небрежности самой мысли. Автор пропустил то логическое звено, которое привело

Глава 4. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации

его к цифре 5 тыс. тонн. Читатель может попытаться восстановить его, но ведь газетная полоса — это не учебник по арифметике.

2. «При этом туалеты были выстроены по нарастающей: от Нежных голубых и кремовых цветов в начале Алена перешла к ярким оранжевым, бордовым, изумрудным и др. расцветкам». — Нарушен закон тождества из-за употребления слова без учета его семантики. *Расцветка* — сочетание цветов, подбор красок [Словарь. Т. 3. С. 680].

• После правки:... *перешла к ярким... цветам (тонам, краскам)*.

3. «Коммунальное хозяйство в России - отрасль сверхубыточная, по крайней мере при существующей повсеместно организации труда». — Нарушены правила определений понятий. Пишущий не совсем точно представляет значение слова *отрасль* — отдельная область науки, знаний, производства и т. п.; сфера деятельности, занятий [Словарь. Т. 2. С. 705].

• Вариант правки (уйти отданной синтаксической конструкции, чтобы «сняты» колорит определения): *Коммунальное хозяйство в России является сверхубыточным*.

4. «Еще раз обращаемся к гражданским чувствам псковичей: к разуму, ответственности, патриотизму. Надеемся, что именно они будут водить вашей рукой 19 декабря». — В первом предложении фрагмента нарушены правила классификации понятий из-за небрежно подобранных слов (или неверно поставленного двоеточия): *разум, ответственность* не являются гражданскими чувствами. Второе предложение тоже содержит дефект: глагол *водить* называет действие, совершающееся в разных направлениях. Необходимый смысл можно передать близким по звучанию глаголом *вести*. Звуковая близость лексических единиц, как в этом случае, часто бывает причиной неверно выбранного слова.

#### 1.4. Логические основы редактирования

- Вариант правки: *Еще раз обращаемся к гражданским чувствам псковичей, к разуму, к ответственности, к патриотизму. Надеемся, что именно они будут вести вашу руку 19 декабря.*

Алогизмы, если они запланированы автором, являются сильным выразительным средством, т. к. при их обнаружении читателем прерывается последовательное восприятие информации. На необычное, неожиданное, как уверяют психологи, ускоряется быстрота реакции, и оно легче запоминается. Как правило, предусмотренные автором алогизмы создают в тексте комический эффект, передают оценку, хотя могут участвовать и в формировании содержательной стороны высказывания: «Год назад совместная трансляция торжественной церемонии в Чечне двумя телеканалами (один, по сути, принадлежал олигарху, другой — никому, то есть государству) еще не называлась согласованной информационной политикой...» (ОГ, 2001, №52).

Редактор оценивает правильность, если так можно сказать, отступления от логики: запланированная ошибка ведь тоже должна быть соответствующим образом оформлена. В случае обнаружения не совсем ясного для читателя «игрового хода» редактор подправляет текст, сохраняя колорит выразительного приема\*. Так, следующее предложение нуждалось в редакторской правке: «В городе много честных мифотворцев, честных профессионалов от „паблик рилейшнз“, готовых уверовать в придуманные реальности, ничего общего не имеющие с жизнью». Логическое противоречие (*придуманные реальности*) создано намеренно, но его «съедает» контекст: во-первых, ему предшествует слово *мифотворцы*, во-вторых, оно комментируется следующим за ним причастным оборотом. Это приводит к тавтологии (*придуманные реальности, ничего общего не имеющие с жизнью*). Вероятно, здесь следовало либо слово *реальности* взять в кавычки, либо заменить его словами *события, коллизии, истории, басни, сказ-*

ки, легенды. Последнее, кстати, хорошо подчеркнет выразительность номинации *мифотворцы*. Можно было бы просто сократить обособленное определение.

- Варианты правки: *... лотовых уверовать в легенды, ничего общего не имеющие с жизнью* или *... лотовых уверовать в придуманные реальности*.

Владение логическими приемами анализа в ходе редактирования и авторедактирования — это не просто следование законам и правилам формальной логики, а творческий процесс, предполагающий в каждом случае установление и оценку связей между логическим правилом — логикой мысли — логикой описываемого события — возможностями языка.

### **1.5. Жанрово-композиционный аспект редактирования текстов СМИ**

Редактирование текстов массовой коммуникации предполагает знание редактором жанровой палитры журналистики. Жанровые границы текста — явление универсальное, «След» жанра очевиден не только в публицистике, но и в таких видах человеческой деятельности, как общение, научное и художественное творчество. Жанр, как образно охарактеризовал его М. М. Бахтин, представитель творческой памяти в процессе литературного развития. Жанр можно рассматривать как очень важную категорию процесса общения, как форму, которая обеспечивает способ передачи определенной информации в определенных условиях. Овладение стратегией редактирования жанра означает овладение методами коррекции изложения с целью повышения эффективности процесса коммуникации.

В работах по теории и практике журналистики к жанрообразующим признакам относятся в первую очередь *пред-*

*IS. Жанрово-композиционный аспект редактирования текстов СМИ*

*мет, цель и метод отображения*, реализуемые осознанно или неосознанно конкретным журналистом в ходе создания того или иного текста. Диалектически взаимосвязанная совокупность этих факторов, как отмечает А. А. Тertychnyy, может быть обозначена понятием *тип отражения действительности*. «Тот или иной тип отображения характеризуется определенным уровнем глубины „проникновения“ познающего субъекта в объект — от уровня фиксации результатов первоначального чувственного созерцания к абстрагированию, теоретическому освоению объекта и далее к созданию обогащенного, более полного конкретного образа предмета (в том числе его наглядного, художественного образа)».<sup>7</sup> Для журналистики, как и для познания в целом, характерны три основных типа отображения: фактографический (эмпирический), исследовательский (теоретический) и художественно-исследовательский. Представление об этих типах отображения (они лежат в основе соответствующих типов журналистской деятельности) позволяет говорить о трех основных группах журналистских текстов — информационных (заметка, корреспонденция, репортаж, обзор, интервью), аналитических или исследовательских (статья, комментарий, рецензия) и художественно-публицистических или художественно-исследовательских (очерк, эссе, фельетон, памфлет). Каждый жанр, в свою очередь, обладает своими жанрообразующими признаками и ориентируется на определенные способы изложения, т. е. отбирает предпочтительные для себя функционально-смысловые типы речи (повествование, описание, рассуждение). При редактировании жанровой стороны медиа-текста редактору необходимо активизировать свои знания, касающиеся этих важных в СМИ сторон изложения.

<sup>7</sup> Тertychnyy А.А. Трансформация жанровой структуры современной периодической печати // Вступ. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика, 2002. № 2. - С. 55.

Следует заметить, что сегодня жанровые границы журналистских текстов довольно подвижны, но при оценке материала и определении стратегии работы с ним редактор все же может определить, к какому жанровому макету склоняется материал и с точки зрения содержания, и с точки зрения способа его организации. Это особенно необходимо в тех случаях, когда материалу предшествует рубрика, определяющая его жанровое своеобразие (*комментарий специалиста, репортаж из зала суда, новости ИТАР-ТАСС ИТ. п.*).

Представленный ниже текст структурно соответствует жанровой модели информационной заметки. Материал содержит лаконичную информацию о наиболее важных чертах события, но отнюдь не рассчитан на проникновение в его сущность.

#### **ГИБЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬСКОЙ КОЛОННЫ**

Колонна из трех машин — хали сотрудники местной двух «уазиков» и «ГАЗ-66» — милиции. Подтянулись и находилась практически на другие силовые подразделения границе Северной Осетии и Ингушетии. По сообщению Как сообщил «Новым Известиям» заместитель министра внутренних дел Ингушетии войск МВД, около 9.30 утра в четверг навстречу колонне Абукар Костоев, расстрел колонны все-таки произошел на территории Северной Осетии. ехал автобус, из которого был открыт шквальный огонь из автоматов и гранатометов. Расстрелянные машины остановились, а автобус отправился дальше по дороге Малгобек — Моздок. Место, где произошла трагедия, пустынное. Но вскоре на звуки выстрелов подъе-

15. Жанрово-композиционный аспект редактирования текстов СМИ

Они просто исчезли. Был сильный туман, начался дождь. Наши сотрудники еще не возвращались, поэтому никаких подробностей я вам сообщить не могу.

На месте трагедии погибли шесть человек. Ранено восемь человек. Генерал-майор Николай Мухин из СКВО в тяжелом состоянии (у него тяжелое ранение головы и сквозное ранение ноги) был доставлен в местную районную больницу.

Кто стоит за дерзким нападением на военных, неизвестно. Но спустя несколько часов после случившегося министр иностранных дел

Чечни сделал заявление корреспонденту ИТАР-ТАСС, в котором говорится, что «ни силовые структуры Чечни, ни сами чеченцы не имеют никакого отношения к вооруженному нападению на российскую военную колонну».

Нападение на членов комиссии Генштаба, возглавляемой генералом армии Квашниным, может восприниматься только как наглый вызов Министерству обороны в частности и России в целом.

Сейчас генерал армии Квашнин сам возглавил группу, которая расследует происшедшее.

В теории журналистики выделяют две жанровые схемы заметки: а) заметка может последовательно отвечать на вопросы *что? кто? где? когда? почему? как?* При этом расположение вопросов зависит от целей выступления; б) информация в заметке может быть соединена с базовым комментарием. Из двух структурных типов заметки автор данного материала выбрал второй: информация, характеризующая базовый факт, и небольшой комментарий к ней. Однако, воспроизводя событие, журналист отступил от последовательности изложения. В тексте необходимо редактировать функционально-смысловый тип речи *повествование*: рассказать о событии во временной последовательности, выделяя узлы повествования — законченные в пространстве и во времени эпизоды. Кроме того, следует сократить повторяющиеся фрагменты, придавая

Глава 1. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации

изложению динамику. Кстати, после подробного редакторского анализа будет видно, что и заголовок неточно отражает содержание события. Отредактированный текст может выглядеть так:

**НАПАДЕНИЕ НА ГЕНЕРАЛЬСКУЮ КОЛОННУ**

Колонна из трех машин — доставлен в местную районную больницу.

двух «уазиков» и «ГАЗ-66», — в которой были члены комиссии Генштаба, возглавляемой генералом армии Квашниным, находилась практически на границе Северной Осетии и Ингушетии. По сообщению пресс-службы Внутренних войск МВД, около 9.30 утра в четверг навстречу колонне ехал автобус, из которого был открыт шквальный огонь из автоматов и гранатометов. Расстрелянные машины остановились, а автобус отправился дальше по дороге Малгобек — Моздок.

Место, где произошла трагедия, пустынное. Но вскоре на звуки выстрелов подъехали сотрудники местной милиции. Подтянулись и другие силовые подразделения.

На месте трагедии погибли шесть человек. Ранено восемь человек. Генерал-майор Николай Мухин из СКВО в тяжелом состоянии (у него тяжелое ранение головы и сквозное ранение ноги) был

доставлен в местную районную больницу. Нападение на членов комиссии Генштаба, возглавляемой генералом армии Квашниным, может восприниматься только как наглый вызов Министерству обороны в частности и России в целом.

Как сообщил «Новым Известиям» заместитель министра внутренних дел Ингушетии Абукар Костоев; расстрел колонны все-таки произошел на территории Северной Осетии.

— Все это случилось в местечке Хурикао. Там была перестрелка, но, куда потом девались бандиты, неизвестно. Они просто исчезли. Был сильный туман, начался дождь. Туда выехала большая бригада наших сотрудников — около 300 человек. Но они до сих пор не вернулись, поэтому никаких подробностей я вам сообщить не могу.

Кто стоит за дерзким нападением на военных, неизвестно. Но спустя несколько часов

*15. Жанрово-композиционный аспект редактирования текстов СМИ*

после случившегося министр иностранных дел Чечни сделал заявление корреспонденту ИТАР-ТАСС, в котором говорится, что «ни силовые структуры Чечни, ни сами чеченцы не имеют никакого отношения к вооруженному нападению на российскую военную колонну». Сейчас генерал армии Квашнин сам возглавил группу, которая расследует происшедшее.

Жанровый рисунок обычно обнаруживает связь с композицией — способом организации частей текста. Для текстов массовой коммуникации важно выделение таких составляющих композиции, как содержательно-смысловые элементы (речь идет о событии, образе героя и авторской концепции) и объемно-прагматические элементы (речь идет о сильных позициях текста: заголовок, подзаголовок, рубрика, внутритекстовые подзаголовки, зачин, концовка, эпиграф). Работая с авторским материалом, редактор определяет характер размещения этих элементов в тексте: нейтральный или экспрессивный. Действительно, портретный очерк можно написать, располагая факты биографии героя последовательно (нейтральная организация). Но можно, наблюдая за героем с одной точки в определенный момент, ввести приемы ретроспекции или, напротив, проспекции, можно дать образ героя, противопоставляя его другому герою, т. е. с помощью приема контраста (экспрессивная организация) и т. п. Только уловив способ организации содержательно-смысловых элементов в тексте, редактор может принять решение, нуждается ли эта сторона композиции в правке. Данный ниже материал, написанный, кстати, одним из студентов факультета журналистики на практическом занятии по стилистике, интересно осмыслить в аспекте литературного редактирования. Следует пояснить, что перед студентами была поставлена задача: посетить универмаг «Пассаж» за полчаса до его закрытия,

понаблюдать за продавцами, покупателями и написать об этом текст в определенном жанре.

#### **ПОСЛЕДНИЕ МИНУТЫ «ПАССАЖА»**

Любите ли вы «Пассаж» так, как люблю его я? Чувствуете ли вы все очарование суетливой толпы, когдаходишь в магазин в половине девятого — за полчаса до закрытия? Это самое интересное время в «Пассаже».

Переступаем порог — и тут же оказываемся во власти разношерстной толпы. Людской поток бурлит, покупатели текут навстречу друг другу, ухитряясь каким-то образом не смешиваться и не снижать скорости своего течения. Мимоходом поглядывая на витрины различных отделов, люди все реже и реже в них заходят. Суетливо скользя взглядом по вынесенным в проход прилавкам, они бегут, не останавливаясь, вперед и только вперед. Проходит минут пятнадцать.

Толпа редет, а те, кто остался, стараются двигаться еще быстрее. Вот впереди вырастает фигура девушки. Умело лавируя среди последних клиентов «Пассажа», она размашистыми шагами удаляется в самый конец магазина, и широкие, как парашют, распластавшиеся по воздуху полы ее черного незастегнутого пальто скрываются в проеме под вывеской «Кодак». Чуть не сбив меня с ног, из отдела радиоаппаратуры с большой свежей коробкой наперевес выскакивает полуседой представительный мужчина и, позволив себе сбавить скорость, направляется к выходу.

Совершив и не успев совершить свои покупки, люди устремляются на улицу. Универмаг пустеет.

Последние две женщины спускаются со второго этажа и, о чем-то оживленно болтая, семят к выходу.

Уже девять с лишним. На Невском стемнело. Прохожие снуют взад и вперед, как муравьи в муравейнике перед заходом солнца. Невский становится большим «Пассажем».

Текст нуждается в редакторской правке. Править следует прежде всего композицию. Коррективы в ней помогут устранить и жанровые дефекты (сделана попытка написать репортаж).

Композиция этого материала нейтральная: событие дано в той последовательности, в которой оно и происходило. Но при его воссоздании нарушены важные текстовые категории — пространственно-временные. Судя по тексту, журналист вошел в магазин со стороны Невского проспекта и движется прямо, к выходу на Итальянскую улицу: именно в таком порядке располагаются и перечисляемые секции «Пассажа». Но в финале (кстати, красивый финал!) автор оказывается на Невском. Могло это произойти? Конечно, но для этого он должен был найти момент (и определить его место в тексте), чтобы повернуться. В репортаже это «перемещение» не выражено.

Выстроенность текста в пространстве и времени очень важная сторона изложения, сообщающая ему достоверность. Наблюдая за действием этих категорий в композиции текста, Б. А. Успенский отмечал: «специфику языка в ряду семиотических систем определяет то кардинальное обстоятельство, что языковое выражение переводит пространство во время. В самом деле, словесное описание любого пространственного соотношения, вообще любой реальной картины, которая предста-

ет нашему взору, по необходимости передается в виде последовательности, протяженной во времени». <sup>8</sup>

Композиционные дефекты подчеркивает и непродуманность позиции повествователя в тексте. Кроме того, эта непродуманность (неопределенность) деформирует такой важный признак репортажа, как эффект присутствия автора. Выделенные курсивом глаголы и местоимения смещают точку зрения, с которой подается репортажное событие: *Любите ли вы «Пассаж» так, как люблю его я; Чувствуете ли вы все очарование суетливой толпы, когда входил в магазин; Переступаем порог — и тут же оказываемся; Чуть не сбив меня с ног...* И еще фрагмент, содержащий ту же ошибку: *Вот впереди вырастает фигура девушки. Умело лавируя среди последних клиентов «Пассажа», она размашистыми шагами удаляется в самый конец магазина и широкие, как парашют, распластавшиеся по воздуху полы ее черного незастегнутого пальто скрываются в проеме под вывеской «Кодак».* Если девушка впереди, а потом удаляется, с какой точки и кто за ней наблюдает? Неопределенность позиции автора в репортаже разрушает жанровую канву текста. В некоторых фрагментах нарушена и изобразительность деталей в описании: *Людской поток бурлит, покупатели текут навстречу друг другу ухитряясь каким-то образом не смешиваться и не снижать скорости своего течения; с большой свежей коробкой наперевес* выскакивает полуседой предстательный мужчина...

Заголовок репортажа (а это тоже элемент композиции) слишком «тревожный» для описываемой ситуации, хотя экспрессию можно в нем сохранить: *«Пассаж» и последние минуты...*

Объемно-прагматические элементы также поддаются нейтральному или экспрессивному способу выражения.

\* Успенский Б.А. Поэтика композиции. - СПб., 2000. - С. 131-132.

Обычно эти части композиции называют *категориями актуализации*. Они актуализируют содержательные составляющие текста: авторскую концепцию, определенные черты образ героя или фрагменты события.

*Заглавие* является важной частью начального стимула, который, как учат психологи, определяет ход и исход всякой деятельности. В лингвистическом плане заглавие является именем текста, которое может быть уподоблено имени собственному: оно индивидуализирует тот текст, которому принадлежит, выделяет его в ряду всех других текстов (*Во чужом Перу похмелье* — заголовок текста о буме вокруг латиноамериканской литературы в Европе и ее забвении на родине; *Путиноведение* — заголовок статьи о ходе избирательной кампании В. В. Путина).

Нейтральный заголовок обнаруживает тесную связь с первым абзацем текста. В научной литературе, официально-деловых бумагах возможен полный или частичный повтор заглавия в зачине. В газетно-публицистическом и литературно-художественном стилях повтор заглавных слов в начале текста и в самом тексте обычно бывает не столько тематический, сколько концептуальный: употребленные в заголовке слова связываются с новым содержанием. Причем если в заголовке материала используются экспрессивные языковые средства, то редактор следит, чтобы эта экспрессия опиралась на содержание. Например, в заголовке *Человекообразные люди* необычная сочетаемость слов формирует парадоксальное высказывание. Заголовок допустим, если текст «разрешает» парадокс.

Работая с заголовком, редактор должен уметь определить его функцию в тексте. Нельзя редактировать заголовок без учета его связи с текстом, его роли в нем. Обычно выделяют следующие функции заглавий:

1, Номинативная: Горбуша на Балтике. Это заглавие по одному из признаков текста, например, его теме (*Опасные*

связи). Номинативную функцию могут выполнять заглавия с дублирующими, разъяснительными обозначениями (Прохиндиада, или Бег на месте) или заглавия-описания (Повесть о том, как один мужик двух генералов прокормил).

2. Информативная: Прыжок на Монблан. Такие заглавия содержат «порцию» оперативной информации, которая развернуто представлена в тексте.

3. Рекламная: Возможно, она знала рабыню Изауру (Самая старая женщина Бразилии отпраздновала свой 126-й день рождения — подзаголовок). Рекламного типа заглавия участвуют в создании читательского ожидания, ожидания-прогноза.

4. Воздействующе-убеждающая: Герболайф — это не всегда полезно.

5. Делimitативная (чисто техническая). Такие заголовки просто определяют границы между текстами.

На практике эти функции тесно связаны, но в том или ином заглавии одна из них оказывается ведущей.

*Подзаголовки* могут быть предваряющими текст и внутритекстовыми. Если предваряющий текст подзаголовок обычно в материале один, то внутритекстовых подзаголовков должно быть несколько.

Процесс редактирования этих элементов объемно-прагматического членения текста должен быть комплексным: редактор следит, чтобы заголовок и подзаголовки показывали ход события или ход авторской мысли. Они должны читаться как один минитекст. Из представленных ниже примеров только первый соответствует нормам. Все остальные нуждаются в редактировании. Во втором примере стилистически окрашенное слово (просторечное *неча*) разрушает общую тональность сильных позиций. В третьем и четвертом примерах — по одному внутритекстовому подзаголовку. Причем в последнем примере нейт-

ральный заголовок сменяется выразительным, опирающимся на интертекст.

1. (заголовок) Анархия — мать порядка, или Антиглобалисты учат управлять; (внутритекстовые подзаголовки) Зеленые и ядерные; Все за одного; Разделяй и властвуй!

2. (заголовок) У ГИБДД нет времени, чтобы управлять движением; (внутритекстовые подзаголовки) Старые песни; Чемодан без ручки; Неча на зеркало пенять.

3. (заголовок) В «Футбол-Баре» играют Пеле и Леа Павлович; (всего один внутритекстовый подзаголовок) На замену вышел судак.

4. (заголовок) Новые цеха притягивают акционеров; (всего один внутритекстовый подзаголовок) Когда усталая подлодка...

*Отбивки* в медиа-тексте вычленяют части без заголовков. Каждая отбивка говорит о том, что дальше произойдет более резкое изменение хода изложения. Отбивки могут быть знаковыми ( \* \* \* ; • • • ) или шрифтовыми. Шрифтовые отбивки являются способом выразительной подачи информации. Редактор проверяет, чтобы они содержали определенный смысл и чтобы из-за графического выделения части предложения не нарушался грамматический рисунок фразы. В следующих примерах отбивки в тексте содержат серьезные дефекты:

1. (заголовок) Петербургский форум: период упадка  
ДАЖЕ МЕСТНЫЕ ЧИНОВНИКИ высокого ранга шепчутся, что «делать на форуме теперь нечего, ахинея сплошная, демагогия и пьянка на государственном уровне»...

ДАЖЕ ВНЕШНЕ все на Четвертом форуме было не так размашисто, как раньше...

ДЕЛО ДОШЛО до сочинения всенародной бизнес-элитой анекдотов...

Смысловая и синтаксическая усеченность выделенных

фраз не формирует выразительных добавок, они не объединены смыслом, не считаются самостоятельно. Напротив, первая и вторая приводят к тавтологии, третья — к речевой недостаточности.

2. (заголовок) Дешевое сырье рождает спрос на мозги петербуржцев

В КОНЦЕ ПРОШЛОЙ НЕДЕЛИ ПРЕДСЕДАТЕЛЬ правительства РФ Михаил Касьянов подписал постановление «Об утверждении федеральной целевой программы „Национальная технологическая база“ на 2002-2006 годы.

ОДНАКО У МЕСТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЕСТЬ НАДЕЖДА не остаться в стороне от движения огромных средств наукоёмкой целевой программы...

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ СКАЧОК В ОБЛАСТИ ВЫСОКИХ технологий — единственный шанс для России вырваться из собственной сырьевой зависимости...

ГЕОГРАФИЯ И КЛИМАТ РОССИИ СНИЖАЮТ конкурентоспособность традиционной индустриальной промышленности...

Выделенные фрагменты разбили устойчивые речевые фразы (в первой и в третьей отбивках).

*Начала (зачины) и концовки*, как отмечал М. М. Бахтин, суть начало и конец деятельности. Они могут быть нейтральными и экспрессивными. Нейтральный зачин (твердое начало) утверждает бытие предмета речи и сообщает читателю о цели изложения. Функции зачина:

1. Сигнальная (сигнал начала деятельности).
2. Ввод системы координат (субъект, время, пространство, при этом развернутость одной категории почти всегда обозначает свернутость другой). Если в художественной литературе эти координаты относительные — *утром, в некотором царстве, один мой знакомый*, то в публицистике они должны быть точными. Например, соотнесенность

15. Жанр во-композиционный аспект редактирования текстов СМИ

с датой выпуска, конкретность названий мест, лиц, определенность авторской позиции в тексте.

Отличие твердого начала в художественном тексте и в журналистском хорошо видно в следующих фрагментах:

«В ворота гостиницы губернского города въехала довольно красивая небольшая бричка, в которой ездят холостяки, отставные полковники, штабс-капитаны, помещики, имеющие около сотни душ крестьян, — словом, все те, кого называют господами средней руки. В бричке сидел господин, не красавец, но и не дурной наружности, не слишком толст, не слишком тонок, нельзя сказать, чтобы стар, однако же и не так, чтобы слишком молод» (Н. В. Гоголь. Мертвые души).

«В университете Бейрута (Ливан) сотрудник университета Ахмед Мансур вчера расстрелял 8 человек, еще #пять человек получили серьезные ранения» (НГ, 01.08.02).

Экспрессивные, мягкие начала (начала с середины) вводят бытийный элемент в текст, а зачин погружает читателя сразу в середину события, еще не известного читателю. Это создает эффект напряжения, порождает вопросы, подталкивая читателя к поиску ответов;

«Солдаты отдают честь, играет военный оркестр, звон бунчука вызывает к чувству долга. Но Гордон не внимлет никаким призывам. Гордон явился на парад абсолютно пьяным. Он еле стоит на ногах и кричит диким голосом, потом начинает приставать к атташе испанского посольства, который в соответствии с чином держит в руках нечто вроде скипетра. А Гордон, видно, решил, что это бутылка. Вырвав его из рук ошарашенного атташе, довольный собой Гордон поспешил удалиться.

Гордон был настоящим алкоголиком, хотя и родился ослом. С такими пациентами, как осел Гордон, доктор Элизабет Свенсон еще не сталкивалась» (Вед., 13.11.98).

Нейтральная концовка содержит вывод, прогноз, т. е. «запечатывает» произведение, закрывает развитие содержательных линий текста. Экспрессивная, открытая концовка не снимает, а, наоборот, оставляет вопросы неразрешенными, как в статье из «Общей газеты» (1999, № 34): «И думаю, не ошибусь, сказав, многие ждут лидера, у которого слова не расходятся с поступками. И когда он появится, за ним пойдут и поддержат — вне зависимости от того, какие средства будут предложены для достижения конечной благой цели. Как в анекдоте, лишь бы человек хороший попался. А попадется плохой? Тогда читай мое сочинение с начала...» Журналист организует своеобразное смысловое кольцо, отсылая читателя в финале материала к зачину: «Наркомания. Оргпреступность. Непрерывающаяся бойня на Кавказе. Паралич промышленности».

Журналистика в последние годы все чаще обращается и к такой текстовой категории, как *эпиграф*. Эпиграфы особенно заметны на страницах еженедельных изданий.

Что необходимо знать редактору медиа-текста об этой сильной позиции текста? Эпиграф выполняет предтекстовую функцию. Он носит универсальный, общетекстовый характер. В изолированном состоянии он выступает как обобщенное высказывание, универсальная истина, приложимая к целому ряду ситуаций. Сам текст не оказывает влияния на эпиграф, как это происходит с другими сильными позициями. Связь эпиграфа с текстом носит односторонний характер.

Эпиграф может играть роль стимула (интерес к материалу, который он предваряет, к прочим произведениям данного автора, к собственному тексту-источнику). Ироничную трактовку эпиграфа дает журналист В. Курицын, размышляя о его функции: «... что нам известно о статусе эпиграфа? Не более, чем известно вообще о механизме предстояний и воследований. Служит ли эпи-

Задачи по теории

графом кавычка, открывающая цитату из „Тибетской книги мертвых“? Служат ли моим эпитафией слова, которые слышала мама от соседок по палате в последние минуты перед моим появлением на свет? Есть ли дождь — эпитафия мокрых зонтов? Можно ли назвать аперитив эпитафией обеда?» (Октябрь, 1996, №7),

Знание всех составляющих Композиции, фиксация внимания на функции каждой категории в анализируемом тексте, несомненно, повышают мастерство редактора, увеличивают ассортимент приемов правки, которыми он владеет.

• **Задачи по теории**

1-1. А. Назовите ошибки, которые возникают, если в тексте *нарушено требование соответствия высказывания нормам культуры речи.*

Б. Назовите ошибку, к которой приводит *отступление от требования логичности изложения.*

В. Назовите ошибку, которая возникает, если *нарушено требование точности изложения.*

Г. Отступление от ясности изложения может приводить к *субъективной и к объективной неясности.* В чем их отличие?

Д. К какой ошибке приводит *нарушение требования информативности новизны?*

2. Используя понятия *политическое, научное, литературное редактирование*, прокомментируйте следующее положение: *смысловая и литературная обработка текста представляет собой неразрывный процесс.*

3. Авторский материал, который вы предполагаете опубликовать, требует *правки-обработки.* Объясните сотруднику, которому вы поручаете провести правку и который не знаком с терминами литературного редактирования, какие дефекты содержит текст и с помощью каких операций их можно исправить.

Глава 1. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации

4. От каких законов логики и правил операции с понятиями преднамеренно отступают писатели и журналисты в приведенных ниже цитатах, а редакторы, понимая функцию этой «игры в алогизмы», поддаются ее очарованию и закрывают глаза на очевидные отступления от логики.

> «Иван Иванович несколько боязливого характера. У Ивана Никифоровича, напротив того, шаровары в таких широких складках, что если бы раздуть их, то в них можно было бы поместить весь двор с амбарами и строением» (Н. Гоголь).

> (о пьянице— заседателе) «От него такой запах, как будто бы он сейчас вышел из винокуренного завода, потому что в детстве мамка его ушибла, и с тех пор от него отдает немного водкою» (Н. Гоголь).

> «Сразу заметив мужской портрет между двумя гнусными пейзажами (с коровами и настроением), я подошел ближе» (В. Набоков).

> «Пирожки с яблоками составляли в то время предмет моей страсти, теперь же это — любовь, истина, свобода и раковый суп» (Г. Гейне).

> (из газеты) «Спектакль получился по жанру гибридным, а с точки зрения Большой политики — гротескно шаржированным. Здесь много танцев и лихих ритмов, которые отбиваются ногами и швабрами, тешат слух знакомые мелодии в новой аранжировке».

> (из газеты) «Вернисаж — это тоскливый вечер, устраиваемый художниками и навязываемый публике, которая достаточно доверчива, чтобы заплатить за входной билет».

> (из газеты) «В „Дон Кихоте" она (о Нине Ананиашвили) продемонстрировала апломб (умение стоять на одной ноге на пуантах без поддержки партнера), вращение (восемь фуэте без помощи рук, восемь с одной рукой на талии, остальные 16 — просто в быстром темпе) и

Задачи по теории

кружевную эксклюзивную пачку, которая, впрочем, наполнила талию госпожи Ананиашвили».

> (из газеты) «Телевидение — это такая рыхлая почва, в которую какую гадость ни брось, что-нибудь да произрастет, в чем мы могли не раз убедиться».

5. Вспомните из материалов курса «практическая стилистика» существенные признаки функционально-смысловых типов речи (*повествования, описания, рассуждения*). Прочитайте редакторский комментарий к отдельным журналистским материалам. К каким функционально-смысловым типам речи относятся выдвинутые редактором замечания:

А. В тексте трудно определить, как располагаются признаки, которые журналист считает необходимым сообщить: от частного к общему или от общего к частному. С точки зрения информативности, вероятно, это не самые важные для раскрытия темы признаки, к тому же многие из них перегружены несущественными деталями. Затрудняет восприятие целой картины и отсутствие единства в выборе видо-временных форм глагола. Необходимо также отметить, что некоторые признаки вряд ли стоит приводить в тексте, так как они свидетельствуют не столько о наблюдательности журналиста, сколько об отсутствии чувства такта (например, *глаза в пол-лица с наклеенными ресницами, руки столь подвижны, что, кажется, они живут отдельной от тела жизнью*).

Б. В данном фрагменте автор неумело пользуется предложениями, союзами, наречиями и наречными сочетаниями (*вследствие, ибо, хотя, поэтому, потому что, впоследствии, к тому же*). Это приводит к нарушению логических связей между отрезками текста. Кроме того, положение, выдвинутое в начале фрагмента, слишком общее, оно слабо связано с содержанием изложения. Честно говоря, эта часть кажется лишней для всего материала, так как автор отхо-

дит здесь от довольно занимательной житейской истории и высказывает банальные, хорошо известные положения, к тому же прямо не связанные с основным содержанием.

Г. Незаконченность эпизодов — главный дефект изложения. Границы одного кадра и момент перехода к другому почти не обозначены. В некоторых частях это происходит из-за однообразия выбора видо-временных форм глагола. Динамику текста ослабляет перегруженность малозначительными фактами, случайными деталями.

6. Прочитайте фрагмент из эссе У. Эко к роману «Имя розы», в котором он размышляет о заголовке художественного произведения. Могут ли важные для писателя качества заглавия стать критерием для выбора и оценки заголовка медиа-текста?

Заглавие, к сожалению, — уже ключ к интерпретации. Восприятие задается словами «Красное и черное» или «Война и мир». Самые тактичные, по отношению к читателю, заглавия — те, которые сведены к имени героя. Например, «Давид Копперфильд» или «Робинзон Крузо». Но и отсылка к имени героя бывает вариантом навязывания авторской воли. Заглавие «Отец Горио» фокусирует внимание читателей на фигуре старика, хотя для романа не менее важны Растиньяк или Вотрен-Колен. Наверное, лучше такая честная нечестность, как у Дюма. Там хотя бы ясно, что «Три мушкетера» — на самом деле о четырех. Редкая роскошь. Авторы позволяют себе такое, кажется, только по ошибке.

У моей книги было другое рабочее заглавие — «Аббатство преступлений». Я забраковал его. Оно настраивало читателей на детективный сюжет и сбило бы с толку тех, кого интересует только интрига. Эти люди купили бы роман и горько разочаровались. Мечтой моей было назвать роман «Адсон из Мелька». Самое нейтральное заглавие, поскольку Адсон, как повество-

Задачи по теории

ватель, стоит особняком от других героев. Но в наших издательствах не любят имен собственных.

Заглавие «Имя розы» возникло случайно и подошло мне, потому что роза как символическая фигура до того насыщена смыслами, что смысла у нее почти нет. Название, как и задумано, дезориентирует читателя. Он не может предпочесть какую-то одну интерпретацию. Даже если он доберется до подразумеваемых толкований последней фразы, он все равно придет к этому только в самом конце, успев сделать массу других предположений. Название должно запутывать мысли, а не дисциплинировать их.

Ничто так не радует сочинителя, как новые прочтения заглавия, о которых он не думал и которые возникают у читателя.

II. Прочитайте комментарий эксперта по правовым вопросам комитета по печати и связям с общественностью администрации Санкт-Петербурга Андрея Воробьева. Составьте памятку для редактора, помогающую ему определить те фрагменты в медиа-тексте, в которых журналисты (осознанно или неосознанно) нарушают жанровые границы информационного сообщения и «внедряют» в газетную информацию элементы рекламы.

**Реклама или информация?** Вопрос этот далеко не праздный. Чаще всего его приходится задавать при организации PR-акций с использованием СМИ. А ответ на него связан и с правовыми аспектами ответственности за распространение неких сведений, и с проблемами налогообложения...

Для начала приведем простой случай из практики: на полосе новостей в газете «Санкт-Петербургские ведомости» была опубликована авторская заметка «Ах, этот юг, ах, эта Ницца!..». В ней рассказывалось о том, что петербуржцы впервые получили возможность отдыхать на

Глава 1. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации

Лазурном берегу Франции, вылетая туда не «на перекладных», а прямым рейсом из Пулково. В одном Фрагменте упоминалось, что организатором поездок выступила турфирма имярек. После публикации материала в редакцию пришло письмо из территориального управления тогдашнего антимонопольного комитета, расценившего заметку как рекламную.

Если встать на позицию контролирующего органа, то редакции могли бы вынести предостережение о недопустимости нарушения ст. 4, п. 1, абз. 2 закона «О рекламе». Эта норма права запрещает, в частности, использование печатной продукции нерекламного характера для формирования и поддержания интереса к продавцам или исполнителям услуг без надлежащего предварительного сообщения об этом (в том числе без пометки «На правах рекламы»). Кроме того, к редакции могли бы быть также применены санкции за ненадлежащую рекламу (основание: ст. 31, п. 2 и 3 названного закона) вплоть до штрафа 5000 МРОТ.

Однако с такой позицией редакция справедливо не согласилась. В ответе на письмо она отметила, что заметка носила исключительно информационный характер и имела право на существование хотя бы в силу ст. 1 закона «О средствах массовой информации», запрещающего ограничивать распространение массовой информации. Заметим, что подобная норма содержится и в ст. 29 Конституции России, гарантирующей право на свободное (!) распространение информации. Контролирующий орган принял названные объяснения. Конфликт был исчерпан.

Но в каждом конкретном случае вопрос *реклама ИЛИ информация?* - так или иначе встает все более остро. Порой его разрешение требует вмешательства высших судебных органов. Так, дело по иску ЗАО «Редакция га-

Задачи по теории

зеты „Оптовый рынок Сибири» дошло до президиума Высшего арбитражного суда России (См.: Вестник ВАС России. 2001. № 1. С. 45 - 47). Суть дела сводилась к тому, что территориальное управление ГКАП сочло рекламой информацию о поставщиках и ценах на товары с указанием их производителей (что-то вроде сводной таблицы «Что, где, почему»). Редакция же утверждала, что рубрика не более чем аналитическая, информационная. К сожалению, президиум Высшего арбитражного суда не согласился с такой позицией, сочтя рубрику рекламной. К негативным последствиям для редакции в данном случае следует отнести и возникшую обязанность платить НДС как за рекламное издание (с учетом спорной рубрики объем рекламы конкретного номера превысил 40 процентов общей площади). Поэтому вопрос, поставленный в заголовке, представляется актуальным и при проведении PR-акций, связанных с публикацией имиджевой информации.

Предположим, фирма решила опубликовать в газете статью о себе, любимой. Естественно, редакция хотела бы получить за это деньги. Но тут-то и возникает правовая коллизия: организациям СМИ «запрещается взимать плату за размещение рекламы под видом информационного, редакторского или авторского материала» (ст. 5, п. 1, абз. 4 закона «О рекламе» или ст. 36, ч. 2 Закона о СМИ). В противном случае она рискует собственными деньгами. А вот фирме выгодно оплатить статью именно в качестве рекламной и, соответственно, отнести расходы на себестоимость продукции.

Можно, конечно, опубликовать статью бесплатно (или хотя бы сделать вид, что это так - аналогичные случаи известны, но, естественно, не одобряются законом). Но, опять же, не сочтут ли публикацию рекламой?

Из подобной ситуации есть несколько выходов. Са-

*Глава J. Общие вопросы редактирования текста массовой коммуникации*

мый простой, наверное, и наиболее популярный сегодня - это публикация имиджевой информации с пометкой «На коммерческой основе». Многие СМИ заменяют его каким-нибудь небольшим условным значком, вроде \* или ///. Правда, некоторые считают (и небезосновательно), что подобная верстка материала все же снижает его эффективность по сравнению с обычной «редакционной» статьей. В этом случае очевидно, что по общему правилу ответственность за содержание материала будет нести фирма-заказчик, то есть рекламодатель (см. ст. 30, ч. 1 закона «О рекламе»). Отметим, что из этого правила есть ряд исключений, например, если информация так или иначе (даже косвенно) связана с выборами в органы государственной власти и с политической рекламой. Впрочем, это тема для отдельного разговора.

Конечно, *Материал, содержащий признаки имиджевой информации, может быть опубликован без всяких оговорок*. Но тогда, и это редакция СМИ следует учитывать в первую очередь, вся ответственность за содержание статьи ляжет на них. Подчеркнем, что речь идет именно о признаках, а не о полном и безусловном соответствии понятию имиджевой информации (его в законодательстве не существует вовсе!) либо о рекламе (это вопрос тоже дискуссионный). В этом случае по общему правилу ответственность за содержание публикации будет нести ее распространитель (см., напр., ст. 152, п. 1 Гражданского кодекса России). Пленум Верховного суда России обязывает суды привлекать в подобных случаях в качестве ответчиков и саму редакцию, и автора спорной публикации (см. п. 6 Постановления Пленума Верховного суда России № 11 от 18.08.92 в ред. от 21.12.93 с изменениями на 25.08.95 «О некоторых вопросах, возникших при рассмотрении судами дел о защите

Задачи по теории

чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц»). Это актуально, в частности в случае\*, когда в спорной публикации содержится какая-либо информация о конкурирующих фирмах или даже о собственной. Например, упомянутые «Санкт-Петербургские ведомости», рассказывая о новом туристическом направлении, назвали одну из турфирм, занимавшуюся разработкой данного маршрута. Отметим, что упомянутые публикации в «Санкт-Петербургских ведомостях» не являлись заказными, имиджевыми PR, а действительно были чисто информационными. После публикации в редакцию обратилась другая турфирма, заявившая, что она также была среди разработчиков, и потребовала публикации уточнения. Правовые основания (хотя и не бесспорные) для этого имеются. Согласно ст. 152, п. 3 ГК России (с учетом пункта 7), можно говорить о том, что юридическое лицо вправе требовать публикации ответа в случае распространения сведений, ущемляющих его деловую репутацию. Хотя в конкретном случае конфликт был решен в досудебном порядке, но дискуссионная теоретическая проблема существует и по сей день.

Представим другую ситуацию: редакция публикует информационную статью, восхваляющую некий метод лечения. Ответственность за сведения, содержащиеся в статье, несет именно она и автор. А метод на деле оказывается порочным. Тогда конкретный гражданин, пострадавший от его применения, обращается в суд, требуя компенсации не только от медиков, но и от СМИ, заявлявших о радужных перспективах после лечения... Фирме, заказавшей подобную публикацию, вероятно, легче, но стоило ли редакции брать на себя дополнительную ответственность?

На наш взгляд, крайне неудачна и формулировка ст. 2,

Глава 7. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации

абз. 2 закона «О рекламе», раскрывающая понятие «реклама»: при некотором чиновничьем рвении под его признаки подпадает абсолютно любая имиджевая информация: *«Реклама - 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 или призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способам реализации товаров, идей и начинаний».*

Если буквально читать закон (что порой наши столоначальники и пытаются делать), любая положительная информация в первую очередь - реклама со всеми вытекающими последствиями. Правда, на этот счет можно привести ряд контраргументов. Во-первых, неплохо исходить из тезиса: «Если деньги получены - реклама, а если нет - информация». Это положение, в частности, подтверждается ст. 5, п. 2 названного закона (реклама должна быть распознаваема и снабжена соответствующей пометкой, а информация - нет). Реклама всегда оплачивается (см. бухгалтерские нормативные акты и соответствующие разъяснения налоговых органов), а информация всегда бесплатная. Значит, если редакция не получила денег - реклама не опубликована.

Во-вторых, даже в ходе судебного (арбитражного) процесса должен исследоваться вопрос о цели публикации. Как её обосновать? В первую очередь - объяснениями сторон, изучением общей концепции газеты и т. д. В подобных случаях, как правило, и редакция, и упомянутая в публикации фирма жестко стоят на следующих позициях: редакция - читатели имеют право на оперативное получение достоверной информации, а обязанность журналиста и редакции способствовать реализа-

Задачи по теории

ции этого права (основание, напр., статьи 1; 38; 47, п. 1 Закона о СМИ; ст. 29 Конституции России); фирма - мы не можем вмешиваться в законную деятельность редакции или запретить ей что-либо публиковать о нас (основание, напр., ст. 58 Закона о СМИ).

Согласно ст. 50 Гражданского процессуального кодекса, каждая сторона (истец, ответчик) обязана доказывать те обстоятельства, на которые она ссылается. Следовательно, обязанность предоставлять доказательства, что цель некой публикации была именно рекламная, будет лежать не на фирме или редакции. Пусть чиновники думают, как бы это доказать. Это их головная боль. Мы же озвучим в суде лишь несколько вопросов. Например: разве является рекламой, скажем, сообщение о новом маршруте городского транспорта? А о постановке балета «Щелкунчик» с костюмами «от Шемякина»? А открытие нового заводского цеха, позволившего решить проблему трудоустройства граждан?.. Подобных аргументов - множество.

Что же касается публикации имиджевой информации, то, пожалуй, здесь важно учитывать еще несколько аспектов: информация должна быть абсолютно достоверна и корректна, не затрагивать интересы других фирм. Лучше, чтобы статья не содержала оценочных эпитетов (*изумительная* фирма, *великолепнейшая* продукция, *чудодейственный* препарат и т. п.). Именно они приносят в текст колорит рекламы. Должен быть рчень хорошо продуман информационный повод (например, информация об открытии одного из новых ресторанов, поданная в контексте празднования Дня св. Валентина и традиций, связанных с ним).

Однако из-за законодательных недоработок и уровня чиновничьего «правосознания» отвечать на вопрос *реклама или информация?* - в каждом конкретном случае приходится по-разному.

• **Практикум**

Задание № 1. Проведите правку представленных ниже текстов, используя корректурные знаки правки.

А. Ксерокопируйте текст. Примите и обоснуйте решение, какой тип или какие типы правки необходимо использовать, чтобы подготовить материал к публикации. Сделайте правку в вашем экземпляре.

**«СПАСАЛ» ЧЕСТЬ ТЕТИ**

11 июля в ванной квартиры дома 62 по улице Добровольцев был обнаружен труп молодого человека с четырнадцатью ножевыми ранениями: 7 — в спину и 8 в левое предплечье. Здк как убитый был гражданином Конго, расследованием этого дела занялся 2-й отдел спецслужбы ГУВД, который занимается раскрытием преступлений, совершенных против иностранцев.

Убитый закончил журналистики Санкт-Петербургского Государственного университета, учился в Институте повышения квалификации, давал частые уроки французского языка. Знакомых был чрезвычайно велик. Вычислить преступника — дело очень сложное. Однако, уже 19 июля подозреваемого в убийстве схватили.

оказался племянник близкой подруги конголезца, не давно освободившийся из тюрьмы. 8 июля он, проводив в деревню маму, пришел вместе с другом в квартиру знакомого тети гражданина Конго. Гости стали требовать у хозяина денег — мол, гуляешь с тетей, значит должен. Конголезец отказался. Тогда друг денег — мол, гуляешь с тетей] значит, должен. Конголезец отказался. Тогда друг племянника схватил хозяина квартиры, а сам

Практикум

«родственник» принялся бить его ножом. После друзья отнесли тело в ванну, переоделись в одежду убитого — своя была сильно испачкана кровью — и разошлись по домам. Через 11 дней их поймали.

Б. Ваша газета «Большой Бизнес» решила перепечатать статью Пола Хемпа, так как она представляет интерес для части ваших читателей. Однако материал слишком большой. Сократите текст на 1/3, применяя технику *внутри-текстовых сокращений* (*сокращать частями этот материал не следует, ведь в его основе — рубрикация*). Сначала подсчитайте общее число строчек, потом определите, сколько строчек следует сократить. Ксерокопируйте текст и проведите сокращение в вашем экземпляре.

**КАК УЛУЧШИТЬ ОСВЕЩЕНИЕ ДЕЛОВЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ НОВОСТЕЙ**

*Пол Хемп*

Когда Центр для Иностраных Журналистов (ЦИЖ) направил бывшего репортера газеты «Уолл-стрит джорнэл» Пола Хемпа в Индию и Западную Африку, тот планировал пробыть там восемь недель и провести серию семинаров по освещению деловых новостей. На самом деле он задержался на 12 месяцев и за это время поделился опытом с сотнями журналистов в этих регионах. Сейчас Хемп работает корреспондентом газеты «Бостон глобл», он написал для ЦИЖа пособие по технике освещения деловой жизни. В брошюре излагается 10 практических советов по улучшению качества статей о бизнесе. Ниже приводится изложение этих советов.

1. Избегайте жаргона экономистов. К сожалению, многие журналисты слишком часто сбивают-

Глава I. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации

ся на с трудом воспринимаемый читателем жаргон экономистов, банкиров и правительственных чиновников, вместо того, чтобы использовать простой язык, которым люди пользуются в обычной беседе. Используйте более короткие слова и предложения. Совет: попросите собеседника пересказать только что сказанное простыми словами, пусть эксперт сам сделает «перевод» собственных слов.

2. Дайте определения экономическим терминам. Некоторые экономические термины имеют столь специализированное значение, что, если их избегать, можно тем самым лишь запутать читателя. Но так как значение этих терминов неизвестно большинству людей, журналист должен давать им определения. Совет: журналисты и их издания должны составить базовый список определений, наиболее часто употребляемых — но сложных по значению — слов, который можно было бы легко использовать всякий раз, когда журналист использует включенный в список термин.

3. Не увлекайтесь статистикой и цифрами. Хотя использование цифр и придает статье значимость и точность, журналисты должны избегать использования статистических данных, которые не столь важны для понимания статьи. Совет: отберите основные данные и поместите их в самое начало статьи. Если Вы хотите использовать дополнительные данные, приведите их в самом конце для интересующихся деталями читателей.

4. Сравнивайте цифровые данные. Когда Вы используете цифровые данные в статье, используйте их в контексте. Сама по себе цифра ни о чем не

говорит, ее смысл приходит при сравнении. Журналист может оживить большие цифры тем, что выразит их повседневным человеческим языком. Совет: всегда, когда используете цифровые данные, остановитесь и спросите себя: «По сравнению с чем?»

5. Превращайте статистику в статьи. Сравнения цифр, однако, недостаточно, журналист должен делать большее. Он должен объяснять их значение, толковать их. А журналисты не всегда это понимают. Совет: столкнувшись с сырой статистикой, журналист должен задать себе вопрос: «Что эти цифры означают?» Отвечая на этот вопрос, он сделает цифры понятными и интересными.

6. Приводите мнения обеих сторон. Что может быть проще этого основного в журналистике правила? И все же, как часто о нем забывают при освещении деловой жизни! Обычно в истории о бизнесе — две стороны или более. Один источник редко дает всю картину положения дел. Всегда оставайтесь скептиком. Совет: не существует абсолютно объективных журналистов. Уже тем, что он считает подходящей темой для материала и что в нем освещать, журналист занимает определенную позицию. Вот почему, чтобы быть справедливым ко всем сторонам дела, следует отклоняться от главной линии.

7. Придавайте деловым новостям человеческое лицо. Деловые новости имеют отношение к цифрам, но еще большее отношение они имеют к людям. Не к правительственным чиновникам, банкирам, бизнесменам и экономистам, а к «живым людям». Совет: во всех новостях о бизнесе журналист должен показывать, какое отношение они

имеют к повседневной жизни людей, то есть показывать читателю, какое влияние на него окажет деловая новость.

8. Комментируйте деловые новости. «Ну и что?» Такой вопрос задавайте себе и сами на него отвечайте. Мы должны сообщать не только о том, что произошло или кто что сказал, но и объяснять значение происходящего. Каждая статья должна проходить проверку на вопрос: «Ну и что?» Совет; в чем значение описываемого события для читателя? Если Вы с самого начала сможете ответить на этот вопрос, Вы тем самым сможете улучшить качество своего материала.

9. Не довольствуйтесь пресс-релизом. Пресс-релиз может служить лишь поводом для статьи. Дальнейшая журналистская работа требуется для выяснения всех сторон дела: мнения конкурирующих компаний, результатов независимого анализа, мнения консультантов, ученых и многочисленных других источников информации. Совет: попытайтесь задавать прямые вопросы официальным лицам. Содержание пресс-релизов обычно имеет формальный и неглубокий характер.

10. Придумывайте необычные темы статей. Лучший способ сделать статью о деловой жизни интересной — это написать на необычную, интересную тему, которую не освещали другие издания. Найдите новые аспекты статей о бизнесе или деловую сторону статей на важные общие темы. Найдите «человеческое измерение» деловых новостей. Исследуйте новые веяния, которые вытекают из конкретных событий. Совет: деловые новости — это не только новости о больших компаниях. Малый бизнес не менее важен для на-

Практикум

циональной экономики, и статьи о нем обычно более популярны среди читателей.

В. Ксерографируйте текст. Примите и обоснуйте решение, какой тип или какие типы правки необходимо использовать, чтобы подготовить материал к публикации. Сделайте правку в вашем экземпляре, учитывая жанровую специфику текста.

**БЫТЬ ЗДОРОВЫМ - ЭТО ПРОСТО!**

Предвидеть проблему лучше, чем бороться с ней - это известно всем. В самом деле, кто же станет спорить, что чистить зубы намного проще и лучше, чем потом лечить их.

Современный ритм жизни приводит к тому, что мы все чаще и чаще подвергаемся стрессам, недосыпаем, быстро устает и из-за бесконечной нехватки времени питаемся кое-как. Мы даже не можем себе позволить толком поболеть. Планы, встречи, переговоры - все расписано не по часам, а по минутам. Состояние вечного цейтнота хорошо знакомо многим.

Приезжаешь домой поздно, мысленно прокручиваешь весь день, заново оцениваешь произошедшие события и понимаешь, что нужно хоть немного еще поработать. Ложишься далеко за полночь, а утром с трудом поднимаешься от жуткой трели будильника. Наспех выпив чашку кофе, вновь бежишь на работу. Итак, изо дня в день. Кто же в силах выдержать эту гонку? Какой организм не даст сбой и не напомнит хозяину, что с ним нужно обращаться бережно?

Тут же начнет шалить сердце, запрыгает давление и произойдут прочие весьма неприятные вещи. Но первые признаки нездоровья, безусловно, будут на лице. Потускнеет цвет кожи, появятся морщины и мешки под глазами. Это не обрадует и мужчин, которые сегодня все более и более ответственно подходят к своему внешнему виду. А уж для многих женщин и вовсе явится катастрофой.

Вот и задумываешься о том, а есть ли на свете средство, способное помочь нам, которое могло бы одновременно и по-

Глава 7. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации

высить иммунитет организма, и действовать как витамины, но при этом не вызывать побочных эффектов? Представьте себе - такой препарат есть! Это - **ВОБЭНЗИМ**. В Европе его применяют уже более тридцати лет. Препарат состоит из натуральных высокоактивных энзимов. А энзимы основа жизни. Благодаря им осуществляются и ускоряются процессы жизнеобеспечения организма, которые восстанавливают наши защитные силы. Наш организм часто производит недостаточно собственных ферментов, чтобы противостоять ежедневным нагрузкам.

Принимая **ВОБЭНЗИМ**, можно не только предотвратить многие болезни, но и значительно замедлить процесс старения.

Для профилактического курса вполне подойдет упаковка в 200 таблеток **ВОБЭНЗИМА**. Она же будет полезна при большинстве заболеваний. Это могут быть частые простуды, заболевания легких суставов, женские болезни, болезни мужчин и другие. Для лечения серьезных состояний, например, длительных хронических заболеваний, тяжелых инфекций, травм и прочих — скорее всего понадобятся 2-3 такие упаковки или одна упаковка по 800 драже. Приобрести их сегодня можно практически в любой аптеке без рецепта.

**Продли  
активные годы жизни!**

Москва (095)1143907  
С-Петербург <812>3159585^

*Для справки: энзимы — это то же, что и ферменты. Ферменты — вещества белковой природы, присутствующие во всех живых клетках животных, растений и микроорганизмов, направляющие, регулирующие и многократно ускоряющие биологические процессы в них; играют важнейшую роль в обмене веществ.*

*Синонимы: энзимы, катализаторы.*

Задание № 2. Грамотно охарактеризуйте каждую логическую ошибку: а) какой закон логики или какое правило

Практикум

определения/классификации понятия нарушено; б) является ли алогизм дистантным или контактным. Обратите внимание, что не любое отступление от логики может быть исправлено редактором. В некоторых случаях снять алогичность без вмешательства автора нельзя.

А. Какие законы логики и какие правила операции с понятиями нарушены в следующих фрагментах из текстов СМИ. Исправьте ошибку, если это возможно.

**АПОКАЛИПСИС НЕ СОСТОЯЛСЯ**

*Вчера мы пережили очередной конец света  
Ровно в 12.00 произошло необычное небесное явление — так называемый парад планет*

Парад планет — явление чисто оптическое, и происходит оно довольно часто — в среднем раз в пять лет. Особенностью парада в этом году было то, что в нем «участвовали» не только Земля, Меркурий, Венера, Марс, Сатурн и Юпитер, но и «звезда по имени Солнце». Все они, по сути, выстроились в одну линию (возможные отклонения — не более 12 градусов). В Пулковской обсерватории считают, что на здоровье и жизненную активность людей данное явление никак не влияет.

**ЖИВИ, РАДУЙ ДУБЛЕНКАМИ!**

Власти города Тутаево (Ярославская область) предпринимают меры для спасения местной, но знаменитой породы романовских овец — породы, которая в очередной раз на грани исчезновения из-за низких закупочных цен.

Поэтому решено выделять за каждую овцу из местного бюджета 14 тысяч рублей дотации тем, кто до конца года сохранит поголовье.

#### **КОМУ МЕШАЛА МОЙВА?**

Активное участие, наряду с МБР и таможней, в операции «Трал» по пресечению контрабандного вывоза сырья, цветных металлов, дефицитных товаров в бывшие союзные республики Балтии принимала и транспортная милиция. В результате слаженных действий правоохранительных органов Россия вернула в госказну более 10 миллионов рублей. В рамках этой операции на территории северо-западной части РФ, только ? Новгородской области, было проверено 5125 автотранспортных единиц и в ходе широкомасштабного рейда пресечены попытки незаконного вывоза, изъято материальных ценностей на четыре миллиона рублей, и лидировали при проверке на дорогах в этом списке расхищаемого, конечно же, металлы, общей стоимостью что-то в районе Трех с половиной миллионов. Задержаны были и партии рыбопродуктов, которыми славился некогда этот край. Дары озер и рек пытались вывезти на сумму свыше 900 тысяч рублей. Теперь в новгородских гастрономах выбор невиданный за последнее время — от мойвы до тресковой печени.

#### **ЧЕЛОВЕК ВЗЯЛ БУЙВОЛА ЗА РОГА**

**Буйвол — самое опасное африканское животное. Сразить эту махину весом около тонны чрезвычайно трудно — основания сросшихся рогов образуют надежную пуленепробиваемую броню. Вот именно за эти рога и попытался удержать разъяренного буйвола безоружный житель деревни Кибусу на западе Кении.**

Рано утром он провожал сына в школу, но вне-

Практикум

запно путь им преградил огромный буйвол. Бежать было поздно. Чтобы задержать животного, отец схватил его за рога. Поединок закончился вничью. Буйвол, не ожидавший такой «наглости» со стороны человека, предпочел ретироваться. Герой, которого кенийское радио называет просто Рубен, сейчас находится на излечении от многочисленных ушибов и ударов в районной больнице.

\* \* \*

Игры бывают всякие и для всяких. Вот, например, детские игры делятся по возрастам: для младшего, дошкольного, среднего, старшего возраста. Игры для взрослых также бывают разные и для разных. Азартные, например, это не хорошие игры, и играют в них люди, в основном, нехорошие. Ну, в футбол, например, наши играть не умеют, и говорить об этой игре не стоит. Шахматы — это игра положительная, играют в нее люди способные, положительные. Много, одним словом, игр для взрослых.

Б. Прочитайте текст и оцените логику изложения в нем, а также соответствие рубрики, заголовка, вводки содержанию материала. Перечислите все типы логических ошибок, которые вам удастся зафиксировать.

• *К юбилею Санкт-Петербурга*  
**ДОСТИЖЕНИЯ В ТЕХНИКЕ ПЕТЕРБУРЖЦЕВ  
СТАЛИ ВЕХАМИ МИРОВОЙ ИСТОРИИ**

Запад определился и четко отстаивает свои приоритеты в различных отраслях бизнеса, науки, экономики. Петербург тоже имеет свои приоритеты.

Он не только «колыбель трех революций», а и генератор многих идей и свершений, определивших развитие XX века.

Приоритет петербургских изобретателей и ученых зафиксирован в лучшем случае на страницах исторических книг. Тогда как даже маленькая Норвегия заботится о том, чтобы мир знал, кто дал миру сырорезку, ставя особое клеймо на каждый такой предмет

**Рождено в Петербурге, внедрено на Западе**

Мечта о ледокольном флоте, как мечта о крыльях, была присуща Петербургу всегда. Первые попытки учреждения «Общества для заведения двойных паромных переходов с ледокольно-пильным механизмом» осуществлены еще в 1836 г., когда в Европе о ледоколах никто не помышлял. Правда, первые попытки успехом не увенчались.

Тем не менее первый в мире ледокол построен именно в Кронштадте. Кронштадский купец и судовладелец Михаил Бритнев в 1864 г. на свой страх и риск перестроил в ледокол сво<sup>а</sup> буксир «Пайлот» — по чертежам неизвестного изобретателя. Вскоре он построил новый ледокол — «Бой». Однако практического применения ледоколы в хозяйстве кронштадского купца не нашли, и Михаил Бритнев продал чертежи своего судна немцам — за 300 руб. По этим чертежам в Гамбурге в 1871 г. был построен первый немецкий ледокол.

Торговцы и купцы не часто интересовались изобретениями русских самородков. В начале XX в. они активно искали и внедряли новшества, которые увеличивали производственные мощности.

Практикум

Так, торговец, а затем промышленник Яков Айваз приобрел в собственность патент Г Куркевича на папиросно-набивные машины и стал выпускать их на своем машиностроительном заводе.

В 1911 г. завод Айваза преобразован в акционерное общество, в 1913 г на заводе создано отделение электрических ламп, впоследствии известное как объединение «Светлана».

Задание № 3. Проанализируйте и исправьте контактные алогизмы в данных ниже фрагментах из текстов СМИ. Для работы используйте *образец комментария* и *вариант правки*.

**Пример.** Как только экономика и социальная сфера претерпевают период разрухи - так сразу на свет Божий вылезают разного рода убийцы и грабители, которые начинают буквально терроризировать общество. Но в таком случае - какая же война прогремела в России в последние годы?

*Образец комментария.* Нарушение одного из законов логики — закона тождества; всякая мысль в процессе изложения должна быть равна самой себе. В тексте произошла подмена предмета изложения: начав с темы *период разрухи в экономике и в социальной сфере*, журналист подменяет ее другой — *темой войны*. Чтобы исправить такой текст, надо восстановить пропущенный фрагмент. Кроме того, между частями сложноподчиненного первого предложения должна быть запятая, а не тире.

• *Вариант правки: Как только экономика и социальная сфера претерпевают период разрухи, так сразу на свет Божий вылезают разного рода убийцы и грабители, которые начинают буквально терроризировать общество. Например, после войны у нас был период разрухи. Но в таком случае — какая же война прогремела в России в последние годы?*

Глава 7. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации

1. Тюльпанов со товарищи, напротив, с радостью был готов поделиться с политическими противниками одним из вице-спикерских кресел, но ни при каких обстоятельствах не собирался отдавать Бюджетно-финансовый комитет. Именно этот пост стал камнем преткновения на многочисленных закулисных переговорах.

2. Летом про Яника все забывали — он исчезал и кормился лесными дарами: цветы, ягоды, грибы — все это продавал подешевке, на водку хватало, потом опять шел в лес...

3. Более того, образно говоря, умея вылечить левую руку, врач не знает, что делать с правой.

4. Для американцев, упирающих на свое стремление нести идеалы демократии по свету, поездка в Санкт-Петербург сейчас - это шанс своими глазами увидеть быстрое движение к этой цели.

5. Отличительная особенность кинофорума, а он такой единственный в стране, состоит в том, что его программа целиком и полностью составлена из отечественных кинолент.

6. Кажется, Валерий Абисалович воплощает тип вечного дирижера. Над этим стоит задуматься - ведь его юбилей совпал ни много ни мало с 300-летним юбилеем Петербурга.

7. Вот мы и решили, что совсем не худо освежить в памяти, хотя бы слегка, некоторые проблемы нашей с вами безопасности. Тем более что за последние годы актуальность этой темы только выросла.

Задание № 4. Отрактируйте материал, учитывая его жанровую природу. Особое внимание обратите на редактирование функционально-смысловых типов речи, которыми пользуется автор. Проследите за верностью подачи собственных имен, участвующих в формировании фактической точности газетного текста.

**100-ЛЕТНИЙ ЮБИЛЕЙ  
КЛИНИКИ ПЕРВИЧНЫХ БОЛЕЗНЕЙ ВМА**

Каков был Петр! Даже реальное становление медицины связывают с его именем. По его велению в 1715 и 1717 годах в Санкт-Петербурге были основаны Сухопутный и Адмиралтейский госпитали. После официального учреждения уже императором Павлом I в декабре 1798 года Медико-хирургической Академии эти госпитали вошли в ее состав как основные клинические базы. С момента образования МХА указывалось на необходимость иметь «несколько мест для умалишенных, дав право профессорам выбирать в Обуховской больнице более интересных больных, для вразумления учащихся, объясняя им припадки и лечение их». И наконец, в 1897 году состоялось открытие самостоятельной клиники нервных болезней. Она была рассчитана на 20 коек и соответствовала лучшим европейским стандартам.

И вот сегодня нас, сотрудников СМИ, пригласили на торжественный вечер, посвященный уже 100-летию юбилею клиники.

Клуб Военно-медицинской Академии, где и проходило торжество, оказался уже переполнен. Естественно, много людей в офицерских мундирах всех родов войск, курсанты. Но у всех есть одна общая деталь — эмблема со змеей в петлицах. Неожиданно рядом со мной какой-то гражданский тип напал на двух солидных полковников. Но те не стали защищаться, а, в свою очередь, напододали нападавшему. Подхожу. Знакомимся. Оказывается, что на сотрудников кафедры нервных болезней доцента Алексея Кузнецова и профессора Антона Колесниченко напал сорокалетний пенсионер — Дмитрий Жамьянов. Пахнуло хорошим коньячком. Все присутствующие выпили в честь праздника, разговорились. Оказалось, что дружба этих людей длится уже 10 лет, с тех пор, как здесь учился в ординатуре Дмитрий Жамьянов. Он служил в погранвойсках, работал в главном госпитале пограничной службы в Москве, два года служил в Афганистане. Выполняя свой врачебный

*Глава 1. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации*

долг, заразился, отчего и был демобилизован из армии по состоянию здоровья. Другим было что вспомнить, а я направился в зал, близилось начало торжественного заседания.

Не только военные пришли сюда сегодня. Вся медицинская общественность города собралась здесь, чтобы поздравить юбиляров. Это и представители вузов, и научно-исследовательских институтов, и больниц. В тот же миг я увидел старую знакомую. Это на первом ряду скромно оглядывала соседей наше без преувеличения «светило» в области психиатрии академик Наталья Петровна Бехтерева. Это она впервые в мире осуществила прямой контакт с мозгом при клиническом применении имплантированных в мозг электродов. Дальнейшее изучение мозговой организации мышления с помощью неинвазивной техники (позитронно-эмиссионной топографии, однофотонной эмиссионной компьютеризованной топографии и др.) позволило изучить такие аспекты деятельности человека, как мозговая организация логики, воображения, творчества.

Было установлено, что осуществление одной и той же деятельности управляется не обязательно одной и той же мозговой системой, а пространственно различающимися участками мозга. К примеру для восстановления утраченной в результате травмы или сосудистого процесса речи врачи проводят искусственную активацию других участков мозга электро- или магнитостимуляторами.

Но мы отвлеклись. Начался праздничный вечер. Наталья Петровна не смогла сдерживать слезы. Она поблагодарила всех участников церемонии за «на редкость хорошие и теплые слова о своем дяде — Владимире Михайловиче Бехтереве». Это именно он основал клинику нервных болезней и определил развитие нации на целые столетия вперед. Все горячо приветствовали и правнука Владимира Михайловича — директора Института мозга человека Святослава Медведева. Летом здесь, в Военно-медицинской Академии, проходил 33 Всемирный конгресс физиологов. На нем встретились два Нобелевских лауреата — кана-

Практикум

дец М. I. Pozner и англичанин Р. Е. Proland — с Медведевым. Они наметили пути решения вопроса о мозговом коде мыслительных процессов. Его расшифровка или отрицание — награда сегодняшнему молодому поколению ученых. Ведь если выяснится, что ничего в мозгу не подлежит структуре нашего думания, тогда какова в этом думании роль мозга? Только как роль теории для каких-то других, не подчиняющихся мозговым закономерностям процессов?

Что это я все отвлекаюсь... На сцене уже появились артисты. Тут и самодеятельность, и детские ансамбли. Традиционно для Академии привезли поздравления артисты БДТ. Сегодня это Светлана Крюкова и Г. А. Штиль. Георгий Антонович заметил, что зарплата у врачей и артистов всегда была одинаково нищенская. Но Светлана подхватила разговор и рассказала, как часто ее «вытаскивали» эти самые врачи, которые сегодня сидят

в зале. Но, невзирая на все тяготы, они всегда приходили на помощь и лечили не только делом, но и теплым участливым словом. Она сказала, что «врачи лечат тело, а артисты душу. Но здесь клиника нервных болезней, значит, эти врачи еще и артисты».

Душой вечера, несомненно, был начальник кафедры и клиници нервного заболевания главный невропатолог Минобороны РФ профессор полковник Мирослав Одинак. Он подчеркнул, что клиника является кузницей кадров, научным центром и лечебным учреждением не только для военных, но и для всех жителей Петербурга. Сегодня уже становится тривиальным и неприличным сетовать на трудности переживаемого периода. Поэтому сотрудники клиники сейчас стараются следовать мудрому совету В. М. Бехтерева: «На переломе истории нельзя стоять на перепутье и ждать. Нужна воля к действию, к сознательной работе...»

Задание №5. Отредактируйте композицию текста, обратив особое внимание на сильные позиции (заголовок, подзаголовок, вводка, зачин, внутритекстовые подзаголовки, концовка). Оцените с точки зрения фактической точности

способы подачи названий фирм и предложите варианты исправления, если считаете, что это необходимо сделать.

**PHILIP MORRIS: СИГАРЕТЫ, КОФЕ...**

*Kraft Foods затеяла стройку в Ленобласти*

**Кофейный магнат в регионе**

В 1995 году концерн Kraft Foods приобрел 98,8 % акций кондитерской фабрики им. Самойлова. После этого фабрику переименовали в «Крафт Якобе Сушар Петроконф». Она работала достаточно успешно, но в конце 1998 года американская компания приняла решение продать ее ОАО «Московская кондитерская фабрика „Красный Октябрь»». По официальной версии, выпускаемая на «Петроконфе» продукция не соответствовала основному виду деятельности американской компании. По данным «ДП», за несколько лет американцы вложили в развитие петербургского производства около

Ленобласть становится стартовой площадкой для экспансии американского бизнеса. Рядом с табачной фабрикой в Горелове Ломоносовского района будет построена фабрика по упаковке растворимого кофе.

Сегодня между правительством Ленинградской Области и компанией Kraft Foods будет подписан договор об аренде 10 га земли под строительство фабрики по упаковке растворимого кофе. Инвестиции в проект фабрики, которая должна быть сдана уже в начале осени этого года, составят около \$10 млн.

Компания ведет отбор среди российских производителей стеклянных банок и этикеток. Ранее компания заявляла, что стройка начнется в середине декабря 1999 года. По ряду технических при-

Практикум

чин оформление затянулось. Производственная мощность нового предприятия составит до 5000 тонн кофейной продукции в год.

На первом этапе в Гьрелово Ломоносовского района будет осуществляться упаковка растворимого кофе торговых марок Jacobs, Maxwell House, а также Jacobs Monagh, Jacobs Day&Night и других. В дальнейшем, возможно, здесь будут упаковываться и кофе других брендов компании (их около 70). Готовый кофе для производства Jacobs будет поставляться из Бремена, а Maxwell House — из Великобритании. Сбыт кофе, упакованного в Ленобласти, будет осуществляться в России и странах СНГ. В зависимости от успешного бизнеса ООО «Крафт Фудс» в Ленобласти на новой фабрике планируется установить линию по переработке кофейных зерен и увеличить мощность производства по упаковке. На предприятии будет работать 70-75 человек.

**Philip Morris&Kraft&JleM^acTb**

До того как было принято окончательное решение о строительстве в Ленобласти, инвесторы «прошерстили» около 40 производственных площадок в области. В промзоне Горелово, неподалеку от выбранной площадки, находится фабрика по производству сигарет ЗАО «Филипп Моррис Ижора», введенная в строй в марте 2000 года. Kraft Foods является подразделением табачной компании. Кофейная фабрика частично будет пользоваться инженерными коммуникациями, проложенными при строительстве «Филипп Моррис Ижора».

**Разработчик на месте**

Генеральным подрядчиком проекта стала турецкая компания «Сояк Интернационал». Инжинирингом проекта занималась американская фирма

Глава 7. Общие вопросы редактирования текстов массовой коммуникации

«Локвуд Грин Инт». На счету престижной американской проектировочной фирмы — объекты в России таких компаний, как «Проктер энд Гэмбл», «Пепси Кола», «Колгейт», «Нестле», «Людвиг шоколаде» (Германия), «Мерлони» (Италия), «Молинос», и других международных компаний и концернов.

**СПРАВКА** ООО «Крафт Фудс» является подразделением компании Kraft Foods International Group, оборот которой составляет \$9 млрд в год. Продажа продукции осуществляется в более чем 100 стран мира. Основные виды продукции: кофе, сыры, кондитерские и бакалейные изделия. Всего в подразделениях группы занято около 27.000 человек.

• **Литература**

*Жолковский А. О редакторах // Знамя, 1996. № 2.*

*Ивин А. А. Логика. - М., 1996.*

*Ивин А. А. Практическая логика: задачи и упражнения. — М., 1996.*

*Майдашова Л. М. Критика речи и литературное редактирование: Учебно-методическое пособие для студентов факультетов журналистики. — Екатеринбург. 2001.*

*Маслов П. И. Техника работы с цифрами. — М., 1977.*

*Мучник Б. С. Человек и текст (любое издание).*

*Накорлкова К. М. Литературное редактирование. — М., 1994.*

*Рахманин Л. В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов. — М., 1997.*

*Свинцов В. И. Теория редактирования и формальная логика. - М., 1968.*

*Свинцов В. И. Смысловый анализ и обработка текста. — М., 1979.*

## Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование

В практике редактирования особую важность представляет понимание редактором содержания целого текста и оценка таких его признаков, как целостность и связность, о которых шла речь выше и которые имеют прямое отношение к организации текста как законченного речетворческого произведения. Редактор, разбираясь в тексте, одновременно производит две операции: пытается определить, о чем хотел сказать автор, и решает, адекватен ли результат его деятельности (текст) замыслу. На этом этапе процесс редактирования позволяет установить не столько то, соответствует ли содержание реальному положению дел, сколько то, отвечает ли данный текст замыслу автора, реализует ли его. Понять текст — это прежде всего выяснить, *что* стало темой материала, *что* сообщается об этой теме, *что* становится основой аргументации, соответствует ли аргументация авторской концепции, *какие выводы* делает автор из изложенного в материале, адекватны ли они представленному материалу или «подставлены», притянуты, надуманы, случайны.

Поиски приемов эффективного анализа содержания текста привели лингвистов и психологов к составлению оригинальной методики по выделению в тексте *смысловой структуры*. В основе этой методики лежит подход к тексту как к иерархии коммуникативных программ. Смысловая структура текста позволяет членить содержание на «информационно-смысловые блоки, исходя из степени их значимости для предполагаемого адресата сообщения, одновременно с этим давая возможность <.. > доводить от-

Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование

дельные из них до эталонного (т. е. оптимального) состояния и надежно оценивать интерпретации текстов информантами».<sup>9</sup>

Смысловая структура текста представляет собой его своеобразный логический каркас, который показывает направление развития темы, определяет соотношение между аналитическими, событийными, описательными, оценочными компонентами текста.

Методика вычленения смысловой структуры основана на подходе к тексту как к некоторой системе элементов, функционально объединенных в целое общей концепцией. Эта концепция может и не иметь словесного выражения, но она всегда присутствует в тексте и может быть сформулирована редактором, читателем. Если авторской концепции нет, если она неясная, расплывчатая, если она логически не соотносится с остальным изложением, то текст признается дефектным и требует либо переделки, либо редактирования.

В основе текста лежит его основная мысль (*сокращенно* ОМ). Основная мысль формулируется двусоставным предложением и состоит из темы материала (*то, о чем говорится в тексте*) и ее признака (*то, что сообщается об этой теме*). Так работает и наше сознание: когда мы хотим о чем-либо рассказать, то сначала выделяем предмет нашего рассказа, а потом сообщаем тот признак, который будет развит в процессе коммуникации.

Следующие далее компоненты смысловой структуры обосновывают, конкретизируют основную мысль. Это происходит за счет сообщения новой информации о признаке основной мысли. Таким образом выстраивается целая цепочка — система констатирующих тезисов (*сокращенно*

<sup>9</sup> Дридзе Т.М. Текст как иерархия коммуникативных программ (информативно-целевой подход) // Смысловое восприятие речевого сообщения. - М., 1976. - С. 48.

КТЛ — скрепляющая содержание и одновременно «продвигающая» его. Констатирующие тезисы сохраняют «модель» нашей мысли: выделение темы и приписывание ей признака. Но темой каждого констатирующего тезиса остается признак основной мысли. Так осуществляется последовательность (связность) изложения.

Чем глубже автор пытается раскрыть основную мысль, всесторонне ее обосновать, тем более развернута система констатирующих тезисов. Примем каждый из тезисов тоже может получать разъяснение. Это выражается системой развивающих тезисов (*сокращенно РТ*). Развивающие тезисы повторяют модель «тема + признак». Причем темой в них становится признак того констатирующего тезиса, к которому они относятся.

Итог авторских размышлений выражает аналитическая оценка ситуации (*сокращенно АОЛ Q<sup>на</sup>* содержит оценочные компоненты по поводу изложенного в тексте. Наличие ее в аналитических жанрах СМ И обязательно, в информационных текстах, в пресс-релизе и в рекламе она факультативна.

*Система констатирующих, развивающих тезисов и аналитическая оценка ситуации представляет концептуальную часть текста и содержит основные элементы общего содержания. Обычно она называется логическая схема текста.*

Кроме основных элементов общего содержания, в тексте возможно (а для текстов СМ И обязательно!) наличие второстепенных элементов содержания — иллюстраций к констатирующим и развивающим тезисам (*сокращенно ИЛ*). Иллюстративный материал — это фактические данные, обосновывающие истинность концепции, ее документальную основу. Иллюстрации содержат информацию о событии, его участниках, описание места действия, цитаты, цифры, справочный материал, имена лиц, географичес-

Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование

кие названия, даты, наименования учреждений и т. п. К второстепенным элементам общего содержания относится и *фон* к теме сообщения. Это факультативный компонент. Чаще всего это материал ассоциативного плана, очень субъективный, объясняющий, что побудило автора обратиться к этой теме. Хотя фон и завершает схематический план текста — его смысловую структуру, — в материале он располагается, как правило, в начале изложения.

Реальное заполнение смысловой структуры тезисами и иллюстрациями зависит от жанрового решения материала: в информационной заметке — это один/два тезиса и соответствующие им иллюстрации, в статье — это система констатирующих и развивающих тезисов, способствующая глубине раскрытия темы. Характер иллюстраций в очерке будет несколько иным, чем, например, в корреспонденции: в очерке возможно введение образных фрагментов, ассоциативно связанных с какими-либо авторскими рассуждениями, в корреспонденции будут использоваться подчеркнута конкретные, деловые иллюстрации (цифры, документы и т. п.).

Модель смысловой структуры можно изобразить следующим образом:

*Основная мысль текста (ОМ): тема 4- признак*  
*Основные элементы общей Второстепенные элементы*  
*содержания (логическая схема) общего содержания*  
КТ 1: тема (= признаку ОМ) 4- признак ИЛ: к КТ 1  
РТ 7: тема (= признаку КТ1) 4- признак ИЛ: к РТ 1  
РТ2: тема (= признаку КТ1) 4- признак ИЛ: к РТ 2  
КТ 2: тема (^признаку ОМ) 4 признак ИЛ: к КТ 2

*Аналитическая оценка ситуации Фон к теме сообщения*

Схема показывает, как развивается основная мысль текста, обеспечивая целостность и связность изложения. В хорошем тексте, это важно подчеркнуть, признак основной мысли становится темой каждого констатирующего тезиса, а признак констатирующего тезиса — темой каж-

дого развивающего, его тезиса. Истинность (обоснованность) высказываемых положений обеспечивается иллюстративным материалом.

Элементы смысловой структуры текста могут быть прямо выражены в тексте — *эксплицитный способ выражения*, но могут быть уведены в подтекст — *имплицитный способ*. Кроме того, смысловая структура может, с точки зрения композиции материала, располагаться в тексте нейтрально, т. е. в той последовательности, в которой она представлена в нашем анализе. Но возможно и ее экспрессивное размещение. Допустим, текст начинается с аналитической оценки ситуации или в начало материала выносятся одна из иллюстраций, которая формирует для читателя текстовые эффекты обманутого ожидания или напряжения и «провоцирует» его продолжить чтение. Рассмотрим действие этой методики в конкретном тексте.

#### **КЛИНТОН И БЛЭР ВВЯЗАЛИСЬ В БИОЛОГИЧЕСКИЙ СПОР**

Вокруг самой грандиозной международной общественной научной программы «Геном человека» разгорелся жесточайший скандал. Спор идет между частной компанией Celera Genomics и международной общественной организацией HUGO (Human genome organisation), которые параллельно занимаются расшифровкой человеческого генома.

Расшифровка генетической памяти, заключенной в спиральных ДНК, сулит человеку немислимые плюсы, о которых прежде оно могло мечтать лишь в сказках. Первый шаг к Золотому веку — завершение программы «Геном человека», в которой задействовано более полутора тысяч виднейших биологов мира, в том числе около семидесяти российских, — будет сделан предположительно уже в ближайшие годы. Только компания «Селера» обещает завершить работы уже в следующем году, а общественные некоммерчес-

Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование

кие лаборатории — на два года позже.

Суть спора проста: бизнес хочет запатентовать и со всего снимать свои дивиденды. Общество, напротив, — сделать Книгу текстов человеческой ДНК доступной и бесплатной для всего мира.

Скандал разрастается, входят самые разные компроматы, публикуются конфиденциальные письма, противники публично обвиняют друг друга в самых разных грехах, среди которых самые безобидные «тупость» и «преступное небрежение»... На прошлой неделе произошло немыслимое — в научный спор вклинились президент США Билл Клинтон и британский премьер-министр Тони Блэр. Оба поддержали HUGO и заявили, что патентовать можно только

вновь открытые лекарства, но не вновь открытые гены.

Они безусловно правы — иначе пришлось бы признать, что Ньютон должен был бы продавать свои законы на рынке, а Архимеду, когда он, взбудораженный великим открытием, выскочил из ванны, не следовало бы с криками «Эврика!» бегать голому по улицам, а нужно было немедленно связываться с чиновником из древнегреческого патентного бюро.

На следующий же день после того как главы правительства ввязались в научный диспут, акции «Селеры» упали на 23 процента, и теперь не известно, сможет ли компания исполнить свое обещание и закончить расшифровку человеческого генома в следующем году.

Попробуем сначала выделить основную мысль. О чем этот текст? О международной научной программе «Геном человека», занимающейся расшифровкой человеческого генома. Что сообщается об этой программе? Что она вызывает горячие споры у тех, кто имеет к ней отношение. Это и становится признаком основной мысли. В каждом последующем фрагменте изложения комментируется содержание этих споров, т. е. динамика текста обеспечивается развитием признака основной мысли. Сначала сообщается, что эти споры вызваны тем, что завершение работы над программой даст человечеству ценную информацию. Далее, что

*Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование*

споры связаны с коммерческим и некоммерческим использованием результатов программы. Затем, что эти споры обострились из-за вмешательства президента США Билла Клинтона и британского премьер-министра Тони Блэра, которые поддерживают некоммерческое использование результатов программы. Отметим, что этот признак получает в тексте развитие: поддержка первых лиц США и Великобритании ослабила позиции частной компании, занимающейся расшифровкой человеческого генома. Есть ли в тексте еще компоненты, раскрывающие основную мысль? Только аналитическая оценка ситуации: вмешательство первых лиц государства способно повлиять даже на ход научных исследований. Прямо эта мысль не выражена, но она проглядывает в подтексте.

Выделив концептуальную часть текста, мы можем проанализировать имеющийся иллюстративный материал (факты, цитаты, имена собственные — второстепенные элементы общего содержания) и оценить, насколько автор убедительно, аргументированно обосновывает свою концепцию.

Схематично наш анализ текста можно представить так:

*Основная мысль:* международная научная программа «Геном человека», занимающаяся расшифровкой человеческого генома, вызывает споры среди тех, кто имеет к ней отношение.

*Основные элементы  
общего содержания*

КТ 1: Программа вызывает споры, так как ее завершение даст человечеству ценную информацию.

КТ 2: Программа вызывает споры, связанные с коммерческим и некоммерческим

*Второстепенные элементы  
общего содержания*

ИЛ к КТ 1: Почти весь второй абзац о «шаге к Золотому веку».

ИЛ к КТ 2: 3 и начало 4 абзаца о позициях сторон, о характере аргументов.

Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование

использованием результатов исследования.

КТ 3: Эти споры обострились из-за вмешательства президента США и премьер-министра Великобритании.

РТ к КТ 3: поддержка первых лиц ослабила позиции частной компании.

АО: вмешательство первых лиц государства способно повлиять на ход исследования.

ИЛ к КТ 3: конец 4 и 5 абзац, параллели с Ньютоном и Архимедом.

ИЛ к РТ: 6 абзац о падении акций частной компании.

ФОН к теме сообщения отсутствует.

Схема отчетливо показывает, что автор последовательно развивает свою мысль, комментируя ее и приводя соответствующий фактический материал. Следовательно, вмешательство редактора в смысловую структуру текста не требуется.

Проанализируем еще один материал.

**ТРУДНО СТАТЬ БАНКРОТОМ**

*Восемь частных магазинов попали в предварительный список банкротов, подготовленный экспертами правительства столицы.*

Мэр Лужков продолжает настаивать на том, чтобы самые плохие магазины были выставлены на аукцион и обрели более рачительных хозяев. В разгар овощной кампании хозяйства-поставщики вспомнили о выданных магазинам Москвы еще зимой или

весной кредитных партиях товара. Суммы долгов исчисляются десятками миллионов. Но вместо того чтобы, следуя закону о банкротстве, сразу обратиться в суд, директора по старинке решили взывать к совести должников сверху: начали действовать через мэрию.

Однако, как пояснили корреспонденту «МН» в департаменте потребительского рынка и услуг Москвы, не-

Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование

смотря на гигантские суммы задолженностей, правительство не вправе объявлять какие-либо магазины банкротами. По закону, если кредитор не получил свои деньги в течение трех месяцев, он вправе потребовать срочной выплаты долга в течение недели. И только после его обращения в суд должник считается банкротом. Тем не менее, сотрудники департамента организовали проверку финансово-экономической документации, а также соблюдения условий приватизации указанных в «черном» списке магазинов.

Приехав вместе с экспертами департамента в овощной, что на Ленинградском рынке, корреспондент «МН» воочию убедился в справедливости претензий совхоза «Московский», который более трех месяцев терпеливо ждал возвращения 7-миллионного долга. Но, несмотря на это, в отчете слово «банкрот» не употребляется. По закону, даже такого рода задолженности все еще рассматриваются как текущие.

В «черном» списке департамента пока всего 8 столичных магазинов — кандидатов в

банкроты. Однако сколько их на самом деле, не знает никто. Равно как и хороших. Известно только, что в реестр лучших предприятий столичного рынка, который тоже хранится в мэрии, вошли 22 приватизированные фирмы. Есть среди прочих и магазины.

Директор универсама на Ярославском шоссе Алексей Смирнов быть должником не любит: боясь потерять уважаемых поставщиков, он может задержать платежи не более чем на 5 дней. Точность помогла создать имя: с магазинами сотрудничают инофирмы. Из Испании сюда направляют более 20 видов колбасных изделий; отсутствие посредников позволило снизить цену почти в два раза по сравнению с центральными универсамами столицы. Вот-вот появятся на прилавках дюжина наименований сыров из Финляндии. В этот магазин приходят как на экскурсию. Не из-за цен (они здесь умеренные, на ^ процентов ниже, чем в центре города), а из-за обилия продуктов. Кроме того, обслуживают здесь, как в Европе: сыр и колбасу нарезают и взвешивают специальный аппарат, про-

*Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование*

давщицы улыбаются. Потому что у магазина хороший хозяин — коллектив единомышленников. Узнать, каких в Москве больше хозяев — хороших или плохих, должна, вероятно, помочь начатая мэрией всеобщая перепись предприятий сферы потребления.

О чем этот текст? О магазинах-банкротах. Что о них сообщается? Что они стали объектом внимания мэрии Москвы, но во втором абзаце разъясняется, что банкротом предприятие может признать только суд, согласно существующему законодательству. Имеет ли право мэрия заниматься вопросами банкротства? Очевидна нечеткость, расплывчатость основной мысли. Это привело к нечеткости организации всех остальных содержательных элементов материала: предоставление кредитов, составление «черных» списков, проверка финансово-экономической документации и условий приватизации предприятий. Неорганизованными оказались и иллюстративные элементы: предварительный список банкротов, поездка в овощной магазин на Ленинградском рынке, реестр лучших предприятий, всеобщая перепись предприятий сферы потребления. Зарисовка об универсаме на Ярославском шоссе вообще выглядит как скрытая реклама, так как она не связана ни с одним из концептуальных компонентов текста. Аналитическая оценка ситуации, возможно, содержится в заголовке, но она размыта из-за употребления глагола «*стать*» (сам текст акцент переводит на «*быть признанным*»). Тем более, что в финальной части материала появляется другая оценка: не в отношении процедуры банкротства, а в отношении необходимости выяснения того, каких же хозяев (плохих или хороших) в Москве больше.

Работа по исправлению содержательных дефектов данного текста — это работа по корректировке его смысловой структуры. Представленный материал определяет страте-

*Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование*

гию редактирования: исправление концептуальной стороны изложения и отбор для нее соответствующих иллюстраций. В зависимости от того, какой станет основная мысль, будут выдвигаться и тезисы, развивающие ее.

Данное содержание может быть организовано по-разному:

**Текст №1**

ОМ: Согласно существующему законодательству только суд может признать предприятие банкротом.

КТ 1: Именно суд может помочь кредиторам получить деньги с должников.

РТ 1: В возмещении долгов на помощь мэрии рассчитывать нельзя, какой бы эффективной ни была работа соответствующего департамента правительства Москвы.

АО: Быть признанным банкротом на основании деятельности в этом направлении мэрии невозможно.

**Текст №2**

ОМ: Мэрия решила разобраться в вопросе о предприятиях-банкротах.

КТ 1: Это связано с тем, что кредиторы обращаются именно в мэрию.

КТ 2: Это привело к составлению мэрией списков предприятий-должников и образцово-показательных предприятий.

РТ1: Чтобы составить списки, эксперты департамента выезжают на предприятия, имеющие задолженности.

АО: Работа мэрии может помочь узнать, каких предприятий, хороших или плохих, больше, нагонит страх на должников, но признать предприятие банкротом может только суд.

Имеющийся в тексте иллюстративный материал легко распределить в соответствии со сформулированными выше тезисами, составляющими концепцию текста.

Техника выделения смысловой структуры позволяет не

*Глава 2. Смысловая структура текста и ее реактивация*

только установить, оценить, скорректировать связи между частями текста, но и прогнозировать восприятие читателем сообщения.

**• Задачи по теории**

I. Какими будут ваши действия, если вы, как редактор, анализируя смысловую структуру текста СМИ, обнаружите следующие дефекты:

1. В смысловой структуре отсутствуют иллюстрации к констатирующим тезисам.

*ИЛИ*

2. В смысловой структуре к одному из констатирующих тезисов дано несколько одноплановых иллюстраций.

*ИЛИ*

3. Констатирующие тезисы в смысловой структуре анализируемого газетного текста не связаны с признаком основной мысли.

*ИЛИ*

4. Один из констатирующих тезисов в смысловой структуре анализируемого газетного текста не связан с признаком основной мысли.

*ИЛИ*

5. В тексте имеются иллюстрации, которые не связаны ни с одним из тезисов.

*ИЛИ*

6. Заголовок материала связан лишь с одной из иллюстраций.

II. Проанализировав смысловую структуру текста СМИ, вы обнаружили дефекты, исправление которых требует вмешательства автора. Автор не знаком с терминами, которыми пользуетесь вы в своей редакторской практике. «Популяризируйте» для него изложенные вами в данном

письме замечания и просьбы, готовя рабочую рецензию к пересылке по электронной почте.

*Борис, с интересом и ужасом прочитал (прочитала) об очередном убийстве олигарха в нашем славном отечестве. Материал этот, конечно, нужен нашему изданию. Но постарайся найти время и кое-что подправить в своем тексте. Это надо сделать не для меня, пойми. А для нашего читателя, который платит за каждый номер и о котором кроме меня, редактора, заботиться больше никому. Да и твое имя должно вызывать у него доверие и уважение. Ведь ты наш постоянный и вполне почитаемый автор. Фон к теме сообщения, безусловно, интригующий. //jVj? Эдгара Аллана По и его знаменитый рассказ «Убийства на улице Морг» задает определенный стиль дальнейшего изложения, ?ю классический сюжет, который ты подробно и долго пересказываешь, опираясь на лексические средства литературно-художественного функционального стиля, слабо связан с концептуальной частью, выраженной в системе констатирующих и развивающих тезисов, и со стилем последующего изложения. Да, убийца в обоих случаях скрылся через окно (а мало ли таких случаев?), но наш-то «зверь» не орангутанг. Борис, ты не прав. Фон надо сокращать вообще или делать более лаконичным, т. е. проводить внутритекстовые сокращения этой части.*

*Ты хорошо владеешь материалом, но не отбираешь его, а выдаешь абсолютно все факты. В результате каждый констатирующий тезис оказывается перегруженным одинаковыми иллюстрациями. Посмотри внимательно: во фрагментах интервью со следователями и адвокатом те же самые иллюстрации, только поданные уже не как авторская речь, а как прямая речь героев.*

*Перечитай длинный шестой абзац. Изложенное в нем*

Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование

*вводит другую основную мысль, другие иллюстрации. Не о произошедшем событии (основная мысль твоего материала: убийство очередного олигарха — тема — на этот раз раскрыто по горячим следам — признак), а о том, что вопрос о земле (тема) стал основным для наших законодателей в минувшем году, до рассмотрения вопроса о программе защиты свидетелей дело не дошло (признак). Понимаешь, эта часть написана хорошо, но она не связана ни с последующим, ни с предыдущим изложением, она «ломает» жанр репортажа и «переводит» текст в жанр статьи. Это сбивает читателя. Может быть, об этом следует сказать в аналитической оценке ситуации, где ты пишешь о том, что мастерство следователя в работе со свидетелями не позволило делу стать очередным «глухарем». Но свидетели в дальнейшем нуждаются в защите.*

*Не тяни с ответом. Остаюсь, как всегда, твоим первым пристрастным читателем.*

• **Практикум**

Задание № 1. Составьте смысловую структуру текста и определите способ ее выражения (имплицитный или эксплицитный). Прокомментируйте ошибки в смысловой структуре, если они есть. Предложите стратегию редактирования, если текст нуждается в коррекции содержания.

*Возвращаясь к напечатанному*  
**НА КОРПОРАЦИЮ «ОТЕЛЬ» ПОДАЛИ В СУД**

Вчера стало известно, что жильцы дома, расположенного по соседству со стройкой, подали на застройщика — ЗАО «Корпорация „ОТЕЛЬ“» в суд.

Коллективный иск в Смоленский районный суд подали жильцы дома № 2 по Стремлянской улице (здание расположено в одном квартале со строящимся отелем).

Практикум

Причиной иска стало строительство трансформаторной подстанции (ТП) во дворе дома на Стремянной.

По мнению жильцов, возведение ТП противоречит всем медицинским и строительным нормам. «Мы протестуем не от праздного безделья, мы опасаемся за свое здоровье, — говорит Елизавета Волкова, жительница дома. — По всем нормативам трансформаторная подстанция должна располагаться на расстоянии не ближе 10 метров к жилому дому. Этот норматив нарушается. Нарушаются и другие правила — например, не соблюдаются меры безопасности при строительстве, которое ведется рядом с газовой магистралью». По словам Елизаветы Волковой, обращения в различные инстанции городской администрации эффекта не дали, «Нам пишут просто какие-то отписки», — сетует Елизавета Волкова.

Получить комментарий от руководства ЗАО «Корпорация „ОТЕЛЬ“» не удалось. Строительство гостиницы

на углу Владимирского и Невского проспектов находится под покровительством администрации города. На его закладке присутствовал губернатор Петербурга Владимир Яковлев. Дело в том, что корпорация «ОТЕЛЬ» за последние 5 лет стала первым инвестором, который решился вложить деньги в строительство отеля.

В состав ЗАО «Корпорация „ОТЕЛЬ“» входят Инвестиционный фонд «США — Россия», ЗАО «Москва — Америка», турецкая строительная компания UCGEN («Учхен») и известный оператор гостиничного бизнеса бельгийская фирма Radisson SAS.

Стоимость строительства гостиницы оценивается почти в \$30 млн. Половину необходимой суммы в виде кредита на 8 лет предоставил Европейский банк реконструкции и развития. Гарантии по нему выданы фирмами «Учхен» и Radisson.

Строительство гостиницы началось год назад, а завершиться должно к концу 2002 года.

Задание № 2. Составьте и проанализируйте смысловую структуру текста. Определите способ ее размещения (ней-

тральный или экспрессивный). На основании сделанного примите решение, нуждается ли текст в коррекции изложения.

#### КОРОЛЬ ЛИР ВСМЯТКУ

«Духи разрушения» вновь «набросились на голову седую» великого страдальца Лира. На сей раз они вступили в союз с редактором Энн Тоте, которая с помощью небольшого отряда художников-иллюстраторов совершила кощунственное нападение на старого короля и переселила его на страницы комикса. Король Лир в их исполнении похож то на пугающе уродливый воздушный шар, то на сердитое яйцо, влитое в горячий бульон, а его любимая дочь Корделия напоминает расплывчатую кляксу.

Энн Тоте задумала создать серию комиксов по трагедиям и комедиям Шекспира для тех читателей, кто не постиг этих произведений в школе, а теперь не прочь замаскировать свое незнание. Войско Тоте уже одолело не только «Короля Лира», но и «Отелло», «Макбета», расправилось с героями комедии «Двенадцатая ночь, или Что угодно». На очереди — работа над «Бурей», а затем Тоте примется за «Ве-

нецианского купца», которого она намерена переселить в нацистскую Германию.

К чести англичан, по признанию самой Тоте, коллеги буквально шарахаются от нее, узнав, чем она занимается. Однако не все так разборчивы, и комиксы Тоте уже можно найти на полках книжных магазинов Национального театра в Лондоне и Королевского шекспировского театра, а компания Би-би-си предлагает их в комплекте с видеокассетами «Отелло» и «Короля Лира»...

Увы, сфера влияния тех, кто смешивает божий дар с яичницей, пока еще весьма обширна, и воинствующее невежество активно вербует новобранцев в свою пошлую рать. Телекомментатор, взявший у Тоте интервью, спросил, пошла бы она на свидание с Шекспиром, «если бы старик Уилл был жив»? Она без колебаний ответила утвердительно. Комплексом неполноценности эта особа явно не страдает.

Практикум

Задание №3. Используя переведенный из англоязычной прессы текст (см. ниже текст для работы), подготовьте к публикации две информационные заметки: одну с событийной логической схемой, другую с описательной. Предложите заголовки, соответствующие способу подачи материала в каждом тексте.

*Справочный материал для выполнения задания:*

*В событийном тексте* ОМ выражается следующим образом; *произошло событие А*. Тезисы формулируются по схеме: *это произошло так; это привело к тому, что...* и т. п.

*В описательном тексте* ОМ представлена тезисом: *предмет (лицо, событие) А обладает признаком Б*. Тезисы раскрывают (описывают) выделенный признак. Например, *этот признак проявляется в том, что...; этот признак связан с тем, что...* и т. п.

*Заметка с событийной логической схемой:*

*Заметка с описательной логической схемой:*

**Виновата... птица**

Ухта. Это был обычный рейс тяжелого вертолета МИ-6 по маршруту Вуктыл — Ухта. Но вдруг тревожно вздрогнули стрелки приборов: в правом двигателе резко повысилась температура выходящих газов.

Командир В. Крючков дал команду срочно выключить поврежденный двигатель. Большегрузная машина, основательно заправленная горючим, буд-

**Холодильник в палатке**

Одесса, 9. Прямо в поле способен принять на хранение триста тонн огородной продукции «переносной» 'холодильник, созданный учеными Одесского технологического института холодильной промышленности.

Внешне новинка выглядит как обыкновенная палатка, только больших размеров. Но стоит включить компрессор, и палатка сразу же превращается в

Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование

то споткнувшись о воздух, продолжала полет на одном двигателе. Командир принял решение — выбрать оптимальный режим работы исправного двигателя и попытался дотянуть до базы. Спустя 20 минут машина благополучно приземлилась на родном аэродроме.

Установлено, что в полете сильным потоком встречного воздуха в правую турбину, словно в гигантский пылесос, затянуло пролетавшую поблизости птицу — выход горячим газам был перекрыт. Комиссия, разбравшая происшествие, пришла к единодушному мнению: в возникшей ситуации экипаж принял единственно правильное решение, проявил мужество, хладнокровие.

Текст для работы

«Хэмфри совершенно не виновен», — заявил бывший премьер-министр Великобритании Джон Мейджор.

Шестилетний Хэмфри — любимый черно-белый кот Джона Мейджора, который подозревается в съедении четырех птенцов малиновки, свивших

надежный холодильник. Он прост и экономичен в эксплуатации. Его надувные «стенки» из резиноканевого полотна, закрепленные на трубчатом каркасе, являются надежным теплоизолятором.

Практикум

гнездо в коробке, укрепленной снаружи на окно дома, в котором проживает известная всей Британии семья. Инцидент вызвал протесты не только со стороны различных организаций по защите птиц, но и среди членов нового Кабинета министров.

Бывшие коллеги Мейджора предупреждают: «Если вы будете прикрывать этого убийцу, вы просто потеряете уважение соотечественников». Мейджор, конечно, был очень расстроен, потому что он любил свою малиновку и ее птенцов, которых он с гордостью показывал гостям во время приемов и даже велел садовникам не подрезать деревья, чтобы птицы лучше себя чувствовали. После того как все четыре птенца исчезли, а в гнезде остались только их перышки, машина расследования была запущена на полную катушку.

На протяжении нескольких дней эта проблема обсуждалась даже в Кабинете. Первым подозреваемым оказался Хэмфри, но Мейджор энергично встал на защиту своего любимца, утверждая, что два птенца сами улетели из гнезда, а два других погибли по причине слабого здоровья. Защитники животных не успокаиваются и требуют выбросить убийцу на улицу.

Задание №4. Вопросы для работы с текстом «Компьютер Черномырдина служит народу»

1. Попробуйте, если возможно, выделить тему текста (о чем текст) и его основную мысль (что автор материала сообщает о выбранной для материала теме).

2. Оцените связь сильных позиций текста (заголовка — подзаголовка — зачина — концовки) с основной мыслью текста.

Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование

3. Оцените отобранный иллюстративный материал — фактический материал, который аргументирует, обосновывает, доказывает представленную в медиа-тексте авторскую концепцию.

4. Представьте, что материал лежит на вашем столе и вам надо принять решение публиковать его или нет.

Если вы считаете возможным опубликовать материала в том виде, в каком он подан, выберите аргументы в пользу публикации:

1. Текст содержит интересную фактическую информацию. Кроме того, никогда не бывает лишним напоминание о том, что «здоровье не купишь».

2. Материал, конечно, слабый, но имя известного политического деятеля привлечет читателя.

3. Наша газета слишком серьезная, поэтому неплохо время от времени «позабавить» читателя.

Если вы считаете, что материал публиковать в том виде, в каком он подан, нельзя, выберите вариант ваших действий:

1. Текст не поддается правке, поэтому я не собираюсь его подписывать к печати,

2. Текст можно опубликовать, если прояснить основную мысль текста (сформулируйте ваш вариант: тема\_^.  
+признак

) и в соответствии с ней выстроить систему тезисов (сформулируйте их).

3. Текст можно опубликовать, если сократить в нем абзацы (укажите какие), изменить порядок следования частей (укажите ту последо-

***Практикум***

вательность абзацев, которая исправит дефекты)

4. Гидрометцентр заказал подобного рода материал. Мы просто выполняем свои обязательства.

4. Текст можно опубликовать, если отредактировать сильные позиции (укажите конкретно): а) изменить заголовок; б) изменить подзаголовок; в) изменить зачин; г) изменить концовку; д) ввести внутритекстовые подзаголовки.

5. Ваш собственный довод \_\_\_\_\_

5. Я бы поступил так (ваше оригинальное решение)

**КОМПЬЮТЕР ЧЕРНОМЫРДИНА СЛУЖИТ НАРОДУ**

*Прогнозы погоды стали точнее, а ума нам не прибавили*

Вопреки всенародно любимой песне в России не бывает хорошей погоды. Летом у нас все сохнет, зимой все мерзнет и лопается. Даже скучно становится — хоть бы раз для разнообразия мы оказались, как пионеры, готовы к погодным изменениям.

Вот и опять Красноярск, Томск и Иркутск расшиб паралич. Сильные морозы вы-

вели из строя системы теплоснабжения и электросети. Целые микрорайоны большого города сидят без тепла и света, как африканские племена, застигнутые внезапным для Сахары обледенением. Еще веселее встретили Крещение жители Лесосибирска. По халатности персонала остановились две котельные. Две с половиной

Глава 2. Смысловая структура текста и ее редактирование

тысячи жителей из сотни домов оказались в буквальном смысле на льдине. Для восстановления отопления и электросетей потребуется неделя три. А они не обещают стать теплее.

— В предстоящие дни по всей территории страны установится настоящая зимняя погода — мороз и снегопады, — порадовал «Известия» директор Гидрометцентра РФ Алексей Фролов. — В европейской части с 20 по 24 января плановое понижение температуры до 20 градусов ночью и 10-15 днем.

В нынешнем сезоне прогнозы Гидрометцентра стали заметно точнее. Это связано с освоением суперкомпьютера, который получен еще три года назад по линии комиссии «Черномырдин — Гор». Подобного по скорости действия гиганта в гражданских службах страны, по уверению метеорологов, нет. Машина, которую в обиходе ласково зовут Степанычем, выдает замечательные прогнозы.

Наступление легких морозцев и обильных снегопадов радует детей и завзятых лыжников. А вот врачей не

очень. Грипп набирает размах. О приближении к эпидемическому порогу заболеваемости среди детей поговаривают и в Москве. Переохлаждение, которое не редкость в морозные дни, помогает скорее вирусам, чем нам. В эти дни будьте особенно внимательны к детям — одевайте и обувайте их по погоде. Одежда — теплая и легкая, обувь — свободная. Кровообращение в тесной одежде и обуви нарушается, и разогнать кровь движением не удастся. Важно также, чтобы слой одежды был примерно одинаковым на всем теле. Лучше одинаковые по толщине куртка и брюки, чем тяжелое пальто и тонкие колготки. Не забывайте проверить, есть ли у ребенка варежки. Застывшие руки — верный путь к насморку, а на мокрый нос и грипп садится быстрее.

Если вы все-таки переохладились, не старайтесь согреться моментально. Разотрите водкой или шерстяной рукавицей кисти рук и ступни, наденьте теплые носки. Выпейте горячего чая с медом или липовым цветом, укутайтесь пледом. Плохая привычка

Литература

ка — с мороза пить спиртное. Согреваться правильнее снаружи, а не изнутри. Не говоря уже о том, что замерзший человек быстрее и тяжелее пьянеет, — а это опасно, если вам еще предстоит вернуться на холод.

В формировании погоды большую и непредсказуемую роль играет «элемент хаотичности» — так называют природные катаклизмы типа штормов, смерчей, ураганов. В нашей жизни «элемент хаотичности» часто присутствует не по нашей воле. Именно поэтому то, что зависит от нас, хорошо бы избавить от хаоса.

• **Литература**

*Доблаев Л. //*. Смысловая структура учебного текста и проблемы его понимания. — М., 1982.

*Дридзе Т. М.* Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. — М., 1984.

*Майдапова Л. М.* Структура и композиция газетного текста. — Красноярск, 1978.

*Майдапова Л. М.* Критика речи и литературное редактирование: Учебно-методическое пособие для студентов факультетов журналистики. — Екатеринбург, 2001.

Смысловое восприятие речевого сообщения. — М., 1976.

*Феллер М. Д.* Структура произведения, — М., 1981.

## Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

### 3.1. Критерии оценки правильности речи

С позиций культуры речи, типология норм, следование которым обеспечивает эффективность общения, представлена *языковыми*, или системными, *стилистическими* и *коммуникативными нормами*.

*Языковые нормы* определяются как «реализации языковой системы, принятые в данное время данным языковым сообществом в качестве образцовых или предпочтительных. Языковая норма соотносена с собственно языковыми фактами (языковыми единицами) — их составом, образованием, сочетаемостью, употреблением».<sup>10</sup>

*Стилистические нормы* связаны с текстом и опираются на его функционально-стилистическую и жанровую принадлежность.

*Коммуникативные нормы* проявляются «в адекватности коммуникативного процесса ситуации общения, а также его соответствии ценностям, стандартам и регулятивам, существующим в данной культуре. Коммуникативные нормы включают в себя языковые, стилистические, этические, правовые нормы и некоторые нравственные императивы».<sup>11</sup>

В соответствии с перечисленными выше нормами классифицируются и типы ошибок: *речевые ошибки*, возникающие из-за нарушения языковых норм, *стилистические*

<sup>10</sup> Виноградов С.И. Нормативный и коммуникативно-прагматический аспекты культуры речи//Культура речи и эффективность общения. — М., 1996. - С. 125-126.

<sup>11</sup> Там же.

### 3.1. Критерии оценки правильности речи

*ошибки*, в основе которых отступление от стилистических норм организации текста, *коммуникативные* ошибки, охватывающие разные ситуации общения.

Традиционно подготовка материала к печати (эфиру) была связана, главным образом, с приведением текста в соответствие с языковой нормой. Новая действительность, в которой функционирует публицистический текст, и новая поэтика предполагают иной подход к оценке речевого факта на этапе редактирования и авторедактирования медиа-текста, отвечающий современным задачам общения в данной коммуникативной сфере.

В процессе подготовки текста к публикации ориентация на оценку его с позиций стилистической и коммуникативной норм, вероятно, и есть то необходимое, что способно сегодня «выправить» газетно-публицистический текст в ситуации дестабилизации его речевого облика, ослабления внимания к этическим, эстетическим и языковым нормам.

Однако владение навыками классификации погрешностей и способами их устранения всего лишь этап, хотя и весьма важный. Мастерство редактора/журналиста в процессе подготовки медиа-текста к публикации проявляется и в умении оценить *преднамеренность/непреднамеренность* отступления от нормы. При рассмотрении журналистского текста как средства коммуникации это важно; аномальное может ослабить надежность системы, но может быть и способом проникновения в суть описываемого.

*Преднамеренные отступления от нормы* касаются повышения изобразительной и выразительной стороны высказывания. Они различаются сферой и целями использования.

В художественной литературе преодоление границ допустимого оправдано, если это связано с выполнением эстетической задачи. Принципы редактирования художест-

*Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации*

венного текста шире, чем механическое приведение его в соответствие с нормами языка. Оценка возможности сохранения в тексте нарушающего норму речевого факта основывается на знании поэтики, эстетики и опирается на достаточно высокий культурный уровень пишущего. Язык в художественном произведении — главный элемент его формы. Догматическое отношение к нему недопустимо. В процессе подготовки текста к изданию необходимо научиться чувствовать грань, где практическая стилистика литературного языка может уступить место стилистике художественного текста.

Тексты массовой коммуникации, ориентирующиеся на использование приемов выразительной речи, требуют коррекции содержания с позиций, близких приемам редактирования произведений литературы. Особенно если это касается возможности использования средств, стоящих за пределами литературной нормы. Даже писатели относятся к этим единицам языка чрезвычайно внимательно. В этом смысле интересно сравнить, как меняется текст в процессе авторедактирования при критическом осмыслении нелитературной лексики. Так, А. П. Чехой, готовя новое издание рассказа «Два скандала», вносит стилистические изменения в текст:

Было	Стало
Стойте, черт вас возьми! Если эти козлы-тенора не перестанут рознить, то я уйду к чертовой матери! Глядеть в ноты...	Стойте, черт вас возьми! Если эти козлы-тенора не перестанут рознить, то я уйду! Глядеть в ноты...
Она рознила больше всех, и он ненавидел и презирал ее, рыжую чертовку, больше всех на свете.	Она рознила больше всех, и он ненавидел и презирал ее, рыжую, больше всех на свете.

3.1. Критерии оценки правильности речи

Эта девчонка готова сегодня зарезать меня своим козлиным голосом! Вы не примадонна, а прачка, черт бы вас взял совсем!

Эта девчонка готова сегодня зарезать меня своим козлиным голосом! Вы не примадонна, а прачка,

Чехов идет по пути устранения из речи героя вульгаризмов, вероятно, считая, что они являются эпатажирующим читателя экспрессивным средством и не стоит злоупотреблять ими.

В текстах газетно-публицистического стиля преднамеренным отступлением от норм может быть признано только то, которое определено задачами особой организации информации с помощью выразительных приемов изложения. Так, современный газетный текст несколько расширил границы сочетаемости и столкновение слов контрастных стилистических регистров считается сегодня допустимым (если не нарушаются этические нормы): «Любая профессия, любая *профессиональная среда* порождают свою *субкультуру*, свою *систему ценностей*, свою *идеологию*». Профессия *„кагэбэшника“* — весьма специфическая, очень своеобразной должна быть и *„субкультура“ КГБ*, судить о которой мы можем, разумеется, только по косвенным признакам» (ОГ, 1999, № 32).

На фоне книжной лексики появление противоположно окрашенной разговорной своеобразно тонирует предложение и участвует в организации оценочной стороны высказывания.

*Непреднамеренные отступления от нормы* снижают эффективность общения. Обычно они делятся на оговорки (в устной речи), опечатки (в письменной речи) и ошибки.

Оговорки (а речь о них можно вести, только если человек владеет литературным языком) возникают под воздействием комплекса факторов — лингвистических и экстра-

*Глава 3. Работа редактора над языком и стилистикой текстов массовой коммуникации*

лингвистических. В первом случае причиной оговорок может быть смежность или сходство языковых единиц: *выстрел пронзил сердце* (метонимическая смежность: *выстрел — пуля*); *необходимо предоставить губернатору наши требования* (звуковое сходство, паронимия: *представить — предоставить*). К оговоркам, как отмечают исследователи, могут привести: «неожиданный прорыв подсознательного в сферы речевой объективации (так называемые „фрейд-овы оговорки“), определенное психофизическое состояние субъекта (усталость, волнение), неосознаваемое человеком влияние на его речь массового узуса или речевых особенностей контрагента по дискурсу».<sup>12</sup>

Опечатки возникают из-за невнимательности (пропуск или перестановка букв внутри слова, особенно мало знакомого, лишние знаки, пропуск слов) или из-за технического искажения набора (дефис внутри слова, тире вместо дефиса и наоборот, отсутствие абзацного отступа, появление его там, где текст печатается в подбор). Представленные ниже фрагменты воспроизводят некоторые типы опечаток.

Новые клиринговые соглашения могут только ухудшить деятельность банков внутри страны.

• После правки: *...клиринговые...*

По всем нормативам трансформаторная подстанция должна располагаться на расстоянии не ближе 10 метров к жилому дому.

• После правки: *...на расстоянии...*

Петербургский экономический форум становится все больше похож на отстойник для ледоколов от бизнеса и политики.

• После правки: *...становится...*

От опечаток следует отличать ошибки, причина которых

<sup>12</sup> Виноградов С.И. *Нормативный и коммуникативно-прагматический аспекты...* С. 131.

### 3.1. Критерии оценки правильности речи

в незнании правил грамматики и пунктуации. Часто подобного рода ошибки приводят к искажению высказывания:

Неизвестно, насколько торжественно были настроены десятки тысяч жителей Пхеньяна, *участники «Праздника солнца»* — завершившегося праздничным салютом танцевального вечера, который проводится ежегодно в честь дня рождения «великого вождя корейского народа» — необоснованность постановки запятой перед выделенным оборотом и тире после него еще больше запутывают смысл предложения, в котором есть и речевые ошибки. Если *участники «Праздника солнца»* — приложение, то оно должно быть выделено с обеих сторон либо двумя запятыми, либо двумя тире, если *десятки тысяч жителей Пхеньяна и участники «Праздника солнца»* однородные члены предложения, то вместо тире должна быть запятая, выделяющая следующее за ними обособленное определение.

Непреднамеренные ошибки связаны с неточным переводом «внутренней речи» во «внешнюю», непродуманностью высказывания, низким уровнем коммуникативной компетенции журналиста, с немотивированным использованием лексики ограниченной сферы употребления, с отсутствием навыков использовать образные ресурсы языка. В их основе — нарушение соотношения между взаимобусловленными в языке понятиями *формы, значения и функции*. *Форма* — это то, как, каким способом (т. е. с помощью каких единиц языка и их определенной их организации) строится высказывание. *Значение* — что или о чем говорится. *Функция* — для чего, зачем производится данное высказывание. «Функция—это имманентная предназначенность элемента к определенному способу существования в системе, к служению этой системе».<sup>13</sup> Чистота, яс-

<sup>13</sup> Золотова Г.А. *Функции и дисфункции современной русской речи*// Русский язык сегодня. Вып. 1. Сб. статей/РАН. Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. - М., 2000. - С. 123.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

ность связей формы, значения и функции помогают медиа-тексту реализовать его функциональную предназначённость. «Нарушение этой соотнесённости в любом из элементов речи обнаруживает речевые дисфункции. Дисфункция разрушает баланс, системное равновесие между формой, значением и функцией. <...> Если функция как результат взаимодействия формы и значения образует как бы мостик в коммуникат, обеспечивая процесс коммуникации, то дисфункция мешает пониманию речи, снижает или сводит к нулю ее эффективность».<sup>14</sup>

В преднамеренных отступлениях от системы языковых норм дисфункция обнаруживает себя позитивно. В непреднамеренных — действие дисфункции трансформирует информационный и выразительный потенциал высказывания. Так, в следующем ниже фрагменте медиа-текста лексическая и синтаксическая дисфункции становятся источником коммуникативных потерь.

Глобализация экономики и политики несколько напоминает построение *финансовых пирамид*, *чья неустойчивость* имеет обыкновение *возрастать* одновременно *со своими* размерами.

В контексте о такой структуре, как *финансовая пирамида* (структура, привлекающая вкладчиков быстрым оборотом и высокой ликвидностью акций и использующая поступающие средства в своих личных целях до момента самоликвидации — 4 ТС. С. 464), можно употребить слово *неустойчивость* (хотя! *пирамида* — сооружение с устойчивым основанием). Но далее выбор слов и связь частей в полипредикативной конструкции (*чья неустойчивость возрастает одновременно со своими размерами*) мешают соотнесению «языковой картины» с ее внеязыковым аналогом.

Отступлений от норм в современном медиа-тексте, который ориентируется на преодоление стандартов тотали-

" Там же. С. 128.

### 3.2. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения

тарного языка, слишком много. Каждое отступление должно подвергаться проверке, какое оно: преднамеренное — «запрограммированное», связанное с участием в формировании смысла, или непреднамеренное, т. е. всего лишь демонстрация журналистом своей раскрепощенности, которая на деле оказывается следствием низкой речевой культуры, незнания норм речи, предназначенной для публичного функционирования и тиражирования. В условиях, когда общее состояние культуры речи вызывает тревогу не только у лингвистов, эта операция в процессе редактирования и авторедактирования текста оказывается важной.

### **3.2. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения**

В объем понятия языковые нормы входит «совокупность языковых средств и закономерностей их использования, свойственных данной форме существования языка, которые ей приписаны коммуникативным сообществом и которые в соответствии с этим данное коммуникативное сообщество использует как обязательные».<sup>15</sup>

Критериями нормативности речевого факта (основаниями для признания его правильным или, наоборот, неправильным и требующим корректировки) являются:

- 1) соответствие языкового факта системе литературного языка и тенденциям ее развития (критерий системности);
- 2) функциональная мотивированность появления и бытования в языке знака с данным значением, функциями, прагматическими свойствами (критерий функциональной мотивированности);

<sup>15</sup> Едличка А. Типы норм языковой коммуникации//Новое в зарубежной лингвистике. — М., 1987. Вып. 20. - С. 140.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилистикой текстов массовой коммуникации

3) узуальность единицы, ее массовая воспроизводимость в литературных текстах, включая разговорную речь образованных людей (критерий узуальности);

4) позитивная общественная оценка языкового факта, его социальная санкционированность (критерий аксиологической оценки);

5) безусловная нормативность контекста употребления языковой единицы (критерий нормативного окружения);

6) высокий культурный престиж пользователя знаком (критерий культурогенного употребления).<sup>16</sup>

Действие нормы проявляется на всех уровнях языка. В этом отношении выделяются нормы *фонетические, лексико-фразеологические, морфо [отческие и словообразовательные], синтаксические*.

Важнейшим качеством норм всех уровней языковой системы является их динамичность — подверженность трансформации и модификации. Результатом этого становится появление рядом с нормой вариантов. Варьирование норм — это «объективное и неизбежное следствие языковой эволюции. ...<...> варианты как бы поддерживают преемственность речевых навыков и избавляют нас от слишком крутых поворотов в истории языка, многие из них вовсе не тождественны и уже поэтому не могут рассматриваться как избыточные, как балласт нашей речи. Напротив, присущая вариантам особая функциональная нагрузка превращает их в важное стилистическое средство литературного языка, которое, наряду с синонимикой, способствует уточнению мысли».<sup>17</sup> В сосуществовании нормы и варианта отражается сосуществование внутренних, независимых от вкуса и желания говорящего особенностей функциониро-

Виноградов С.И. Нормативный и коммуникативно-прагматический аспекты... С. 133.

<sup>17</sup> Горбачевич К.С. Нормы современного русского литературного языка. - М., 1978.-С. 29.

### 3.2. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения

вания языковой системы и внешних, связанных с общественно-эстетическими взглядами на речевую практику. Из-за наличия вариантов и необходимости выбора и возникает проблема нормы.

В результате нарушения языковых норм в тексте возникают *речевые ошибки*.

Нарушение норм фонетического уровня приводит к возникновению в устной речи *фонетических ошибок*. Фонетически ошибки касаются отступления от норм ударения (менеджмент вместо менеджмент, маркетинг вместо маркетинг) и произношения (ист [о] кший вместо ист [э] кший; [скоко] вместо [сколька]), а также нарушение благозвучия речи (из-за загрязнения надо в результате загрязнения, с свидетелем надо со свидетелем; Живаго прожил жизнь яркую и драматическую лучше у Живаго была яркая и драматическая жизнь, чтобы уйти от звуковых повторов в словах, произносимых друг за другом).

«Сняты) вероятные фонетические ошибки редактор может, если есть предварительный проект устного сообщения.

Наблюдения за письменным текстом показывают, что нарушения норм на лексическом уровне — *лексические ошибки* — возникают из-за незнания пишущим лексического значения слова или фразеологизма, особенностей их сочетания с другими словами. Работая над исправлением таких ошибок, следует использовать толковые, фразеологические, терминологические словари, словари сочетаемости слов, другую справочную литературу. Это поможет обосновать дефект и точно его исправить. Нередко зафиксированная сначала интуитивно лексическая ошибка после сверки ее со словарным материалом оказывается вполне допустимым вариантом словоупотребления. Так, при подготовке рукописи к печати редактор, опираясь на свой вкус, исправил фразу «Его

понурые плечи вызывали уже не жалость, а раздражение» на «Его понурый вид вызывал уже не жалость, а раздражение». Смысл исправления не понятен. Словарь допускает использованное автором словоупотребление: *понурый — с уныло опущенной головой, плечами; унылый, печальный* [Словарь. Т. 3. С. 290]. Иногда без специального отраслевого справочника или словаря иностранных слов невозможно снять неясность в предложении: Из аэротенков для очистки от ила вода попадает во вторичные отстойники. Какой должна быть связь между словами: *аэротенки очищают от ила*, или *вода, чтобы быть очищенной от ила, из аэротенков поступает во вторичные отстойники*? Словарь объясняет смысл термина и определяет стратегию правки: *аэротенки — сооружение для биологической очистки сточных вод, представляющее несколько проточных резервуаров, продуваемых воздухом* [Современный словарь иностранных слов. 1992, 80]. Исправленный вариант: Вода, очищенная от ила в аэротенках, затем поступает во вторичные отстойники.

Техника работы с лексическими ошибками предполагает:

— соотнесение оригинального (зафиксированного в словаре) значения слова с обозначенным им в тексте предметом (лицом, событием, понятием);

— логическую оценку возможности/невозможности использования этого слова в данном текстовом окружении;

— замену неверного словоупотребления.

Адекватное словесное выражение — это вопрос не только культуры речи, но и эффективности коммуникации с точки зрения информативной насыщенности текста.

Приведенные ниже фрагменты показывают типичные для практики современных СМИ *лексические ошибки*, способы их квалификации и приемы устранения. Любопытно,

### 3.2. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения

что большая их часть появилась в текстах, касающихся новых для прессы тем, новых социальных, экономических, духовных процессов.

*Выбор слова без учета его значения в тексте:*

За *срок* пребывания Владимира Яковлева на посту губернатора Петербурга в городе было убито 12 известных людей.

На неточность выбора слова повлияла близость значений — *срок и время*.

*Срок* — 1. Отрезок, промежуток времени обычно определенный, назначенный для чего-л. [Словарь. Т.4. С.241].

• После правки: *За время пребывания...*

Я всегда готов подобрать *содержимое* коктейля по желанию клиента.

Речь идет о коктейле — смеси из спиртных напитков (коньяка, рома и других вин) с добавлением сахара, пряностей, пищевого льда и т. п. [Словарь. Т.2. С. 70]. Смесь не *содержит* что-то, а *состоит* из чего-то. Слова близкие по значению, но не тождественные. Словарь показывает различие их семантики.

*Содержимое* — это то, что содержится, заключается в чем-л. [Словарь. Т.4. С. 181]. *Состав* — 1. Совокупность частей, предметов, образующих какое-л. сложное целое. Совокупность каких-л. элементов, входящих в качестве образующих частей в какое-л. химическое соединение, вещество [Словарь. Т.4. С. 207].

• После правки: *...подобрать состав коктейля...*

...центральное же *положение на тарелке-блюде* занимает стопочка картофельных блинов, переложенных грибами.

Слово выбрано без учета его семантики:

*Положение* — 1. Расположение в пространстве, местонахождение [Словарь. Т. 3. С. 266].

Кроме того, пишущий не очень точно представляет и

одно из значений слова *блюдо*: столовая посуда в виде большой тарелки [Словарь. Т.1. С. 100].

• После правки:... *центральное место на блюде* (а также: *на большой тарелке*) или *в центре блюда (большой тарелки)*...

Руководители предприятий являются *патриотами* своего города: *они полностью рассчитываются с городским бюджетом*.

Несколько сужено значение слова: *патриот города тот, кто ему не должен*. Значение же этого слова: (прямое) *тот, кто любит свое отечество, предан своему народу, родине*; (переносное) *тот, кто предан чему-л., горячо любит что-л.* [Словарь. Т.3. С. 33].

• Вариант правки: *Руководители предприятий с уважением относятся к своему городу и полностью рассчитываются с его бюджетом*.

«Петроград» *запустил* зачетную схему (заголовок)

Наличие в языке у слова *запустить* омонима приводит к неясности высказывания, которая в тексте не обыгрывается как стилистический прием, а заголовок не позволяет уточнить значение.

*Запустить*<sup>1</sup> - (разг.) *Привести в действие, пустить*.

*Запустить*<sup>2</sup> — *перестать заниматься, своевременно делать, выполнять что-л.* [Словарь. Т.1. С. 563].

«7+11» — это девиз многих английских компаний, означающий, что они работают с семи утра до одиннадцати вечера, — объясняет директор. — Эти *цифры* стали и нашим *девизом*.

Неверно во втором случае использовано слово *девиз* — *краткое изречение или слово, в котором выражается руководящая идея поведения или деятельности* [Словарь. Т.1. С. 374]. Сочетание *7+11* наделено некоторым символическим значением. И это должно быть выражено в речи.

• Вариант правки: *Смысл .упои формулы мы воспринимаем как наш девиз*.

### 3.2. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения

К лексическим относятся и *ошибки, связанные с выбором фразеологизма без учета его значения и формы.*

Словосочетание «промышленная политика» нечасто звучало в последние годы, и только нынешнее правительство *поставило* этот *тезис во главу* своей деятельности и приступило к разработке соответствующей концепции.

При последовательном анализе связи слов в данном фрагменте отчетливо видны два дефекта. Выбрано слово без учета его семантики: *тезис — кратко сформулированные основные положения доклада, Лекции, сообщения и т. п.* [Словарь. Т. 4. С. 346]. Но *словосочетание* — номинативная единица, оно не может стать тезисом.

Даже при исправлении первой ошибки невозможно восстановить норму. Нельзя *«поставить словосочетание во главу угла»*. Редактированию должна быть подвергнута вся фраза.

• Вариант правки: *...м только нынешнее правительство обратило на него особое внимание и приступило к разработке концепции, учитывающей названный аспект.*

*В роли* генерального подрядчика (мы) *провели* реконструкцию стадиона «Петровский».

Устойчивое выражение *в роли* употребляется с глаголами *быть, выступать, являться* и т. п.

• Вариант правки: *Мы выступили в роли генерального подрядчика...*

За подключение природного газа (фактически к той же самой трубе) им пришлось заплатить из своего кармана *весьма круглую сумму*

Введение определения *весьма* «выбивает» слово *круглая* из состава целого, разрушая фразеологическую связанность. Слово начинает каламбурно восприниматься в буквальном значении. Кроме того произошла контаминация (наложение) одного выражения на другое: *платить из своего кармана* и *круглая (кругленькая) сумма*.

• Вариант правки: ...им пришлось заплатить из своего кармана. Сумма оказалась значительной.

До сих пор правительство в **один голос говорило** о том, что российская экономика на небывалом подъеме.<sup>^</sup>

При использовании устойчивого выражения *в один ю/лос* пишущий не учел его оригинального значения, прочно связанного в языке с данной формой: *все вместе*. Субъект! чье действие оно характеризует, должен быть грамматически представлен формой множественного числа.

• Вариант правки: ...члены правительства в **один голос говорили**...

*Нарушение границ сочетаемости слов* тоже связано с отступлением от норм лексического уровня современного русского литературного языка.

Хлеб *традиционно* является *неотъемлемой* частью русского стола.

Многозначное слово *стол* использовано в собирательном значении «*теща, еда, съестное*» [Словарь. Т. 4. С. 271]. В этом значении оно не сочетается со словом *часть*: проявляется связь с базовым *стол* как вид мебели).

• Вариант правки: ...*неотъемлемой составляющей* русского стола.

Большого *расстройства* проигравшие *не испытали*, оставив за собой моральную победу — блестящий гол Дель Пьеро.

Рядом с глаголом *испытать* (*пребывать, находиться в каком-либо душевном, физическом состоянии*) нельзя употребить слово *расстройство*, имеющее значение «*плохое, подавленное настроение*» [Словарь. Т. 3. С. 668]. Получится *испытать настроение*.

Определение с количественным значением *большое* употреблено тоже ошибочно.

• Вариант правки: *Особого огорчения проигравшие не испытали*...

### 3.2. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения

*19 лет труда отдал* он СКБ ВТ, прошел путь от инженера-исследователя до главного инженера и начальника отдела.

Семантика слова *труд* (в контекстном значении «*трудо-дой стаж*») не позволяет употребить его рядом с глаголом *отдать*.

Важно отметить и то, что в газетном тексте в начале предложения числительные пишутся, как правило, прописью.

• После правки: *Девятнадцать лет он проработал в СКБ ВТ.*

Вероятно, «Андреевские хлебцы» сами по себе не гарантируют похудения, но сбалансированное питание с их регулярным употреблением *сделало* удивительные *результаты*.

Ошибка в выборе слова: *питание* само ничего не производит, не создает.

• Варианты правки: *...питание... дает удивительный эффект* или *...поможет добиться удивительных результатов*.

Статистика продажи комбайнов «Ростсельмаша» показала странную картину. Всю весну наблюдался устойчивый спрос, а в июне *наступил* резкий *провал*, который сменился ажиотажным спросом в июле и в августе.

Неудачная смысловая связь возникла из-за того, что автор нечетко представляет значение слов. Глагол *наступил* называет последовательно развивающееся действие, в то время как отглагольное существительное *провал* (*полная неудача в чем-либо*) — действие внезапное.

• Варианты правки: *...а в июне наступил резкий спад* или без глагольного сказуемого *...а в июне вдруг — провал*.

Схему толлинга запустил бывший вице-премьер О. Соковец в содружестве с братьями Черными. Последние с помощью директоров алюминиевых заводов через «Транс

уорлд групп» не только откачивали прибыль, но и *СКУПИЛИ* большую часть нашей алюминиевой промышленности и еще *ИЗЯДНЫЙ КУСОК* черной металлургии.

Нарушена смысловая сочетаемость из-за невнимания автора к значению слова *кусок* — *часть чего-то*. Глагол же *скупить* — о закупках всего, целого или многого [Словарь. Т. 4. С. 125].

• Вариант правки: ... «*прихватив*» кое-что существенное и от черной металлургии.

Частные медицинские учреждения составляют (если не брать стоматологию) всего около 1 % от всех предприятий, оказывающих медицинские услуги. Это достаточно мало.

Из-за контактного употребления слов с противоположным значением возникла лексическая дисфункция — соседство слов с противоположным значением: *достаточно* — *столько, сколько нужно*; *мало* — *меньше, чем нужно, недостаточно*. Фактически это непреднамеренный оксюморон. Кроме того, в безличном предложении не может быть подлежащего — синтаксическая дисфункция.

• Варианты правки: *Этого недостаточно. — Этого мало.*

И ни о какой согласии не может быть и речи, пока остаются униженными и обездоленными десятки миллионов людей и *достучаться за чугунные ворота* власти они могут лишь с *ПОМОЩЬЮ ВЗРЫВЧАТКИ*.

Нарушена смысловая сочетаемость: *достучаться взрывчаткой*. Очевидно и нарушение грамматической связи в словосочетании *достучаться за ворота*. Но даже если выбрать другой предлог (*достучаться до...*), слово *ворота* не будет сочетаться с данным глаголом. Предложение практически не поддается редактированию и требует полной перделки.

Лишь несколько известных петербургских предпринимателей согласились *поведасть* читателям «ДП» свои *МЫСЛИ* по поводу задержания Владимира Гусинского.

### 3.2. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения

Глагол *поведать* имеет значение «сообщить, рассказать» [Словарь. Т. 3. С. 156]. Мыслями же обычно «делятся». Вероятно, «сработал» механизм аналогии.

• После правки: *...поделиться с читателями. «ДП» своими мыслями...*

*Кульминация* конгресса прилась на церемонию вручения премии «Странник»...

Ошибка в выборе падежа и в распределении синтаксических позиций, соответствующих реальному субъекту и его представлению в предложении в роли объекта.

• После правки: *Кульминацией стала церемония...*

*Морфологические ошибки* создают помехи при восприятии информации. Они касаются неверного образования форм слов различных частей речи.

*Ошибки в образовании форм существительных:*

Мы уже привыкли к ежедневным предсказаниям судьбы Павла *Глоба*.

Русские и иноязычные фамилии, оканчивающиеся на согласный звук, склоняются, если относятся к мужчинам, и не склоняются, если относятся к женщинам.

• После правки: *...Павла Глобы.*

*Неожиданное пенальти и решило* судьбу встречи.

Несклоняемые имена существительные иноязычного происхождения, обозначающие неодушевленные предметы, в своем большинстве относятся к среднему роду: *статус-кво, такси, кашне*. Но это правило имеет ряд исключений. К ним относится и слово *пенальти* — мужской род (вероятно, оказывает влияние русское синонимическое сочетание «одинадцатиметровый штрафной удар»).

• После правки: *Неожиданный пенальти и решил* судьбу встречи.

<sup>1</sup> Гурману, придерживающемуся диетической ориентации, можно порекомендовать *норвежский паровой лосось со спаржей*.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

Неразличение форм винительного падежа одушевленных и неодушевленных существительных.

- Варианты правки: ...*порекомендовать норвежского парового лосося со спаржей* или *блюдо «норвежский паровой лосось со спаржей»*.

*Ошибки в образовании форм прилагательных;*

Обычно такие решения принимают люди *более старше*.

Контаминация двух способов образования сравнительной степени прилагательных: аналитической и синтетической.

- Варианты правки: ...*более старшего возраста* или *постарше*.

К нам, *в репортерскую кабину*, зашел тренер сборной.

Притяжательные прилагательные на *-ов (-ев)*, *-ин (-ын)* не употребляются в научном и публицистическом стиле и встречаются только в разговорной и художественной речи. В данном случае нарушение норм языка приводит к нарушению стилистической нормы. \*

- После правки: ...*в репортерскую кабину*.

Ответ Чубайса и на этот раз был весьма *двусмысленен*.

Многие формы кратких прилагательных (на *-ен* и *-енен*), произведенные от полных с безударным *-енный*, образуют равноправные варианты (*величествен — величественен, естествен — естественен, свойствен — свойственен*), но формы *боязнен, безжизнен, бессмыслен, болезнен, двусмыслен, легкомыслен, многочислен, неприязнен* не допускают вариантов.

- После правки: ...*был весьма двусмыслен*.

*Ошибки в образовании форм местоимений:*

Все санкции в отношении *него* были отменены.

Сложные предлоги в сочетании с местоимением не требуют после себя вставки *и* у местоимений: *в отношении его, при помощи ее, не в пргшер им, в противовес ему, по поводу ее, за исключением их, со стороны его, по причине его*.

- После правки: ... *в отношении его...*

32. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения

Адвокат предложил истцу прочитать *ЕГО* заявление.

При употреблении личного местоимения в притяжательном значении возникает неясность. Подобные конструкции требуют правки, снимающей двусмысленность фразы.

• Вариант правки: *Адвокат предложил истцу прочитать заявление, которое он (адвокат или истец — в зависимости от ситуации) подготовил.*

Все эти книги пригодятся ему в своей работе.

Нарушено правило употребления возвратного притяжательного местоимения *свой*. Оно должно обозначать принадлежность предмета лицу, названному подлежащим. Но позицию подлежащего пишущий не «отдал» лицу. Только поставив личное местоимение (*он*) в позицию подлежащего, мы сможем правильно использовать возвратное притяжательное местоимение.

• После правки: *Он будет пользоваться этими книгами в своей работе.*

*Ошибки в образовании формы числительных:*

Поиск велся всеми подразделениями МЧС в течение *троих дней*.

Собирательные числительные в сочетании с одушевленными существительными употребляются как в именительном, так и в косвенных падежах, но в сочетании с неодушевленными существительными используются формы именительного или винительного падежей. В косвенных падежах используются формы соответствующих количественных числительных.

• После правки: *...в течение трех дней.*

*Семидесятью* голосами это решение Думе, конечно, принять не удалось.

При выборе формы творительного падежа числительных в вариантах *пятьюдесятью — Угятидесятью, шестьюдесятью — шестидесятью* нормативными являются первые, вторые — разговорными.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

- После правки: *Семьдесятю голосами...*

*Двухглавый* орел на российском паспорте до сих пор вызывает споры.

Основной массив сложных слов, в которые входит элемент *дву-/двух-*, пишется с начальным *двух-*: *двухпроцентный, двухсуточный, двухатомный*. Имеются и равноправные варианты: *двуголосный — двухголосный, двусложный — двухсложный, двулетний — двухлетний*. Но слова *двубортный, двуглавый, двугривенный, двуединый, двукратный, двуличный, двусмысленный* и некоторые другие пишутся только с элементом *Луу-*.

- После правки: *Двуглавый орел...*

*Ошибки в образовании форм глаголов:*

Не только желание во что бы то ни стало взять верх *двигает* им в сложившейся ситуации.

Многозначный глагол *двигать* в значениях *содействовать развитию чего-либо, быть причиной чьих-л. поступков* имеет личные формы *движет, движут*. Личные формы *Лга-двигает* появляются у глагола в значении *перемещать толкая или таща*.

- После правки: *...движет им в сложившейся ситуации.*

Имена спортсменов, *сыграющих* в финальном матче, уже известны.

Причастие — одна из форм глагола — в отличие от личных глагольных форм не имеет будущего времени.

- Варианты правки: *...которые будут играть в финальном матче...* или *которые сыграют в финальном матче.*

«Андреевские хлебцы» оказывают невероятный *оздоравливающий* эффект.

Ошибка в образовании формы причастия привела и к нарушению орфографии: от глагола *оздоравливать* причастие должно быть *оздоравливающий*. Кроме того, в данном контексте следует употребить другую форму, отчетливее проявляющую нужное для текста значение, — *оздоровительный*,

32. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения

т. е. «имеющий своей целью, своим назначением улучшить состояние здоровья кого-л.» [Словарь. Т. 2. С. 602].

• После правки: *...невероятный оздоровительный эффект.*

После этого разговора, вновь *обретши* утраченное доверие, он решил продолжить сорвавшуюся было реконструкцию особняка.

Ошибка в образовании другой глагольной формы — деепричастия. В современном русском языке глаголы на *-ети* не образуют параллельных деепричастных форм: *отвезти — отвезя, нельзя отвезши; вывести — выведя, нельзя выведши.*

• После правки: *...вновь обретя утраченное доверие...*

Наш доверчивый российский потребитель информации, *прочитая* эти строки, поймет, что только выбор в пользу Артема Тарасова «набьет» его холодильник дорогими продуктами, а кухню и ванну суперсовременной бытовой техникой.

От глаголов совершенного вида деепричастия образуются с помощью суффикса *-в* (суффикс *-а* используется для образования форм деепричастий от глаголов несовершенного вида).

• Варианты правки: *читая эти строки. ичл прочитав эти строки.*

*Синтаксические ошибки* связаны с отступлением от норм построения словосочетания, простого или сложного предложения. Синтаксическая дисфункция снижает степень доступность текста и очень часто представляет информацию искаженной, нарушающей природу описываемого события.

К синтаксическим ошибкам относятся *ошибки в структуре словосочетания*. Основные причины возникновения этих ошибок касаются неверно выбранной падежной формы зависимого слова, употребления слов не с теми предло-

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

гами, установления ложных грамматических связей между словами. Именно эти ошибки являются сегодня наиболее очевидными и серьезно расшатывают существующие языковые нормы. Исследователи связывают их с проявлением общей тенденции к ослаблению падежных функций в современном русском языке. Чаще всего проблемы возникают в связи с такими явлениями, как:

1) замена падежного управления существительных и глаголов предложным (*стратегия об уничтожении вместо; стратегия уничтожения, анализировать об этом вместе анализировать это*);

2) замена косвенного падежа существительных конструкцией *как + именительный падеж* (*мы привыкли к вой* не как нечто само собой разумеющееся вместо как к чему-то само собой разумеющемуся);

3) замена косвенного падежа существительных конструкцией с зависимым инфинитивом (*он сторонник влиять на то, что пишет пресса* вместо *сторонник оказания влияния*);

4) неправильный выбор падежа (*один из первых прибыл директор* вместо *одним из первых; реальными кандидатами можно рассматривать* вместо *в качестве реальных кандидатов; о некоторых своих наблюдениях* вместо *о некоторых своих наблюдениях*);

5) нарушение в согласовании прилагательных и причастий с существительными: *Достигнута договоренность о ряде мер, возможно, открывающими* (вместо *открывающих*) *путь к миру*.

Знание указанных тенденций важно для редактирования текста. Вероятно, именно эти конфликтные зоны должны стать объектом пристального внимания при подготовке текста к публикации.

Рассматриваемые ниже примеры из текстов СМИ подтверждают наблюдения (и тревоги) лингвистов.

### 3.2. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения

Им (руководителям предприятий) подсказаны *пути, как выходить* из трудного положения, даны рекомендации, определены *сроки подготовки документов на реструктуризацию* долгов и погашения задолженностей.

Первая ошибка связана с тем, что пишущий неверно объединил слова в словосочетании, что привело и к нарушению грамматических связей.

• Варианты правки: *.. мм подсказано, как выходить из трудного положения, либо подсказаны пути выхода из трудного положения.*

Вторая ошибка связана с неверным выбором предложно-падежной формы.

• После правки: *сроки подготовки документов (каких?) по реструктуризации долгов и погашению задолженностей* — предлог *по* с дательным падежом употребляется для указания на признак предмета, через который характеризуется сам предмет (событие, лицо, состояние).

До сих пор он (муж) как будто рядом со мною, чем бы я ни *занималась по работе, по хозяйству*

В тексте следует передать обстоятельственное значение, поэтому нужно употребить другой предлог.

• Варианты правки: *.. чем бы я ни занималась на работе, дома* (возможно: *что бы я ни делала по работе, по хозяйству*, где предлог *по* употребляется для указания на сферу деятельности<sup>А</sup>).

И вот уже вместо одного подвального помещения — два цеха по изготовлению корпусной мебели, ничем не уступающей, а даже и *превосходящей* по дизайну итальянским, немецким и финским *аналогам*.

Неправильный выбор падежной формы.

• После правки: *...превосходящей итальянские, немецкие и финские аналоги.*

«„Бомбой замедленного действия" в самом сердце Петербурга стал сегодня следственный изолятор Крес-

*Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации*

ты», — считает автор *репортажа* о жизни в этой тюрьме, опубликованном в свежем номере «Санкт-Петербургских Ведомостей».

Нарушение грамматической сочетаемости произошло, вероятно, из-за оторванности определения, выраженного причастным оборотом, от определяемого слова.

• Вариант правки: *...считает автор репортажа о жизни в этой тюрьме, опубликованного в свежем номере «Санкт-Петербургских Ведомостей».*

Вопрос о возможном отключении то газа, то воды, то тепла постоянно **висит** над кооперативным домом **дамокловым мечом**.

Неправильный выбор падежа: творительный вместо конструкции *как + винительный падеж*. Экспансия творительного падежа вместо сочетаний *в качестве + родительный падеж* или *как + винительный падеж* — современная тенденция русского языка, деформирующая норму.

• Вариант правки: *...висит над кооперативным домом как дамоклов меч.*

Налоговые же полицейские **инкриминируют** «Пластпрому» **2,5 миллиона рублей** недоплаты.

Нарушена грамматическая сочетаемость. Причина ошибки в неточном знании слова *инкриминировать*: вменить в вину, предъявлять кому-л. обвинения в чем-л. [Словарь. Т.1. С. 668]. Пишущий связал грамматически и семантически слова *инкриминировать 2,5 миллиона*.

• После правки: *... инкриминируют «Пластпрому» недоплату в размере 2,5 миллиона рублей.*

*Ошибки в структуре предложения* — еще один тип ошибок, связанных с нарушением языковой правильности на синтаксическом уровне.

Большинство и **на этот раз** оказались **послушными**.

Нарушены правила согласования главных членов предложения: сказуемое при подлежащем, выраженном

### 3.2. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения

собираемым существительным без зависимых слов, ставится в единственном числе. Семантика слова *большинство* (*большая часть, большое число*) спровоцировала пишущего по аналогии употребить форму множественного числа в сказуемом-глаголе. Ошибка обнаруживается в том, что собираемые существительные не образуют форму множественного числа. Значение «совокупности однородных предметов» выражается в них специальными суффиксами, а не категорией числа и соответствующими окончаниями.

• После правки: *Большинство и на этот раз оказалось послушным.*

Самое трудное в нашей работе — это необходимость и умение *общаться* с людьми, *выслушать* их пожелания, *дать* рекомендации.

Нарушен единый видовой план у глаголов-сказуемых.

• После правки: *...общаться с людьми, выслушивать их пожелания, давать рекомендации.*

Конечно, прежде всего для тех, кто занимается организацией *торговой деятельности, оптовой и розничной торговли, сбытом товаров, оказанием услуг в сфере торговли* и т. д.

Как разные поданы понятия, одно из которых включает другое, т. е. объемы понятий пересекаются. Вероятно, лучшим приемом правки такого текста может быть постановка двоеточия после родового понятия.<sup>4</sup> Это позволит «прочитать» его как обобщающее слово перед однородными членами предложения.

• Вариант правки: *...кто занимается торговой деятельностью: оптовой и розничной продажей, сбытом товаров, оказанием услуг в сфере торговли и т. д.*

Важнее сказать о том, что с руководителями предприятий были проведены *хотя и короткие, но обстоятельные* беседы.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

При построении ряда однородных членов предложения обнаруживается логическая ошибка: противопоставляются понятия, которые в жизни не являются контрастными. *Короткие* — выделение временного признака, *обстоятельные* — указание на качественную характеристику: *передающие что-л. со всеми подробностями, с наибольшей полнотой.*

- Вариант правки: *...короткие и обстоятельные беседы.*

Страх оказаться следующим в страшном списке вынуждает большинство партнеров и коллег очередной жертвы *не только не афишировать* свои отношения с этим человеком, *но и скрывать* свою публичную позицию.

Ошибка в построении ряда однородных членов предложения: сопоставляются понятия одинаковые, синонимичные в смысловом отношении.

- Варианты правки: *не афишируешь (или скрывать) не только свои отношения с этим человеком, но и свою публичную позицию.*

Изгоняя из петербургского вуза гражданских аспирантов, министр образования РФ... нанес *не только локальный урон Военмеху* в 20 миллионов долларов, *но вообще российскому образованию.*

Части союза *не только, но (и)* должны стоять перед однородными членами предложения.

- Вариант правки: *...нанесурон не только Военмеху (локальный), но и вообще российскому образованию.*

Ведется строительство жилого дома *в Веселом поселке площадью 26 000 квадратных метров.*

Нарушен порядок слов в предложении. Очевидно, что указанная площадь относится к дому, а не к поселку.

- После правки: *В Веселом поселке ведется строительство жилого дома площадью 26 000 квадратных метров.*

Сегодня в федеральном собрании *встречались губернатор* Ленобласти Вадим Густов, а также *председатель*

законодательного собрания Виталий Климов *с Генеральным консулом* республики Кубы в Санкт-Петербурге Феликсом Леоном Карбалио.

Из-за нарушения порядка слов в предложении возникла неточность. Глагол-сказуемое следует поставить после однородных подлежащих.

• После правки: *...губернатор Ленобласти Вадим Густое, а также председатель законодательного собрания встретились с Генеральным консулом республики Кубы в Санкт-Петербурге Феликсом Леоном Карбалио.*

Да, трагедии произошли с Владиславом Листьевым, да, с Александром Менем и с десятками тысяч Листьевых и Меней, *которые* произошли на территории нашей страны.

Ошибка в построении сложного предложения: согласно существующим нормам, слова *который, какой, чем* замещают ближайшее к ним в форме того же рода и числа существительное.

• Вариант правки: *...эти трагедии произошли на территории нашей страны.*

### **3.3. Стилистические ошибки и способы их редактирования**

В самом общем виде стилистическую норму можно определить как «соответствие текста (относящегося к тому или иному жанру, функциональной разновидности, подсистеме литературного языка) сложившемуся в данной культуре и общественно принятому в данный момент стандарту».<sup>18</sup> Стилистические нормы определяют выбор средств и их организацию в тексте, поэтому сферой действия стили-

<sup>18</sup> Виноградов С.И. *Нормативный и коммуникативно-прагматический аспекты...* С. 18.

*Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации*

стилической нормы является текст. Связь стилистических норм с текстом проявляется в том, что внутреннее членение стилистических норм может опираться на функционально-стилистическую классификацию текстов, на их жанровые различия. Так же как и языковые нормы, стилистические нормы со временем меняются.

Отступление от стилистических норм в современном медиа-тексте выглядит как столкновение разных стилевых потоков, в то время как в текстах советского периода наблюдалась однонаправленность выбора стилистического регистра. Стилиевая канва изложения пронизана вкраплениями из официально-деловой и разговорной речи, контрастными по своей природе. Ошибка возникает в тех случаях, когда они не сосуществуют, выполняя тем самым выразительные задачи, а произвольно накладываются одно на другое. Психологически такая ошибка мотивирована упрямством системы идеологем тоталитарного языка. Лингвистически природа стилистических ошибок может быть объяснена действием в языке механизмов аналогии и контаминации. Аналогические воздействия обусловлены «смысловым сближением слов и — как следствие такого сближения — уподоблением их синтаксических свойств».<sup>19</sup> Контаминация касается «соединения двух несвободных конструкций, сходных по значению».<sup>20</sup> Аналогия и контаминация становятся источником как собственно языковых дефектов (*предупредить от ошибок* — аналогия с *предостерегать от ошибок*; *применить меры* — контаминация *принять меры и применить закон, санкцию* и т. п.), так и стилистических.

Нарушение стилистических норм приводит к возникновению *стилистических ошибок*, которые проявляются в

<sup>19</sup> Шведона Н.Ю. Активные процессы в современном русском синтаксисе. - М, 1966.-С. 54.

<sup>20</sup> Там же. С. 71.

3.3. Стилистические ошибки и способы их редактирования

неоправданном целями высказывания размывании границ того функционального стиля, в котором происходит общение. Результатом их появления становится несоответствие способа выражения предмету речи и ситуации общения, заданной стилевой прикрепленностью текста. Стилистические дефекты возникают и из-за слабого владения ресурсами литературного языка, и из-за недостаточно развитых навыков коммуникантов непринужденно, полно, лаконично выражать свои мысли.

В материалах прессы последнего десятилетия стилистические ошибки появляются из-за неумения приспособить, адаптировать иностилевой элемент к требованиям публицистического стиля, из-за механического перенесения его в журналистский текст из другой сферы общения. Это обнаруживается и в неумении грамматически обработать «чужое» слово, и в использовании его в неверном значении, не соответствующем новым текстовым условиям, и в копировании определенного способа изложения<sup>1</sup> который в своем функциональном стиле не рассматривается как ненормативный, но в газетном тексте нарушает целостность высказывания. Безусловно, причиной возникновения стилистических ошибок является и низкая речевая культура пишущего, не дающая ему возможность почувствовать инаковость данной лексической единицы и «обработать» ее в тексте СМИ. Так, если сравнить употребление жаргонного слова *халява* в двух разных газетных материалах, то легко обнаружить стилистическую ошибку в первом случае при попадании жаргонизма в обычный для СМИ контекст и вполне приемлемое использование во втором, когда слово стало источником новых смыслов:

(1) (материал о нечеткости некоторых статей закона о налогах) *Халява* не впрок... Ведь такие налоги вынужденно загоняют предпринимателей в тень, делают их

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем в текстах массовой коммуникации

в глазах общества полукриминальными субъектами. Этот произвол кормит взятками и консервирует власть чиновников.

(2) (заголовок материала о новых приемах списывания на экзамене) Халява XXI века (ЧП, 2000, № 32).

В первом примере слово *халява* использовано изолированно, без установки на организацию приема. Кроме того, для номинации описываемой ситуации (*наспех принятый закон*) оно неточно: (*халява — то, что получено даром, без вложений, затрат или за чужой счет* [ТС. С. 657]). Во втором примере частотное в молодежной среде слово употреблено для оценки смекалки и находчивости студентов при «отработке» приемов списывания на экзаменах и зачетах и возможности получения положительных оценок без особого интеллектуального напряжения — *даром, без вложений, затрат или за чужой счет*.

Наиболее типичными стилистическими ошибками можно считать те, которые связаны с традицией включать в газетный текст клише официально-деловой речи:

Он делал *на правительстве* доклад.

Неоправданное использование в речи журналиста профессионального канцелярского жаргона. В официальной речи он нужен для компрессии текста. Результатом такой компрессии становится соединение слов, которые в полном высказывании синтаксически не связаны друг с другом. Но для текстов СМИ такие конструкции не рекомендуются.

• После правки: *Он делал на заседании правительства доклад*.

В ближайшие две недели подпорожские ребята будут *работать на благоустройстве и озеленении города*, заниматься спортом, съездят на экскурсию на остров Валаам.

Предлог *на* со значением объекта возможен в специаль-

ных типах речи: *характеристика Иванова / на Иванова (офиц.)*.

• После правки: *...подпорожские ребята помогут благоустроить и озеленить город...*

В нем (письме) Людендорф *поздравляет его за отличную работу по Ленину*

Кроме нарушения норм языка (неверная связь в словосочетании *поздравляет за работу*, может быть, по аналогии с *благодарить за работу*), нарушены и стилистические нормы (*работа по Ленину*).

• После правки: *...поздравляет его с отличной работой о Ленине.*

Подобные модели - предлог *по* + дательный падеж — свойственны сфере деловой речи. Основной массив словосочетаний с предлогом *по* + дательный падеж сформировался в языке раньше. Н. Ю. Шведова в работе 1966 выделяет наиболее частотные группы словосочетаний в зависимости от семантики главного слова: 1) лицо по Профессии, деятельности: *мастер по антеннам*; 2) различные мероприятия: *олимпиада по математике*; 3) наименование учреждений, организаций: *комиссия по помилованию*; 4) название письменных документов: *вопросник по фонетике*; 5) обобщенные названия целенаправленных действий: *действия по разгрому врага*.<sup>21</sup>

В настоящее время модель словосочетаний с предлогом *по* распространила спектр своих действий на новые конструкции. Причем очевидная прикрепленность их к сфере деловой речи «тянет» в медиа-текст лексические, морфологические, синтаксические средства, маркированные в языке как знаки официально-делового стиля:

По данным ЗАО «АВК», объем погашения по ценным бумагам по данной серии составил 1, 0968 млн рублей.

Была высказана просьба предоставить сведения о по-

<sup>21</sup> Шведова Н.Ю. Активные процессы... С. 40-51

*Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации*

страдавших от деятельности ЗАО «Северная Каисса» в связи с расследованием уголовного дела, возбужденного по факту мошеннических действий управляющего.

Заработная плата по университету была повышена в конце года.

Частотность предлога *по*, вытесняющего другие предлоги и при существительных, и при глаголах, — яркая примета речевой практики конца века. Сегодня широко клишируются словосочетания, в которых у слов развивается новое управление, связанное с действием смысловой и синтаксической аналогии: *дебаты по закону, высказывались по кандидатуре, долги России по газу, задолженность по зарплате*. Экспансия предлога *по* заставила исследователей языка этого периода разделить случаи, когда конструкции с *по* считаются нормативными и когда употребление предлога приводит к ошибке. Использование его приемлемо в рамках семантического пространства, связанного с идеей целенаправленной деятельности (*меры по поддержке = меры для поддержки*). Употребление предлога *по* воспринимается как ненормативное, когда он употребляется при компрессии текста для связи оставшихся элементов, в то время как эти элементы не могут быть связаны между собой:

У США и Китая имеются значительные *расхождения по правам человека* — вместо нормативной связи *расхождения в вопросе {о правах человека}* журналист связал слова *расхождения по правам*;

Опубликовано сенсационное *заявление по боснийским сербам* — вместо нормативной сочетаемости *о боснийских сербах, касающееся боснийских сербов*.

Активизация клише канцелярского стиля — следствие, возросшей политизированности населения и приобщения к публичной речи социальных слоев, не владеющих нормами литературного языка. Фразы, в запале высказанные с

У 33. Стилистические ошибки и способы их редактирования

экрана, быстро тиражируются в спонтанной речевой практике и попадают на страницы газет.

Как вы думаете, *Степашина* все-таки *проголосуют* в Государственной Думе?

Проникновение в текст канцелярита — речевой модели официально-делового стиля.

• После правки... *за кандидатуру Степашина все-таки проголосуют в Государственной Думе?*

Особое внимание на соблюдение стилистических норм следует обращать при подготовке к печати пресс-релизов, насыщенных конструкциями официально-деловой речи и терминологией. Часто редакции и издательства публикуют полученный пресс-релиз — *детвой* текст или *документ* — почти без соответствующей нормам газетно-публицистического стиля обработки. Сравнение двух типов таких текстов помогает обнаружить стилистические ошибки.

Пресс-релиз	Газетная информация
...идет обработка и анализ первичной информации, полученной в ходе работы экспертов на месте убийства. Сформирована объединенная оперативно-следственная группа в составе сотрудников ФСБ, МВД, ГУОП и прокуратуры.	...идет обработка и анализ первичной информации, полученной в ходе работы экспертов на месте преступления, также сформирована объединенная оперативно-следственная группа в составе сотрудников ФСБ, МВД, ГУОП и прокуратуры.

В газетном тексте еще больше усложнен синтаксис (одно союзное сложное предложения, части которого содержат однородные и обособленные конструкции). Кроме того, сохранена модель канцелярской речи (*группа в составе сотрудников*), в которой очевидно нарушение норм сочетаемости слов.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем в текстах массовой коммуникации

• После правки (с опорой на публицистический стиль):...  
*сейчас обрабатывают и анализируют первую информацию. Ее получили эксперты на месте преступления. Из сотрудников ФСБ, МВД, ГУОПи прокуратуры уже сформировали оперативно-следственную группу.*

Не секрет, что у нас в стране нормативные акты меняются с такой быстротой, что за ними трудно уследить, поэтому необходимо постоянно заниматься *диверсификацией* предприятий.

Узкоспециальный экономический термин *диверсификация* не знаком обычному читателю. Его содержание можно раскрыть, увеличив информативную сторону изложения.

• После правки:...*поэтому необходимо постоянно заниматься диверсификацией предприятий, т. е. расширением ассортимента производимых изделий или видов предоставляемых услуг.*

Употребление термина снижает ясность высказывания. Хотя объективно ошибка из-за его использования не возникает, но в изданиях, предназначенных для широкого читателя, следует комментировать значение узкоспециального слова. Например: «Самая ответственная и трудная стадия — приготовление посевного мицелия (то есть грибницы). Потом мицелий прививают на влажное стерилизованное зерно пшеницы, ржи или проса, и в итоге получают «грибные семена» (ДП, 15.05.00).

Снижает ясность высказывания и нарушает эффективность процесса коммуникации и употребление неадаптированного языком, плохо освоенного речевой практикой иноязычного слова:

(рецензия на фильм «Пляж») Еще прочитывается очень оригинальная мысль о том, что человек сам хуже акулы и склонен загадить все, к чему прикасается. Мысль иллюстрирует Тильда Суинтон в роли руководительницы островной коммуны — эта лопухая дама с авторитарно

ными замашками начинает с тривиального *харассмента*, укладывая в койку героя Ди Каприо, продолжая выкидыванием в лес покусанного акулой соплеменника, а кончает просто страшно сказать чем; ждите экспансии *креативных* людей. Использование слов с иноязычной основой при наличии у них русских синонимов, понятных читателю, рассматривается как стилистическая погрешность, снижающая ясность высказывания.

К этому времени за плечами певицы были не только «Валенки», обрядовые, свадебные и плакательные песни (*pendant* к цензурированным — для сцены — и нецензурным в жизни частушкам).

Иноязычное вкрапление, не освоенное системой языка, нарушает последовательность изложения и приводит к потере смысла, так как не несет для обычного читателя никакой информации. Кроме того, построенная журналистом классификация (*обрядовые, свадебные и плакательные песни*) тоже вызывает вопросы. *Свадебные и плакательные* песни связаны с обрядами. Нет основания подавать их как другие по отношению к *обрядовым*.

Речь, содержащая заимствованное слово, часто рассматривается как социально престижная. Однако функция медиа-текста — нести информацию. Если иноязычное слово прочно не связано в речевой практике с конкретным содержанием, то от употребления его лишь как знака «престижности» следует отказаться.

Аналогично должно осмысляться и использование жаргонизмов.

Экс-рижанин играть с Каспаровым на равных явно не может. Это *просекли* и спонсоры... Помимо этого участникам причитается 50 тысяч «*зеленых*» на организационные расходы.

Употребление молодежного сленга и разговорного названия валюты не связано с организацией приема. Стилис-

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем чужих текстов массовой коммуникации:

тически окрашенные слова в таком тексте выглядят как небрежность. Можно сравнить употребление слова «зеленый» в другом тексте, где разговорное вплетается в контекст, менее ориентированный на стандартное информационное сообщение: (заголовок) Вчера доллар чуть-чуть подрос; «Четвертый день как одной уздой, позволявшей государству сдерживать прочно „зеленый“, стало меньше. Центробанк отменил специальную сессию на Московской межбанковской валютной бирже, где под его присмотром формировался официальный курс доллара... Так что, получив отпускные, не мешкайте: прикупите „зеленых“ на черный день» (КП, 1999, № 120). Разговорное «зеленый» употребляется как вторичная повторная номинация и «осваивается» в контексте, имеющем знаки выразительной речи {переносное использование слова<sup>1</sup>Лг, антитеза «зеленые» — на черный день, контактная форма общения с читателем: *не мешкайте, прикупите*).

Если бы существовала медаль «За выживание в экстремальных условиях», многие российские аптеки могли бы на нее претендовать. В начале эпохи перемен их *кинули*. Без оборотных средств, без опыта реальной самостоятельности, *в неказистых помещениях, с мозгами*, заштампованными инструкциями. Началась первая аптечная война.

Жаргонное *кинуть* грамматически не «вписалось» в конструкцию (*кинули в неказистых помещениях, кинули с мозгами*\*.). Журналист механически включил в изложение популярное в речевой практике слово, но письменный текст не принимает его без специальной корректировки.

Муж ушел, его не вернешь, в доме — трагедия, а у Тamarы Павловны в жизни словно бы *зависла* своя *искаженная «виртуальная» реальность*, в которой Рохлина по-прежнему чувствует себя всемогущей генеральской женой со связями и с *кучей нереализованных амбиций*.

Текст насыщен не освоенной журналистом лексикой. Термин информатики *зависнуть* (*перестать выдавать информацию*) неточно употреблен по отношению к субъекту действия. Эту неточность усиливают тавтологичные определения к существительному *реальность* и нечеткая пунктуация — *искаженная «виртуальная»*. Кавычки тоже дезориентируют в прояснении смысла. Разговорное слово *куча* рядом с устойчивым книжным словосочетанием (*нереализованные амбиции*) вносит во фразу стилистическую небрежность.

• После правки: *...реальность словно бы зависла и выглядит искаженной, виртуальной. Рохлина по-прежнему чувствует себя всецельной генеральской женой со связями и с массой нереализованных амбиций.*

*Дружественный* сторонникам Георгия Анцева акционер «Радара» — фирма «Строительные материалы -г Аир», *как водится* в подобных ситуациях, оспаривает это собрание в суде.

Употребление в одном предложении слов противоположной окраски приводит к возникновению стилистического контраста в нейтральном изложении, насыщенном стандартной лексикой. Слово *дружественный* имеет книжную окраску.оборот *как водится* используется в разговорной речи и содержит сниженную стилистическую окраску. Кроме того, прилагательное *дружественный* обычно используется, когда речи идет о народах, государствах, отношениях между ними, и для данного контекста не совсем подходит.

• После правки; *Симпатизирующий сторонникам Георгия Анцева акционер «Радара»... как часто бывает в подобных ситуациях.*

Кишечная инфекция *запросто* может расстронсь ряи боту организма на несколько дней. Ведь необходимо время, чтобы восстановить микрофлору пищеваритель-

ного тракта. Нарушение природного баланса в микрофлоре кишечника именуется дисбактериозом.

Разговорное слово в насыщенном медицинскими терминами тексте, употребленное, очевидно, чтобы хоть как-то популяризировать информацию и «привязать» ее к стилю газеты, показывает, что журналист просто не включился в текстовую деятельность, не нашел прием, позволяющий переработать чужой код. В данном случае нужно искать нейтральные синонимические замены специальным терминам, эвфемистические эквиваленты, а уже потом за счет разговорной лексики тонировать изложение.

Он /Ленин/ мог *послать на фиг* самого лучшего друга...

Использование в публичном выступлении (а это фрагмент из телепередачи) грубого просторечного слова рассматривается как стилистическая ошибка.

- Вариант правки... *пог обругать*...

Единичные вкрапления просторечной лексики в текст СМИ — свидетельство низкой культуры журналиста. Любой отход от нормы должен быть обработан как прием, организуемый все изложение. Обращение журналистов к упрощенному, просторечному способу номинации ситуаций — примета текстов СМИ последних десятилетий. Приведенные ниже фрагменты из материалов прессы иллюстрируют эту закрепившуюся тенденцию:

Надеемся, области больше не будут *оттяпывать* друг у друга уезды и уголья;

К концу прошлого века, когда Россия, занимавшаяся после Крымской войны исключительно мирными проблемами, собралась с силами и, *наплевав* на парижский договор, развернула строительство броненосного флота, плавающего на угле и нефти, акватория Севастопольской бухты опять превратилась в мертвую водную пустыню;

Л 33. Стилистические ошибки и способы их редактирования

Четыре с половиной часа запертые журналисты мрачно бродили по БКЗ, *накачивались* в буфете пивом и *трепались* с передовым отрядом путинской охраны, которая вполголоса сетовала на постоянные опоздания шефа.

Стилистические ошибки, как отмечалось выше, могут искажать смысл высказывания или затруднять его понимание:

Почему в России политические мемуары издаются чаще, чем в любой другой стране? Вопрос не *шибко* сложный... Вот и повод садиться за воспоминания, от которых явно *припахивает горячей политической кухней*... Филатов — один из Vex, кто был *вызван* на властный Олимп, *приближен*, а затем *задвинут* (*хорошо, хоть не отброшен*) Ельциным.

Это фрагмент из текста, в котором журналист пытается «передать» авторство повествователю. Его речевая маска разрабатывается с помощью приема остранения. Производитель речи анализирует тему и рассказывает о ней по-своему, неофициально, по-простому. Обращение к иностилевой лексике понятно, но журналист не владеет таким способом изложения. Разговорное *припахивает* имеет значение «слегка пахнуть». Рядом со словосочетанием *горячая политическая кухня* оно создает алогизм, так как прилагательное *горячая* в переносном употреблении передает значение интенсивности, напряженности. Кроме того, в ряду однородных сказуемых последние два должны, по мысли автора, формировать антонимичные отношения. Но это не получилось. У глагола *задвинуть* нет сем, которые позволяли бы его противопоставить глаголу *приблизить*. Вероятно, на построение фразы повлияло знание журналистом того значения глагола *задвинуть*, которое закреплено лишь в молодежном жаргоне: *покинуть, оставить, бросить* [СМС. С. 138]. Употребил oft. нейтральное слово, текст получил бы завершённый смысл, а его стиль выразительность: ...затем брошен (*хорошо хоть не отброшен*).

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

Сфера действия стилистических ошибок касается и смещения информационного фокуса сообщения. Часто это связано с таким построением текста, когда насыщенность высказывания «чужими» речевыми моделями перекрывает документальную организацию:

Вместо того чтобы сказать правду, что в политической системе, где назначают официальных преемников, выборы президента по большому счету не имеют смысла, Немцов *вешает нам лапшу на уши*, предлагая растянуть эту бессмысленную игру на два тура, а еще лучше — до бесконечности... Хотя *ему понятно*, что лидеры СПС; разве что кроме Чубайса, не понадобятся Путину ни при каких обстоятельствах... Тогда действительно выборы превратятся в сплошную пытку и *маразм*... После его (Зюганова) неудачи в первом туре они (*зюгановский электорат*) *будут оплеваны*. Наш самодержавный политический режим за три недели мы не исправим. А *вляпаться в очередную волну конфронтации* вполне сможем... С другой стороны, будет выгодно, если Зюганов сохранит свой *имидж системного оппозиционера* и у его окружения не проснется *бешеное* желание взять реванш за прежние поражения... В результате может начаться движение маятника общественных настроений из нынешней позиции умиротворенности и спокойствия в сторону *раздрая*, когда для русского человека становится «*море по колено*» и ему *на все наплевать и все нипочем*... Мы ничего не выиграем, если *покажем* ему (Путину) *дулю в кабине для голосования 26 марта*.

Стилистически окрашенная лексика (*вешать лапшу на уши, ему понятно, оплевать, маразм* и т. п.) не связана с конкретными фактами. Это универсальные номинации для множества ситуаций. Пишущий просто разными способами передает одну эмоцию — раздражений. С точки зрения логики, в таком изложении — порочный

круг, так как в нем не обнаруживается движение мысли. Повтор одного и того же смысла в предпоследнем предложении еще одно свидетельство этого: *море по колено (все ничем — ФС. С.254) — на все наплевать — все ничем*. Этот пример показывает, что обращение к разговорным и просторечным словам не освобождает журналиста от необходимости коррекции высказывания. Так, во фразе *вляпаться в волну* — нарушение норм сочетаемости слов; а в финальном фрагменте текста *показать ему (Путину) дулю в кабине для голосования* — непредусмотренный автором каламбур, возникающий из-за расширения границ устойчивого словосочетания (надо: *показать ему дулю на выборах* или *показать ему дулю, заполняя бюллетень для голосования*).

Стилистические ошибки возникают и из-за речевой избыточности. К ней относятся *плеоназм и тавтология*.

*Плеоназм* связан с употреблением лишних слов, плеонастических оборотов (*оказать помощь* вместо *помочь*), «пустых» слов и слов-«паразитов» — квазислов (*значит, так сказать, где-то, однозначно* и т. п.). Обычно это слова и словосочетания из официально-делового стиля, которые перегружают неделовую речь.

В последнее время довольно часто как «пустые», как слова, восполняющие речевую паузу, стали использоваться слова *как бы* и *на самом деле*. Говорящие не учитывают их оригинального значения, «производя» избыточные высказывания:

*На самом деле и в правду* большая часть экипажа находилась в той части лодки, на которую пришелся основной удар;

*На самом деле всерьез* подобный силовой вариант вряд ли рассматривается, хотя бы потому, что он может обернуться отставкой самого правительства; Я хочу тоже здесь прояснить, чтобы это не вызвало *какбы* сомнений.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

Некорректное использование этих слов — свидетельство невысокой культуры говорящего. Наши новые «паразиты» *как бы* и *на самом деле* снижают не только культуру общения, но серьезно искажают смысл материала. Дело в том, что эти слова имеют в языке определенную семантику. Употребляя слова *как бы* и *на самом деле* только как квазислова, говорящий/пишущий дезорганизует процесс восприятия сообщения. В некоторых случаях их использование не связано с искажением информации, потому что в целом высказывание не вступает в конфликт со значением этих слов:

Нам не нужно ни перед кем, то есть, значит, как бы расшаркиваться.

Чаще же их неумелое употребление приводит к неточной или даже комичной передаче смысла. Так, избыточность *как бы* в теле- и радиointerview Б. Березовского лишает логики его реплики:

«Конечно, это как бы в большей степени шутка»; «И поэтому как бы я не хочу сегодня лицемерить».

Шутка или предупреждение? Лицемерие или нет?

Рассказывая об открытии в Эрмитаже после реставрации парковой скамейки императора России, журналист пишет:

«Эта скамейка, она рассчитана на посадку как бы двоих: императора и императрицы».

За неловко построенной фразой — некорректное отношение к высокопоставленной фамилии.

Типичные плеонастические ошибки можно увидеть в следующих предложениях:

Применение этой санкции будет способствовать более *скорейшему* разрешению конфликтной ситуации.

Плеонастическое смешение двух способов образования степени сравнения прилагательного: сравнительной и превосходной.

- После правки: *более быстрому* или *скорейшему*.

И это где-то примерно уже половина всех заказов на текущий год.

Неочищенность фразы от «пустого» слова.

• После правки: *И это примерно уже половина...*

*В деле* своевременного завершения проекта очень важно соблюдать сроки поставок.

Использование отыменного предлога официально-делового стиля.

• После правки: *Для своевременного завершения проекта...*

Причины возникновения тавтологии и способы ее исправления могут быть разнообразными. Чаще всего в текстах СМИ тавтология появляется при контактном использовании однокоренных слов:

...руководство «ЮКОСа» рассматривает в настоящей время предложения о *возможной* переориентации своих нефтепродуктов. *Возможно*, «ЮКОС» откажется от поставок топлива...

В одном фрагменте — однокоренные прилагательное и вводное слово.

• После правки: *...о возможной переориентации своих нефтепродуктов. Вероятно, «ЮКОС»...*

ООО «Инком ДСК-3» также *выпускает* небольшой *выпуск* облигаций — всего на 1 тысячу квадратных метров.

Близко оказались однокоренные глагол и отглагольное существительное.

• После правки: *...выпускает небольшую партию облигаций.*

В послании утверждается, что газета все перепутала, Степашин, дескать, ничего не одобрял и соответственно с Кириенко не расходился. А *местная* милиция, мол, действовала неправильно, и посланная *на место* комиссия наведет шорох *на месте*.

Небрежность выражения мысли: однокоренные слова трижды повторяются в одном предложении.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

• Вариант правки: *А местная милиция, мол, действовала неправильно, и отправленная в регион комиссия наведет там шорох.*

Более сложная форма тавтологии — повторение уже выраженного смысла. В таких случаях сближаются синонимы и перифразы:

После *трудностей, сложностей*, нищеты, с которой начиналась работа, компания «нашла в себе силы» взять еще одного аспиранта.

В роли однородных членов использованы полные синонимы без установки на выразительный эффект.

• Вариант правки: *После трудностей, нищеты...*

...в Сербии, где правящий режим годами успешно подавлял инакомыслие и *манипулировал* оппозиционными силами, *как ему заблагорассудится*, — нынешнее поступательное движение молодой демократии к власти выглядит неожиданно легкой прогулкой.

Значение глагола *манипулировать* включает компонент *произвольное действие, подчинение собственным интересам*. Сравнительный оборот следует сократить. Он не выполняет выразительной нагрузки.

Этой *деятельностью занимаются* многие бывшие военные и инженеры.

В основе словосочетания слова, одно из которых содержит значение другого: *деятельность* — *работа, занятие* в какой-л. области [Словарь. Т.1. С. 395].

• После правки: *Этим занимаются многие бывшие военные и инженеры.*

И этим временам нужен новый претендент. Чего от него ждут? В первую очередь он должен удовлетворять представлениям народа об идеальном мужчине, отце и даже, если хотите, самце. *Энергичный*, мужественный, сексуальный, *полный сил, энергии* и опыта, знающий, чего он хочет и как это сделать.

Тавтология возникла из-за перифрастического наименования отмеченного уже выше качества. Кроме того, в ряду однородных членов предложения — *полный сил, энергии и опыта* — последний компонент явно не сочетается с главным словом (*полный опыта*).

• После правки:... *сильный, опытный, знающий...*

Однако тушение пожара *СИЛЬНО* затруднено из-за *СИЛЬНОГО* ветра.

Фрагмент устной речи (телерепортаж). Разговорное слово *сильно* (в значении *очень, весьма*) в спонтанной речи прочно связано с этим производным значением. Говорящий уже не ощущает его звуковое (и корневое) тождество с прилагательным *сильный* (в значении «*производимый с большой силой*»).

• После правки:...*затруднено из-за сильного ветра.*

По словам А. Починка, работа в этом направлении уже проводится. В связи с этим, *по мнению министра*, должен быть пересмотрен подход к финансовой и банковской тайне. Необходимо, *по его мнению*, раскрывать направление и источник перевода крупных сумм *свыше установленного определенного* минимума.

Тавтологичными оказались слова, называющие источник информации, хотя лексических способов указания на чужую речь в языке достаточно: *как указал, как отметил, заметил, особо подчеркнул, остановился* и т. п.

Кроме того, тавтология обнаруживается и в словосочетании *установленный определенный*. Одно из слов включает в себя значение другого: *установленный* — *утвержденный, узаконенный, введенный в действие*; *определенный* — *установленный, назначенный*.

Отметим также и грамматическую ошибку: слово *тайна* должно быть употреблено в форме множественного числа, так как речь идет о разных видах тайн.

В предложении отсутствует запятая после слова *сумм*. Вероятно, пишущий хотел следующую за этим словом фразу оформить как определение, уточняющее, что же понимать под словами «*крупные суммы*», но не сумел «рассмотреть» его из-за небрежности выражения мысли.

• После правки: *По словам А. Починка, работа в этом направлении проводится. В связи с этим, как считает министр, должен быть пересмотрен подход к финансовой и банковской тайнам. Необходимо, по его мнению, раскрывать направление и источник перевода крупных сумм, превышающих установленный минимум.*

*Речевая недостаточность* — еще один тип стилистических ошибок — связана с немотивированным пропуском слов. Она может привести и к нарушению грамматической сочетаемости слов, и к неясности высказывания. Обычно речевая недостаточность возникает на этапе перевода внутренней речи во внешнюю.

*По опросу трех независимых пенсионеров, страдающих бессонницей, ночная встреча губернатору СПб и Президента РФ не касалась темы ухода с политической сцены накануне выборов в дипломатическое небытие.*

Типичный случай «неперевода» внутренней речи во внешнюю, когда пропуск слова в клишированном словосочетании (*по данным опроса*), отсутствие зависимого слова, указывающего на лицо-носителя признака (*уход с политической сцены нынешнего губернатора Санкт-Петербурга*) привели к нарушению грамматической сочетаемости и к смысловой неполноте высказывания. Даже иронический колорит фразы не восполняет эти потери.

• Вариант правки: *По данным опроса трех независимых пенсионеров, страдающих бессонницей, ночная встреча губернатора СПб и Президента РФ не касалась темы ухода первого с политической сцены...*

Мы часто своей фирмой, с сотрудниками, снимаем где-нибудь базу отдыха на несколько дней. И вообще, у нас коллектив очень дружный, любим *праздновать и отдыхать* вместе.

Первый глагол из ряда однородных членов предложения требует зависимого слова.

• После правки: .. любим *вместе встречать праздники и отдыхать*.

Я *заявляю* протест и *неуважение*...

Речевая недостаточность из-за употребления одного глагола к таким однородным дополнениям, которые в смысловом и грамматическом отношении различаются, привела к нарушению языковых норм. Глагол *заявлять* не следует использовать в данном случае рядом со словом *протест*, так как *протест* — это *заявление о несогласии с чем-либо* [Словарь. Т. 3. С. 532]. В «связке» *заявлять неуважение* глагол управляет не винительным падежом, а предложным падежом. Механизм аналогии распространился на нарушение грамматической связи в ряду однородных членов предложения.

• После правки: ...*выражаю протест и заявляю о неуважении*. ..

ЖСК не всегда своевременно получают положенные им дотации от города и нуждаются *в помощи* администрации *в проблемах* предоставления коммунальных услуг и установки приборов учета в домах.

Пропуск зависимого слова привел к нарушению грамматической сочетаемости.

• Вариант правки: .. *нуждаются в помощи администрации в разрешении проблем, связанных с предоставлением коммунальных услуг и с установкой приборов учета в домах*.

В перечисленных примерах из текстов СМИ отклонения от стилистической нормы, форсированный язык снижают порог ответственности за переданную информацию и одновременно размывают жанрово-стилевые границы

*Глава 3. Работа редактора над языком и стилем чикетов массовой коммуникации :*

текста. Примечательно, что серьезные средства массовой информации стараются избегать подобных ошибок. Так, одна из независимых телекомпаний, восстанавливая хро<sup>А</sup>; нику трагических событий по спасению жизни моряков затонувшей атомной подводной лодки и действия официальных лиц, в первом информационном выпуске использовала разговорное слово с негативной оценкой: Вашингтон предлагает помощь. Москва отмахивается. В следующем выпуске эта же фраза отредактирована в соответствующей для данного события и жанра передачи форме: Вашингтон предлагает помощь. Москва молчит.

### **3.4. Коммуникативные ошибки и способы их редактирования**

Под *коммуникативной нормой* понимается осуществление коммуникативной деятельности в соответствии со сложившимися стандартами общения. Эти стандарты могут быть достаточно жесткими (речевой акт соболезнования, дискурс официального письма) или, напротив, обладать широким диапазоном варьирования. Во всех ситуациях общения они функционируют как регуляторы процесса коммуникации.

Важной составляющей коммуникативных норм является их ориентация на ценности, существующие в данной культуре, включая этические нормы и нравственные императивы. Речь здесь идет о культурной рамке общения, выход за пределы которой характеризует коммуникативный акт как ненормативный и по существу представляет собой явление дисфункции. Культурная рамка объемлет все коммуникативное пространство и создается прежде всего наличием в нем культурем, т. е. текстовых или поведенческих знаков принадлежности к данной культуре

#### 3.4. Коммуникативные ошибки и способы их редактирования

(культурной страте). При этом важнейшей культуремой является сам язык. В целом коммуникативные нормы представляют собой сложный сплав коммуникативных стандартов, прагматических регуляторов и этикетных правил.

*Нарушение коммуникативных норм* проявляется в поведении: вмешательство в разговор других людей без извинения, прерывание собеседника, ложь ради собственной выгоды, применение физической силы в конфликтных ситуациях, отсутствие реакции на приветствие (вспоминаются «муки» интеллигентного героя фильма «Осенний марафон», решившего не протягивать руку своему коллеге по университету). Нарушение коммуникативных норм может касаться и правил общения в текстообразовании: подчеркнутая книжность разговорной речи или фамильярность делового дискурса, этическая избыточность общения как проявление полукультуры, использование нецензурной лексики, жаргона и других элементов контркультуры, насыщенность высказывания просторечиями и клише массовой культуры как элементами субкультуры. Все это размывает коммуникативные нормы. Кроме того, приводит к коммуникативным ошибкам может способ введения в текст культурем — неумение пользоваться знаками культуры при их внедрении в текст.

Наблюдения за практикой СМИ позволяют представить типологию коммуникативных ошибок и определить причины их возникновения.

В прессе конца XX века очевидны три типа коммуникативных нарушений:

- ошибки, возникающие в результате некорректного представления в медиа-тексте реального лица;
- ошибки, возникающие в результате некорректного представления факта;
- ошибки, возникающие в результате некорректного использования культурем.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем чикетов массовой коммуникации:

Факты нарушения коммуникативных норм по отношению к реальным людям, героям материалов СМИ, можно увидеть, например, в тексте ведущего информационно-аналитической программы. Рассказывая о действиях высоких должностных лиц государства, журналист в ходе построения доказательства использует аналогии из области контрастной политике и экономике (бытовые параллели, зоосфера и т. п.). Это нередко связано с целью коммуникативно подавить или подчинить себе собеседника или слушателя. Таким образом, коммуникативная норма нарушается не только по отношению к описываемым лицам, но и одновременно по отношению к участникам процесса общения:

Молодые реформаторы ни минуты не занимались реформами. Как пьяницы у гастронома продают вещи жены за стакан, они продавали самые лакомые куски экономики, чтобы спасти свою горящую душу именно сегодня, чтобы выжить, чтобы задобрить президента.

Сравнение сближает контрастные сферы и обнаруживает предельную субъективацию изложения, в основе которой перемещение фокуса оценки. Между первым и вторым предложениями фрагмента должен быть (по нормам общения в публицистическом стиле) целый кусок текста, содержащий факты, доказывающие бездеятельность Чубайса и Немцова (речь в материале о них). Тогда в последующем изложении оценка фокусировалась бы на деятельности, а не на лицах: *Их действия напоминают действия пьяниц у гастронома, продающих вещи жены.* Редукция фактологической стороны привела к неверному установлению связей и к оскорблению реальных лиц. Вероятно, автор стремился введением бытовых аналогий установить эмоциональный контакт с широкой аудиторией, но отсутствие навыков обрабатывать приемы поэтики и неумение корректировать написанное в соответ-

#### 3.4. Коммуникативные ошибки и способы их редактирования

вии с системой норм, актуальных для текстов СМ И, привели к деформации документального дискурса.

СПС и «Яблоко» встали часовыми у мавзолея. Мавзолей — это Примаков.

По отношению к немолодому человеку вряд ли стоило употреблять метафору, связанную с подобной семантикой (*большое надгробное архитектурное сооружение*).

Использование в текстах СМ И образных ресурсов языка — одно из средств создания выразительной речи. Однако необходимо оценивать допустимость образного приема в ситуации, когда она касается конкретных лиц:

Для русских Давосский форум — это своеобразный парад павлинов.

Употребление зоологизмов, если речь идет о реальных людях, а не о литературных героях, предполагает наличие тонкого вкуса, так как «зоологические» номинации касаются не только внешнего сходства, но и актуализации в описании характерологических качеств, которые культурная традиция связывает с тем или иным представителем фауны. Одно Дело, когда реальное способствует таким аналогиям, другое, когда реальное воспроизводится только через знаки «чужого» мира.

Стремление показать раскованности мышления и также раскованно излагать свои соображения приводит журналистов к поискам экспрессии в собственном имени:

Следует на каждого *Доренку* иметь *свою анти-Доренку*, которой и поручить овладение классической и новейшей демагогией. Этот *Анти-Киселев* и мог бы разъяснить замороженному обществу, что это абсолютно не его, общества, дело — решать, какая мера пресечения чрезмерна для подозреваемого лица, а какая нет.

В данном фрагменте при трансформации имени лица опора на субкультуру (отступление от нормы при изменении украинской фамилии, игра с категорией рода) привела

*Глава 3. Работа редактора над языком и стилем чикетов массовой коммуникации.*

к тому, что пишущий сам запутался, каким родом, какой орфографией пользоваться (*своя анти-Доренко — этот Анти-Киселев*).

Разговорная и просторечная лексика, жаргонизмы, проникшие в медиа-текст, используются часто в тех фрагментах изложения, которые касаются качеств и действий конкретных лиц. Здесь корректировка высказывания в отношении возможности применения таких слов должна быть особенно тонкой. Сам факт использования окрашенного слова уже привносит в изложение оттенок фамильярности. Неумелая его обработка еще больше маркирует, выделяет такой фрагмент:

Зато *мэровский любимец* скульптор З. Церетели почему-то *вился* в основном в кругу С. Степашина.

Разговорное слово *виться* (*вертеться возле кого-, чего-л., неотступно ходить за кем-л., увиваться* — Словарь. Т.1. С. 179) не согласуется со словом *в кругу* (*группа людей, объединенных какими-л. связями* — Словарь. Т.2. С. 136). В подобном словосочетании у слова *виться* развивается другое, прямое значение, которое провоцирует ненужную образительность.

...дважды *ГИМНЮК* СССР Сергей Михалков в третий раз «перелицевавший» гимн — просторечное окказиональное образование с суффиксом — *юк* в материале об авторе новых слов к гимну России. Существительные с окрашенным суффиксом — *юк (а)*, активным в разговорной речи и просторечии, относятся к группе стилистически маркированных слов. Из-за звукового сходства с бранным грубым просторечием новое слово выглядит вульгаризмом. Вульгаризмы в газетной речи по отношению к реальному человеку — это не только публичное оскорбление и нарушение нравственно-этических норм, это и вызов адресату сообщения, для которого подобный выход за пределы культурной рамки общения неприемлем.

3.4. Коммуникативные ошибки и способы их редактирования

«Патриотическая песня» Глинки — хоть и без слов — звучала по каждому торжественному случаю, и даже коммунисты (за исключением безнадежно «отмороженных» вроде депутата Шандыбина) дружно вставали при первых же аккордах.

Жаргонное слово содержит неодобрительные коннотации (*глупый, недалекий, неразвитый в эмоциональном и интеллектуальном плане человек* — СМС. С. 298). В тексте, где смысловой акцент связан с другой темой, такая на ходу брошенная номинация-характеристика безусловно нарушает коммуникативные нормы стиля.

Коммуникативные ошибки могут возникать и произвольно. Так, при выборе средств номинации для описания конкретного лица и его действий автор цитируемого ниже фрагмента не учел особенностей облика человека:

Тем не менее Березовский чувствует себя уверенно: *волос не упал* не только с его *головы*, но и с головы руководителей «Атолла».

Употребление по отношению к лысеющему человеку подобного фразеологизма приводит к непреднамеренной каламбурной двусмысленности.

В материале Эффект осла (заголовок) коммуникативные нормы нарушаются из-за неверной верстки текста. Под заголовком помещены три фотографии Гайдара в разных ракурсах. В самом тексте комментируется позиция Гайдара по отношению к экономической политике правительства Касьянова. Но заголовок связан не с этими фотоклише, а с концептуальным тезисом, сформулированным в последнем абзаце с помощью аналогии: На Востоке знают, что осел идет вперед только тогда, когда ему больно. Поэтому осла заставляют идти вперед, причиняя ему боль, и он идет, пока чувствует эту боль. Сейчас мы снова можем причинить некоторую боль нашей экономике, чтобы она двигалась вперед. Потому что

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

страна уже оправилась от предыдущего рывка, и застыть на месте будет для нее куда больнее. В подобных случаях надо либо менять заголовок, либо отказываться от фото. Возникающие в результате неумелой верстки текста ненужные связи и параллели перечеркивают важные содержательные моменты материала. Таким образом, нарушение коммуникативных норм приводит и к информативным потерям.

Причиной коммуникативных дефектов, возникающих в результате некорректного представления в тексте той или иной ситуации (вторая группа ошибок), становится неоправданное целями сообщения расширение границ публицистического стиля. Возможные при этом нарушения языковых норм — свидетельство неумелого использования «чужого» знака — делают дефект еще очевиднее:

(1) Промышленность развалена. Армия способна **МОЧИТЬ** только внутри страны.

(2) Так же «испарились» 500—700 трупов наемников, о которых нам **трепались** военные в доказательство своего молодчества.

(3) На же тебе, **падла**, социализма!.. У народа достаточно **дерьма** накопилось...

В первом примере использование жаргонного слова для названия действий регулярной армии — проявление пренебрежительного отношения к традиционным установлениям в обществе. Кроме того, значение этого слова не «перекрывает» функции армии и представляет ситуацию в искаженном, примитивном виде: *армия должна быть способна убивать не только внутри страны, но и за ее пределами.*

Во втором случае просторечное слово с пренебрежительной коннотацией не может быть, с точки зрения морали и нравственности, с точки зрения отношения в обществе к событиям в Чечне, употреблено в данном контексте. Авторский окказионализм *молодчество* лишнее подтвержде-

#### 3.4. Коммуникативные ошибки и способы их редактирования

ние неполного, «парцеллированного» вхождения пишущего в культуру и слабого знания словаря, так как в языке уже существует слово с аналогичным корнем для передачи положительного значения *молодечество* (*безрассудная, показная отвага; ухарство* — Словарь. Т. 2. С. 291).

В последнем примере нелитературная лексика использована для выражения собственной крайней оценки ситуации субъектом речи. Причем сам субъект характеризует себя не лучшим образом: как доведенный до отчаяния человек, находящийся в конфронтации ко всему и ко всем. Свобода от идеологии и раскованность вылились в сквернословие и брань, за которыми кроется, безусловно, непрофессиональное отношение к текстовой деятельности. Эмоции полностью перекрывают информацию.

Авторизация публицистического текста, которая связана со стремлением журналистов к самовыражению, к отходу от клише старой прессы, в сочетании со слабым владением культурой письменной речи и невниманием к системе различных норм, касающихся специфики функционирования текстов СМИ, могут привести к чрезмерной субъективации дискурса — гиперавторизации. При этом автор «тянет» в медиа-текст индивидуальное видение ситуации, подменяя им саму ситуацию.

У нас что, Советский Союз? Там государство было ширмой для всевластия компартии. Помнится, время от времени на Пленумах ЦК принимались постановления «О повышении роли государственных органов управления...».

*На полном серьезе!* Народ за границей *охреневап*. Как это так, какая-то общественно-политическая идеологическая организация принимает ПОСТАНОВЛЕНИЕ о повышении роли государства.

Например, я, как юный пионер, понимал, что родная *партия надрывается*, улучшая нашу жизнь, а *государство* в это время *сачкует* за ее спиной. Вот партия и гово-

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем ч-кетов массовой коммуникации:

рит: *сукино ты государство*, да повысь ты свою роль,; сколько ж можно за тебя *пахать* на благо народа!..

С *культуркой* плохо, *попса* *одолела*? Так поднимайте наше, родное, талантливое! Нет-нет, надо нашим государственным срочно разьяснять смысл хотя бы некоторых любимых ими слов. Иначе мы рискуем *поймать* большие трудности не только с кирпичами...

Автор смешал в тексте разговорную, просторечную, жаргонную, бранную лексику, молодежный сленг, не организовав их в единый прием. Самое главное, что препятствует этому, — отсутствие конкретного содержания, ради передачи которого расширяются границы стиля, нарушаются; стилистические и коммуникативные нормы. Журналист словно ведет полемику, но не ясно, с кем и по поводу чего. За эмоциональной интонацией, которую создают вопрос\*но-ответные конструкции, открытое авторское Я, не ощущается того иронического модуса, в котором мерцает игровое совмещение позиции автора и повествователя. Нет и того реального, которое вступало бы в игру с ирреальным и этим генерировало бы новый оригинальный смысл. Сама по себе подчеркнутая ориентация на нестандартные для медиа-текста способы номинации, свойственные маргинальным группам, без опоры на прием, придает изложению: характер вульгарного примитивизма.

Третья группа коммуникативных ошибок связана с немотивированным или неверным использованием культурем — знаков культуры. Культурема «интерпретируется как языковая единица, семантика которой соотносена с ценностным объектом и лишена политических наращений и вкраплений».<sup>23</sup> К культуремам в медиа-тексте относятся и прецедентные феномены. Немотивированное использо-

<sup>23</sup> Купина Н.Л. Языковое строительство: от системы идеологем к системе культурем//Русский язык сегодня. Вып. 1. Сб. статей/Р.ЛН. Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. - М., 2000. - С. 183.

#### 3.4. Коммуникативные ошибки и способы их редактирования

вание прецедентных феноменов проявляется при включении в собственный текст интертекста без его связи с изложением. Обычно это обнаруживается при случайном «попадании» цитаты в заголовок. Так, название статьи Полковника никто не слышит, в котором «угадывается» прецедентный текст {*Полковнику никто не пишет.*}, противоречит содержанию изложения. Материал рассказывает о неоднозначном освещении в прессе судебного процесса по делу полковника Самойлова: С интервалом раз в квартал перипетии этого дела переосмысливаются СМИ в зависимости *от своей* политической *ориентации*, причем, насколько мне удалось уяснить, политический расклад таков: *оппозиция* категорически *осуждает* полковника Самойлова, а *СМИ, поддерживающие губернатора*, Самойлову отчаянно *сочувствуют*.

Коммуникативная ошибка не единственное свидетельство слабой включенности журналиста в текстовую деятельность. Отступления от разных норм прослеживаются во всем изложении. В приведенном фрагменте нарушены нормы языка при употреблении возвратно-притяжательного местоимения (надо: *их ориентации*), нормы логики изложения при построении сопоставительной конструкции (надо: *оппозиционные губернатору СМИ и поддерживающие его*).

Заголовок Век «Свободы» не видать привлекает игровой обработкой «чужой» речевой партии, но сам текст рассказывает о нескоординированности действий в общении с прессой разных служб, имеющих отношение к Министерству обороны. Как один из примеров этой нескоординированности приводится противоречивая информация о судьбе арестованного корреспондента радио «Свободы» Андрея Бабицкого. Между заголовком и текстом помещен подзаголовок, который еще больше «разводит» название материала и его содержание: Генштаб не

*Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации*

знает ни об аресте журналиста, ни о переговорах Гантемирова с боевиками. Возможно, если бы журналист сфокусировал все повествование на судьбе корреспондента радио «Свободы» или сохранил бы оригинальное прецедентное высказывание (*Век свободы не видать*) и подумал о его связи с текстом (например, *в условиях свободы прессы СМИ оказываются зависимыми от источника информации — чиновников, манипулирующих этой информацией и дозирующих ее*), опора на «чужой» текст не выглядела бы случайной.

Информационная заметка о завершившемся в Бостоне четвертом американско-российском симпозиуме по инвестициям в экономику РФ называется Кремлевский вальс-Бостон. Текст заметки — перечисление фамилий официальных лиц, участвующих в симпозиуме, и краткий пересказ их докладов — никак не связан с отсылкой к прецедентному феномену. Такие «брошенные», не осмысленные с точки зрения возможных выразительных эффектов культуры нарушают целостность высказывания и создают коммуникативные помехи при восприятии сообщения. Кроме того, они указывают на неспособность пишущего распорядиться выразительным потенциалом. Даже тот факт, что газетный материал создается оперативно, не позволяет пренебрегать коммуникативными нормами. Новые условия творчества журналистов, новые возможности раскованного стиля, все дальше уходящего от клишированных фраз и стереотипных способов оценки, повышают требования и к качеству письма. Подкрепи журналист лексически этот заголовок в тексте (*представительная делегация экономистов Кремля приглашена в Бостон не на вальс, а на очередной четвертый американско-российский симпозиум по инвестициям в экономику РФ*), скорректируй сам заголовок (*Вальс Кремля в Бостоне*), эстетические

#### 3.4. Коммуникативные ошибки и способы их редактирования

добавки сработали бы и не вызвали недоумения у внимательного читателя, оценившего бы и красоту игры.

Неверное использование прецедентного феномена обнаруживается в незнании или неточном знании журналистом того явления, которое стоит за используемым в тексте феноменом культуры. Так, в материале о С. Говорухине — одном из кандидатов на пост главы государства на президентских выборах — журналист пишет:

Говорухину ничего другого не осталось, как превратиться в пламенного защитника униженных и оскорбленных, *пророка пустых кастрюль* и страстного борца с социальной несправедливостью.

Если имеется в виду прецедентная ситуация — бунт чилийских домохозяек, стучащих перед президентским дворцом в пустые кастрюли, — то слово *пророк* (в значении *предсказатель будущего*) должно быть включено в более широкий контекст: *пророка бунта пустых кастрюль*. В редуцированном варианте возникает чисто метонимический перенос и очень узкий для соответствующего программного тезиса Говорухина, *предсказывающего пустые кастрюли*. В данной ситуации более соответствует национальной культуре: *пророка пустых холодильников (прилавков)*.

Странное соединение слов прецедентного высказывания в заголовке статьи о группе «Мумий Тролль» КазнитьНельзяПомиловать сняло выразительный эффект прецедентного феномена, экспрессивность в котором возникает из-за возможности по-разному прочитать фразу. На ненужность переработки подобным образом «чужого» слова указывает и сам текст:

За долгие годы своей хитроумной и вертлявой карьеры группа «Мумий Тролль», кажется, более всего заслужила реакцию, вынесенную в заголовок этой заметки. А самому Илье Игоревичу Лагутенко давно следовало бы

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем чужаков массовой коммуникации:

написать сочинение на тему «Счастье — это когда тебя понимают».

Прецедентные феномены — хороший материал для медиа-текста. Они актуализируют фоновые знания читателя, вводят в оперативную память знаки культуры, интеллектуализируют изложение, но обращение к ним предполагает напряженную творческую работу создателя и редактора текста. Ведь эти знаки являются носителями эстетической информации, следовательно, они вправе рассчитывать и на эстетическую обработку.

Кстати, текст, использующий прецедентные феномены, легче править, чем текст, ориентированный на подчеркнутую метафоричность. Природа прецедентного явления определяется его *надиндивидуальным характером*. Природа метафоры опирается на подчеркнуто *индивидуальное видение* явления. Определить основу переноса в метафорическом сближении двух явлений сложнее, чем обнаружить основу сближения «чужою», освоенного культурой, и своего. Особенно если текст построен на непрозрачных, «небрежных» в языковом отношении метафорах. Практика редактирования это подтверждает. Исправить текст, приведенный ниже, можно только в том случае, если удастся уловить мотивы метафорического переноса и скорректировать некоторые грамматические и смысловые связи между словами, заменяя отдельные метафоры нейтральными номинациями:

С советско-коммунистической тинной, обволакивающей все наше общество, боролись сотни талантливых людей. Но заслуга Солженицына в том, что он первым глубоко и мощно показал всю ее фальшь, жестокость по отношению к своему народу.

<...> И все это было на фоне тяжелого писательского труда с использованием тысяч фактов, человеческих исповедей и глубокого анализа.

#### 3.4. Коммуникативные ошибки и способы их редактирования

Сейчас очевидно, что его жизнь и творчество стали «дрожжами», которые разрушали старую идеологию коммунистического «совка». Недаром Андрей Сахаров признал, что Солженицын «является гигантом борьбы за человеческое достоинство\*», подчеркнув, что он обладает и пророческим даром...

Объективно оценивая Горбачева, можно сказать, что он во времени и пространстве соединил «дрожжи» Солженицына, «муку» Сахарова и выпек свой... исторический «пирог». «Пирог» получился не очень пропеченным, кое-где даже горьким, но ведь в конце концов он же не сверхчеловек, не имеющий права на ошибки!

Кроме развернутой метафоры (*Горбачев во времени и пространстве соединил «дрожжи» Солженицына, «муку» Сахарова, выпек не очень пропеченный и кое-где даже горьковатый свой исторический «пирог»*), слишком индивидуальной, чтобы осмыслить механизм переноса, автор использовал и образы, в основе которых очевидная небрежность в связях между словами: *фальшь, жестокость тины; его жизнь и творчество стали «дрожжами», которые разрушали старую идеологию коммунистического «совка»; ошибка Горбачева — «пирог», он же не сверхчеловек.*

В предложении может быть несколько ошибок, связанных одновременно с нарушением и языковых, и стилистических, и коммуникативных норм. Без точной предварительной квалификации каждого типа ошибки трудно определить тактику редактирования текста в процессе его подготовки к печати. Комплексный анализ текста помогает приобретению навыков правки и оценки стилистико-речевых и коммуникативных дефектов. В следующих примерах из текстов СМИ обнаруживается именно такая ситуация: погрешности разных типов снижают правильность высказывания и затрудняют его понимание.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем чикетов массовой коммуникации:

Лебедь это понимает. И именно он сейчас пытается выразить зреющие повсюду протестные настроения. А это уже не только шахтеры. Это и ВПК, и наука, и здравоохранение, и высшая и средняя школы, и самое опасное — студенчество и армия.

Сразу очевиден дефект — ненормативное образование прилагательного от слова *протест*, при этом не учтено оригинальное значение слова *протест* — «*решиительное возражение против чего-л., заявление о несогласии с чём-л., о нежелании чего-л.*» [Словарь. Т. 3. С. 532]. Можно сказать *настроение возражения, несогласия?* Обращение к словарю помогает найти ответ на этот вопрос.

*Настроение:* 1. *Обычно с определением.* Душевное состояние. 2. *Направление мыслей, взглядов, интересов, чувств и т. п. кого-, чего-л.* [Словарь. Т. 2. С.401].

Нет, такая сочетаемость невозможна.

Следующий этап: оценка слов в ряду однородных членов предложения. Неправильно использована форма множественного числа у слова *школы*. В данном значении (*совокупность учреждений для обучения*) слово используется только в единственном числе [Словарь. Т. 4. С. 721].

Нарушены и нормы построения ряда однородных членов предложения: компоненты выделены на разных основаниях (*шахтеры, студенчество — ВПК, наука, здравоохранение, армия, высшая и средняя школа*). Эта алогичность подчеркивается и употреблением слова *повсюду*, т. е. *везде*: акцент же постоянно перемещается с *везде* на *у всех*.

Важно последить и отношения между предложениями: *протестные настроения — это шахтеры, ВПК и т. п.* Неоправданный метонимический перенос.

Когда определены все конфликтные участки текста, можно начинать правку.

• Отредактированный текст: *Лебедь это понимает. И именно он сейчас пытается выразить зреющее недоволь-*

#### 3.4. Коммуникативные ошибки и способы их редактирования

*ство — шахтеров, работников ВПК, здравоохранения, высшей и средней школы, студентов, военных.*

*Практически во всех продовольственных магазинах города — от супермаркетов до ларьков — предоставлено на выбор покупателя несколько видов этого популярного пива.*

Сначала бросается в глаза выделенная с помощью тире конструкция, которая неточно раскрывает объем уточняемого слова *магазины*: если *супермаркеты* являются типом магазина, то *ларьки* — это все-таки торговые палатки.

Слово *предоставлено* означает «дать возможность кому-л. обладать, распоряжаться, пользоваться чем-л.» [Словарь. Т. 3. С. 367] и грамматически требует дополнения — существительного в форме дательного падежа (в тексте винительный — *покупателя*). Вероятно, повлияла звуковая близость двух слов: *представить* (показать, продемонстрировать что-либо, ознакомить с чем-либо или кем-либо) — *предоставить*.

Неточно выбрано слово *вид* (внешний облик чего-либо) по отношению к различным *сортам* пива.

Оценка структуры предложения показывает, что нарушен смысловой порядок слов. обстоятельство *на выбор* связано с предлагаемым товаром: *выбирать сорт пива*. Эти слова следует соединить.

Все зафиксированные ошибки поддаются правке.

• Отредактированный текст: *Практически во всех продовольственных точках города — от супермаркетов до ларьков — покупателю представлено на выбор несколько сортов этого популярного пива.*

Только со сменой правительства и уходом с политической сцены выходцев из старого режима, можно будет говорить о политическом прогрессе и о возможных улучшениях.

Этот пример фиксирует очевидное для медиа-текста конца прошлого века качество. Журналист пытается опи-

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем, чикетов массовой коммуникации:

сать новую ситуацию, опираясь на идеологемы — клише тоталитарного языка, обновляя их содержание. Звуковое тождество слов *уход* и *выходцы* сразу позволяет увидеть в тексте тавтологию. Проверка связей между словами показывает, что в словосочетании *выходцы из режима* нарушена смысловая сочетаемость. Пишущий не учел значения слова *выходец* — «человек, перешедший из одной социальной среды в другую» [Словарь. Т. 1. С.290]. *Режим* — это не социальная среда, а «образ правления, государственный строй» [Словарь. Т. 3. С.697]. Вероятно, словосочетание образовано под воздействием смысловой аналогии, которая повлекла за собой синтаксическую (*выходец из среды* — *выходец из режима*).

Постановка запятой перед главным членом предложения должна быть сигналом того, что в предложении есть конструкции, осложняющие структуру. Но на деле обнаруживается, что она неверно поставлена после обычного обстоятельства.

Определив замену номинации *выходцы*, адекватную содержанию текста (хотя возможна и замена слова *режим*), можно править фразу.

• Отредактированный текст: *Только со сменой правительства и уходом с политической сцены представителей старого режима можно будет говорить...*

(фрагмент из рекламного текста) *Вы проведете незабываемые дни, если выберете отдых на природе. Илучше всего—в Финляндии, в «стране тысяч озер». Живописность которой не уступает, а иногда и превосходит многие «памятные» места мира. Коттедж на берегу лесного озера с собственной сауной, с всегда стоящей наготове к путешествию весельной лодкой (за сауну и лодку, кстати, платить отдельно не надо), — пожалуй, настоящая мечта пресыщенного горожанина.*

Автор пытался создать выразительный текст, и шлифов-

### 3.1. Критерии оценки правильности речи

ка стиля в отношении восстановления норм должна идти с учетом колорита рекламного изложения. Нужно лишь подкорректировать фразу: снять очевидные дефекты и помочь «проявиться» изобразительному письму.

К дефектам следует отнести:

а) ошибку в выборе формы числительного, которая привела к разрушению устойчивого выражения — *страна тысячи озер*; здесь следует снять и кавычки, так как это часто воспроизводимая речевая модель;

б) ошибку в установлении связей между словами при построении сложного предложения: не *живописность (превосходит «паломнические» места)*, а *Финляндия*; по структуре эта часть — придаточное предложение, перед ним должна быть запятая;

в) ошибку, касающуюся нарушения смыслового порядка слов в последнем предложении: пишущий «разбил» целостную в логическом отношении группу (*коттедж с собственной сауной, с лодкой...*);

г) ошибку в структуре словосочетания *наготове к путешествию* — отступление от грамматических норм сочетаемости слов;

д) ошибку, возникшую из-за неполноты выражения смысла в словосочетании *пресыщенный горожанин*: образованное от переходного глагола *пресытить* прилагательное *пресыщенный* (в значении <<утомленный чѐм-л., равнодушный к чему-л. вследствие чрезмерного удовлетворения каких-л. потребностей» — Словарь. Т. 3. С. 385) предполагает наличие зависимого слова.

Устранение стилистико-речевых погрешностей уже повысит качество и эффективность сообщения. Кроме того, придать выразительность рекламному тексту можно за счет:

- а) усиления контактной формы общения с читателем;
- б) облегчения структуры предложений;

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем, чикетов массовой коммуникации.

в) снятия повтора (коттедж с сауной и лодкой — платить за сауну и лодку).

• Отредактированный текст: *Хотите сделать свой отпуск незабываемым? Выбирайте отдых на природе. И лучше всего — в Финляндии, в стране тысячи озер, которая по живописности не уступает многим «паломническим» местам мира, а иногда и превосходит их.*

*Лесное озеро... На его берегу — коттедж. С сауной, с готовой к путешествию весельной лодкой. Настоящая мечта пресыщенного благами цивилизации горожанина! Кстати, за сауну и лодку платить отдельно не надо.*

• **Задачи по теории**

1. 1. Перечислите нормы, актуальные сегодня для оценки *правильности/неправильности* речи в СМИ.

2. С чем, на ваш взгляд, связана необходимость, кроме речевых и стилистических ошибок, выделить в отдельный разряд коммуникативные ошибки? Какими экстралингвистическими факторами эта необходимость может быть обоснована?

3. Составьте *перечень* типов речевых, стилистических и коммуникативных ошибок, опираясь на представленный в данной главе анализ этих ошибок.

4. Чем объясняется сосуществование в языке понятий *норма и вариант*?

5. Перечислите признаки нормы.

6. Постарайтесь сформулировать критерии, в соответствии с которыми отступление от норм языка можно признать допустимым.

И. Найдите обозначенный буквой редакторский комментарий (левый столбик), в соответствии с которым текст, отмеченный цифрой (правый столбик), должен быть исправлен. Дайте вариант, восстанавливающий норму.

Задачи по теории

*Обратите внимание:* в собранном в таблице материале соотношение между комментарием и рецензируемым текстом нарушено»

А. Нарушение языковых норм. Лексический уровень. Семантика отглагольного существительного не позволяет употребить его в данном тексте.

1. По результатам двухлетней работы следствие все еще не может дать заключение ни о причинах события, ни назвать виновников.

Б. Нарушение стилистических норм. Тавтология: контактно расположены однокоренные глагол и отглагольное существительное.

2. «Если будет много лицензиатов на одной определенной территории, начнет путаться клиентура связистов», — считает Леонид Куликов, административный директор ОАО «Электросвязь» (Карелия).

В. Преднамеренное нарушение языковых норм. Образование нового слова, обозначающего понятие, для номинации которого в языке уже есть слово. Однако новое слово создано с помощью суффикса, который подчеркивает отрицательную оценку и еще сильнее «прикрепляет» окказионализм к разговорной речи.

3. Ее и младшего брата мать держит в строгости — за малейшую провинность бьет палкой, сопровождая экзекуцию трехэтажной озвучкой и стараясь бить по голове.

Г. Нарушение коммуникативных норм. Ошибка возникла в результате некорректного представления

4. Осадков очень сильных мы не ожидаем. Температура не будет очень холодной.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем чикетов массовой коммуникации.

в медиа-тексте лиц. Сопоставление, проведенное журналистом, нарушает этические нормы. Использование стилистически окрашенного слова, выбранная синтаксическая конструкция только усиливают колорит небрежно построенной реплики.

Д. Нарушение языковых норм. Лексический уровень. Нарушена сочетаемость слов в результате контаминации словосочетаний.

Е. Нарушение языковых норм. Синтаксический уровень. Неверное объединение однородных членов предложения, связанных сочинительным союзом. Сочинительные союзы могут соединять только формально равноправные элементы (два или несколько подлежащих, два или несколько сказуемых и т. п.).

Ж. Нарушение стилистических норм из-за употребления в перифрастических номинациях стилистически окрашенных слов, чуждых публицистической речи. Ве-

5. Выпускник ЛЭТИ, занялся он производством свинины.

6. (речь идет о создании семи федеральных округов) Станет ли семиокруговщина новой опричниной или старой говорильщиной, будет зависеть от совокупности очень многих факторов — в основном от политической воли главы государства.

7. Курица-то, может, и не птица, да вот баба — все же человек.

Практикум

роятно, журналист пытался найти эвфемистическую замену просторечным словам, но, судя по результату, ему это не удалось.

3. Нарушение языковых норм связано с отсутствием знака препинания: распространное приложение, выраженное именем нарицательным, относится к имени собственному и стоит после него, поэтому обособляется.

8. Но для продолжения финансирования инвестору нужны гарантии, которые он может получить в результате получения доли в зарегистрированной компании.

• **Практикум**

Задание № 1. Охарактеризуйте ошибку, точно определяя, какие нормы нарушил автор текста. Дайте исправленный вариант, если это возможно.

1. В Петербурге, как и во всем Западном мире, наблюдается две устойчивые тенденции: формирование семьи в более позднем возрасте и увеличение среднего возраста первого рождения. 2. Из отверстий в мешках вылезают небольшие кустики вешенок. В молодости они не походят на обычные грибы и напоминают серую массу. Свой грибной вид они приобретают только через несколько дней. 3. Пропаганда здоровых сексуальных отношений в образовательных учреждениях не ведется. 4. (из выступления Г. Зюганова по поводу убийства депутата Думы) Я не исключаю, что все они получили крупные куски, и то, что случилось сегодня утром, — это ре-

*Глава 3. Работа редактора над языком и стилем, чикетов массовой коммуникации.*

зультат глубокой внутренней разборки тех, кто в свое время незаконно и безнаказанно участвовал в разграблении страны. 5. Информации о том, по каким улицам завтра лучше не ехать, не говорят. 6. Некоторые руководители считают, что «натуральное хозяйство» может казаться «скрытой зарплатой» и вызывать неудовольствие сотрудников. 7. Как-то целую неделю на объект не привозили панели. Других фронтов работ не было. 8. Кроме того, понятие ландшафтного дизайна в самом менталитете еще не сформировано. 9. Наиболее удачный пример дизайнерского решения сада — неправильные геометрические пятна, засаженные разноцветными ковровыми растениями, сплошным ковром разбросанные по всему загородному участку.

Задание № 2. В данных ниже фрагментах содержатся ошибки разного типа. Более чем в 4 фрагментах повторяется один и тот же дефект. Назовите его (нарушение норм сочетаемости слов, ошибка в выборе слова или в образовании формы слова и т. п.) и укажите номера карточек, на которых представлен этот дефект.

В глаза сразу бросились три поражающие желтизной свежие красок только что отремонтированных дома.	Иногда думается, что человек знаком тебе, кажется, в самых подробных деталях,
---	---

О

е

Мало собрать в одной команде сильнейших футболистов, надо объединить их в единый коллектив, создать ансамбль игроков-единомышленников.	Желающих выступить первому не нашлось.
--	--

О

О

Практикум

Они многое могут рассказать и поведать людям впечатлительным, интересующимся событиями тех героических лет.

Большинство участников совещания на обсуждении проекта нового положения о жилищно-строительной кооперации выразило согласие с основными его принципами.

е

о

У Лидии Васильевны столько человеческой доброты, что, кажется, ее хватит на всех.

Соблюдение на льду мер предосторожности обязательно для всех. Об-Этом должен помнить каждый.

б

о

На улице немало красивых женщин, и в этом нам помогают не только, модельеры одежды, но и причесок.

А еще лучше построить здесь мост немного покрупнее!

Задание №3. Прочитайте текст, отмечая в нем все речевые, стилистические и коммуникативные ошибки. Прокомментируйте каждую зафиксированную ошибку. Обратите внимание на те случаи, когда неверное языковое решение фразы приводит к возникновению алогизмов. Отредактируйте материал, используя приемы правки-сокращения и правки-обработки. Постарайтесь также скорректировать жанровую определенность материала и выправить организацию сильных позиций текста.

**Малый бизнес  
стимулировали ледоходом**

Организаторы народного гулянья пытались привить малому бизнесу креативность. *В период майских праздников в Архангельске прошло нестандартное массовое мероприятие, посвященное развитию малого бизнеса, — народные Ледоходные гулянья.*

Основная цель гуляний заключалась в том, чтобы использовать идеологию креативного менеджмента в среде малого бизнеса и стимулировать развитие частной инициативы в Архангельске.

**Лед тронулся**

«Для малого бизнесмена любое массовое зрелище — это потребительский рынок, — изложил суть идеи гуляний председатель правления некоммерческого партнерства (НП) «Поморье» Александр Тутов. — Ведь там, где есть массовое зрелище, образно говоря, всегда есть спрос и на хлеб. Однако не секрет, что малому предпринимателю самому трудно организовать такое зрелище. Дорого и хлопотно. Поэтому он должен либо приспособить свои продажи и промоушн-акции к чужому празднику, либо находить нестандартные зрелищные варианты, не требующие от малых предпринимателей финансовых затрат. Мы решили, что к числу таких нестандартных, а главное — не затратных массовых зрелищ, можно смело отнести и ледоход».

**Решили попробовать**

«Идея Ледоходных гуляний возникла у нас несколько месяцев назад во время круглого стола, посвященного проблемам развития малого биз-

*Практикум*

неса», — поведал «ДП» директор центра «Форпост МП» Николай Годиев. — Однако мысль о том, что сами малые предприниматели могут организовать массовые гулянья, раньше никому не приходила в голову. Казалось, что городские праздники и массовые торжества способны проводить только генеральные спонсоры из числа крупного бизнеса.

«Ледоход — это всегда аншлаг. И всегда инфор-Без всяких призывов и информационной «раскрутки» каждый год десятки тысяч зрителей Архангельска в начале мая стихийно выходят на набережную Северной Двины, чтобы увидеть ледоход на самой большой реке российского Северо-Запада. Это зрелище действительно впечатляет, и даже странно, что идея использовать его в коммерческих целях возникла у архангельских бизнесменов только сейчас», — уверен заместитель директора государственного учреждения культуры (ГУК) «Поморская филармония» Валерий Кравников.

**Малые развлечения**

«Благодаря малым предпринимателям впервые можно было рассматривать проплывающие льдины в настоящий астрономический телескоп, слушать музыку уличных музыкантов, участвовать в выступлениях творческих коллективов, сыграть в беспроигрышную лотерею, выстрелить из старинной городской пушки... Конечно, это минимум развлечений, но он не потребовал никаких финансовых затрат от организаторов. Для малого бизнеса это обстоятельство очень важно», — уверен заместитель директора ГУК «Поморская филармония» Валерий Кравников.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

Ледоходные гулянья продолжались в течение 3 первых майских дней, пока по реке Северной Двине шел лед, а в итоге довольными остались все — и малые предприниматели, и горожане, «Лично я не сомневаюсь, — заверил «ДП» председатель правления НП «Поморье» Александр Туттов, — что грандиозное зрелище — ледоход на Северной Двине отныне всегда будет востребован. А там, где есть потребительский спрос, должно быть и предложение».

Задание № 4. Исправьте текст, учитывая характер комментария редактора. Будьте внимательны: исправлять следует только ту ошибку, которая «доказана» редактором.

*Текст*

*Комментарий редактора*

1. Похоже, что Толкиен прочно обосновался в культурном поле Петербурга.

Слово *поле* употреблено переносно: *область деятельности, проявления чего-либо*. Это переносное значение должно быть подкреплено и формой: *на культурном поле*. В языке есть устойчивая модель *культурное пространство*. В этом случае грамматические отношения действительного оформляются с помощью предлога *в* — *в культурном пространстве*. Здесь есть и другая ошибка - тавтология. *Обосноваться* — прочно занять место где-либо, поэтому слово *прочно* информативно пустое.

**Практикум**

2. Впрочем, у губановского зверинца, вероятно, должен быть другой символ. Можно предложить череп и кости, ведь в уставе, нового зверинца есть статья о коммерческой *таксидермии*.

Журналист употребил термин, который может быть не знаком широкому читателю. *Таксидермия* — изготовление чучел животных. Незнание специального слова создает в высказывании субъективную неясность и приводит к информативным потерям.

3. Затем я слышал выстрелы, а потом зов князя Дмитрия Павловича *меня, чтобы помочь. На что я сразу побежал* и увидел Распутина на площадке лестницы...

В первом предложении дважды нарушена грамматическая сочетаемость из-за неточного знания значения слова *зов*. *Зов* — слова, крики, выражающие просьбу. Какую просьбу? *О помощи*. К кому обращена просьба — к рассказчику. Кроме того, нарушены и нормы построения сложного предложения: придаточное предложение автор отделил от главного точкой. Это, вероятно, помешало правильно найти «скрепку» — союзное слово.

4. *Раскрутка* Валентины Матвиенко *достигла* такого *накала*, как будто выборы, и правда, уже завтра.

*Раскрутка* — разговорное слово. Это система мероприятий, имеющих целью широко рекламировать, по-

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

пуляризировать. *Раскрутка* — напряженный этап в деятельности тех, кто раскручивает кого-либо или что-либо. *Накал* — состояние крайнего напряжения. Видно, что одно из слов включает в себя значение другого. Оно занимает место, но ничего нового не сообщает.

5. Тогда они *стали писать по* всем *представительствам* Вишневской и Ростроповича разные.

Вероятно, журналист «попал под влияние» готовой речевой формы *писать по инстанциям*. Слово *инстанция* — отдельная ступень в системе подчиненных друг другу органов — находится в смысловой близости со словом *представительство* — учреждение, представляющее чьи-либо интересы. Но *инстанция* — абстрактное обозначение ряда организаций, а *представительство* — конкретный тип учреждения. Грамматические ресурсы для проявления определенного смысла у этих слов разные.

Практикум

6. Сторонники спикера Вадима Тюльпанова и ориентирующийся на Смоленский блок «Единый город» Юрия Рындина оказались не в состоянии полюбовно поделить руководящие портфели.

*Портфель* — широко используемая лаконичная номинация, в основе которой устойчивые словосочетания «*министерский портфель*» или «*портфель министра*», т. е. в смысл фразы уже включен компонент «*руководящая должность*».

7. Компромиссное предложение *в виде* поста вице-спикера и двух должностей зампреда Бюджетно-финансового комитета было отвергнуто.

Журналист нарушил нормы грамматической сочетаемости, употребив для связи между словами устойчивое словосочетание *в виде*, вероятно, посчитав его за предлог. Но это выражение в русском языке (в отличие от предлога) имеет свой смысл, даже несколько смыслов: 1) *в виде* как синоним *в форме* чего-либо, *наподобие* чего-либо (*медальон в виде сердечка*); 2) *в виде* как синоним в качестве чего-либо (*слово поэзия употребляется в виде насмешливого упрёка*). Ни одно из этих значений не работает в данной фразе.

Задание № 5. Сравните оригинальный текст и его исправленный вариант. Учтите характер исправления, объясните, какой дефект правил редактор.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

Было

Стало

1. По данным председателя Госкомстата Владимира Соколина, с момента последней Всесоюзной переписи населения 1989 года население города сократилось на 6,4 процента.

*По данным председателя Госкомстата Владимира Соколина, с момента последней Всесоюзной переписи населения 1989 года количество жителей в городе сократилось на 6,4 %.*

2. Ведь у нас в стране есть множество живописных уголков, где природа поражает своей красотой, а климат одновременно и теплый, и в то же время достаточно щадящий.

*Ведь у нас в стране есть множество живописных уголков, где природа поражает своей красотой, а климат достаточно щадящий.*

3. Невозможно продуктивно работать, когда нет надежной координации.

*Невозможно продуктивно работать, когда нет координации действий (усилий, структур и т. п.).*

4. Среди множества установленных в Питере памятников, случайных, мало нужных, не очень художественно хороших, этот - величайшее произведение искусства.

*Среди множества установленных в Питере памятников > случайных, мало нужных, не представляющих художественной ценности, этот — величайшее произведение искусства.*

5. А встречаешь человека прекрасного и умного, но такого тоскливого, всем

*А встречаешь человека прекрасного и умного, но такого тоскливого, всем педо-*

**Практикум**

недовольного и думаешь: «Зачем же такая неблагодарность к Богу?»

*вольного и думаешь: Зачем же такая неблагодарность Богу.*

6. А, может, подумать с другой стороны?

*А может, взглянуть на who иначе? — А может, посмотреть на это с другой стороны? — А может, подумать об этом в другом направлении?*

7. *Первой выставкой* из цикла «Частные фарфоровые заводы России. Завод Гарднера» *откроется* после реставрации Строгановский *дворец*.

*На открытии после реставрации Строгановского дворца посетителям представят первую выставку из цикла «Частные фарфоровые заводы России. Завод Гарднера».*

Задание № 6. *Тест по коррекции изложения в медиатексте.*

I. Отметьте текст (А, Б, В) из газеты «Петербургский Час Пик», в котором есть дефект, не влияющий на смысл высказывания, но из-за нарушения стилистических норм снижающий требования культуры речи:

А. Надежды на глобальные перемены связывают с тем, что Ленинградский зоопарк попал в адресную программу реконструкции города к 300-летию Петербурга.

Б. Когда требуется убрать политического противника, можно решить эту проблему криминальным путем, а можно попытаться сделать это через «своих» в правоохранительных органах.

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

В. Дальше все просто: открывается люк, и часть экипажа затонувшей субмарины переходит в колокол, который поднимают на поверхность. Понятно, что его вместимость составляет не более 10 человек, поэтому ходок должно быть несколько.

Баллы 1 или 0

II. Отметьте текст (А, Б, В) из газеты «Рестораны Петербурга», в котором есть дефект, не влияющий на смысл высказывания, но из-за нарушения языковых норм снижающий требования культуры речи:

А. Каждый вечер здесь звучит живая музыка и девушки в легких восточных нарядах исполняют танец живота.

Б. Включили в меню новые блюда: пельмени с картофелем и грибами, перец с грибами. Это вместо дорогого мяса. И людям еда понравилась.

В. Одним из доказательств низкого качества русского хлеба является его быстрое очерствление: через несколько дней после приготовления он не пригоден к пище.

Баллы 1 или 0

III. Выберите вариант (А, Б, В), точно квалифицирующий причину ошибки в следующих высказываниях:

1. *Е. Киселев*: Многие говорят сейчас о том, о чем заметил наш корреспондент...

А. Нарушение стилистических норм: тавтология.

Б. Нарушение языковых норм: ошибка в выборе слова.

В. Нарушение языковых норм: неправильное падежное управление.

2. *С. Сорокина*: Таким образом, Касьянов озвучивал скорее личную точку зрения, чем правительства.

Практикум

А. Нарушение языковых норм: неправильное падежное управление.

Б. Нарушение языковых норм: ошибка в выборе слова.

В. Нарушение правил пунктуации и орфографии.

3. **«Деловой Петербург»:** На фоне снижения биржевых котировок кофе в Нью-Йорке и Лондоне активизировались российские импортеры этого продукта.

А. Нарушение языковых норм: ошибка в выборе слова.

Б. Нарушение языковых норм: неверный порядок слов.

В. Нарушение коммуникативных норм.

Из 3 баллов

IV. Выберите из предложенных вариантов (А, Б, В) тот, который возможно использовать в данном фрагменте (в каждом случае дается и то слово, которое есть в оригинальном тексте):

1. Во всех \_\_\_\_\_ семидесяти томах этого дела.

А. Четырехсот. Б. Четырехста.

2. Кто будет принимать \_\_\_\_\_ решения?

А. В этот период. Б. В этот период времени

3. Он (Лебедь) \_\_\_\_\_ самые категорические выражения.

А. Делает. Б. Употребляет. В. Высказывает.

Из 3 баллов

V. Оцените использованные журналистом выразительные приемы изложения и укажите фрагменты, в которых экспрессия нарушает коммуникативную сторону высказывания:

1 Действующий сегодня Закон «Об образовании» буквально расстреливается критиками, которые требуют его ревизии (ЧП).

Глава 3. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации

2. Вслед за музыкальной попсой, вытеснившей с телеэкрана музыку, явилась литературная. Культура прогнулась — все годится. Вместо Маргариты на метле читатель получает в подарок мусор на совке, милицейский роман на совковой подстилке (ОГ).

3. Руководители региона понимали, что Савицкий как депутат — назойливая, но неизбежная муха и выбить его из местной политики нелегко: слишком велика авторитет (Вед).

4. Вы же знаете, что Ирина Хакамада совершенно профессионально вращается в области мужчин, которые вершат нашими судьбами (НТВ).

Из 3 баллов

ИТОГ: из 11 баллов

• **Литература**

*Виноградов С. И.* Язык газеты в аспекте культуры речи // Культура русской речи и эффективность общения. — М., 1996.

*Горбаневский М. В., Караулов Ю. Н., Шаклеин В. М.* Не говори шершавым языком. — М., 1999.

*Золотова Г. А.* Функции и дисфункции современной русской речи // Русский язык сегодня. Вып. 1. Сб. статей / РАН. Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова. — М., 2000.

*Еськова Н. А.* Краткий словарь трудностей русского языка. Грамматические формы. Ударение. — М., 1994.

*Иванова Т. Ф., Черкасова Т. А.* Русская речь в эфире. Комплексный справочник. — М., 2000.

*Костомаров В. Г.* Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа // Издание третье, испр. и доп. - СПб., 1999.

Краткий словарь современных понятий и терминов. — М., 1995.

- Крысин Л. И.* Толковый словарь иноязычных слов. — СПб., 1998.
- Майдапова Л. М.* Критика речи и литературное редактирование: Учебно-методическое пособие для студентов факультетов журналистики. — Екатеринбург, 2001.
- Розенталь Д. Э.* Справочник по правописанию, произношению, литературному редактированию. — М., 1994.
- Розенталь Д. Э., Телешова М. А.* Словарь трудностей русского языка. — М., 1999.
- Русский язык конца XX столетия (1985—1995). — М., 1996.
- Сенкевич М. П.* Культура радио- и телевизионной речи. — М., 1977.
- Словарь русского языка: в 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистических исследований. — М., 1999.
- Солганик Г. Я.* Стилистический словарь публицистики, г-м., 1999.
- Солганик Г. Я.* О закономерностях развития языка газеты в XX веке // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика, 2002. № 2.
- Толковый словарь конца XX в. Языковые изменения / Под ред. Г. Н. Складчиковой. - СПб., 1998.
- Учебный словарь сочетаемости общественно-политических терминов. — М., 1989.
- Фразеологический словарь русского языка / Под ред. А. И. Молоткова. — 4-е изд., стереотип. — М., 1986.
- Шведова Н. Ю.* Активные процессы в современном русском синтаксисе. — М., 1966.

## **Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью**

### **4.1. Редактирование рекламного текста**

Особенность рекламного текста заключается в комплексном характере его содержания: реклама одновременно; но передает информацию и воздействует на потребителя. Объектами рекламы становятся товары, услуги, зрелища, политические акции (выборы, митинги, шествия). Критериями оценки рекламного текста должны быть истинность, правдивость, лаконичность, доходчивость и оригинальность информации.

Существующие классификации рекламы весьма разнообразны. Так как нас интересует прежде всего аспект редактирования текста, приведем ту, которая построена с учетом использования в рекламе языка:

1. Визуальная (зрительная): печатная, оформительская, световая, фотореклама.
2. Аудиальная (слуховая): радиореклама, различные устные призывы и сообщения.
3. Аудиовизуальная (зрительно-слуховая): телереклама, кинореклама, демонстрация продукции и т. п. в сопровождении устного текста

Внешний вид рекламного текста существенно отличается от внешнего вида традиционного текста. Основные параметры традиционного текста следующие:

— текст состоит из предложений, разных по цели высказывания (повествовательных, побудительных, восклицательных);

#### 4.1. Редактирование рекламного текста

- строки листа заполняются полностью, кроме строк, начинающихся с абзацного отступа;
- строки выравниваются по левому краю;
- в тексте используются строчные и прописные буквы в соответствии с нормами орфографии;
- предложение набирается одним шрифтом, хотя допускается использование курсива для выделения важных в смысловом отношении компонентов;
- пробелы между словами и предложениями везде одинаковые.

Вот традиционный текст, организующий в данном случае изложение рекламного характера:

Предприятие купит квартиры «под ключ», примет участие в долевом строительстве со сдачей в первом полугодии 2002 года.

Нетрадиционный рекламный текст представляет собою структуру иного типа:

- текст может состоять не только из единиц коммуникативного плана — предложений, но и из единиц назывного типа — слов и словосочетаний;
- строки листа заполняются не полностью;
- строки могут выравниваться как по левому, так и по правому краю, даже по центру;
- возможно использование разных шрифтов;
- возможно отступление от норм употребления строчной и прописной буквы, например, все слово печатается большими буквами;
- возможно отступление от норм пунктуации, например, отсутствие точки в конце предложения;
- одно предложение разбивается на строки и даже на блоки при включении компонентов предложения в изобразительный ряд;

Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью

— пробелы между словами и предложениями могут подчиняться дизайну словесного и изобразительного ряда.

Данный ниже текст содержит типологические характеристики нетрадиционного рекламного текста:

**ПРЕДПРИЯТИЕ**      купит квартиры «под ключ»  
                                 примет участие в долевом  
                                 строительстве (со сдачей  
                                 в первом полугодии  
                                 2002 года)

или

**ПРЕДПРИЯТИЕ**  
*купит*                      квартиры «под ключ»  
*примет*                 участие в долевом  
                                 , строительстве (со сдачей  
                                 в первом полугодии  
                                 2002 года)

Воздействующий характер рекламного текста подкрепляется и особой композицией. Главные ее составляющие: *рекламный лозунг (слоган), зачин (вступление), основная часть, заключение*. Каждый элемент композиции имеет свои функции и свои содержательные и языковые особенности.

*Рекламный лозунг (слоган)* — это ударная строка в тексте рекламы. Он должен мгновенно восприниматься и запоминаться. Именно рекламный лозунг выделяет данный рекламный текст из других и привлекает внимание читателя к рекламе. Он содержит основную мысль текста или аналитическую оценку ситуации, ключевое слово, связанное с рекламируемой продукцией или услугой, и ударное слово или слова, побуждающие реципиента к активным действиям. Рекламный лозунг отделяется от основного текста (шрифтом, цветом):

**ЗАКАЖИ МЕБЕЛЬ** *ШШ ШКЯЯШШШ*

**БОНИН означает, что вас не укачает**

Место слогана строго не фиксировано, хотя, как правило, он размещается над основным текстом.

*Рекламный зачин* — это тесно связанный с рекламным лозунгом компонент текста, который является важным элементом в скреплении, связывании слогана с последующим, более важным в содержательном, информационном отношении фрагментом — основной частью. Рекламный зачин должен быть построен так, чтобы заставить читателя прочитать следующую «порцию» текста:

«В другой раз, когда вы решите поругаться с мужем или любовником, подумайте, какой ущерб вы наносите своему организму»;

«Тело как улика: актуальные летние проблемы».

В *основной части* текста приводятся достоинства рекламируемого товара или услуги, аргументы, обосновывающие их качества, преимущества:

«Стойкая краска для волос „Колорсилк“ — делает волосы мягче и шелковистее, чем до окраски — сохраняет богатство оттенка — не блекнет — полностью скрывает седину — мягкая формула без использования аммиака»;

«Качественно и быстро проводим ультразвуковое исследование: органов брюшной полости, почек, молочной и щитовидной желез, органов малого таза. Прием ведут врачи УЗД высшей категории. Пенсионерам, льготникам и студентам скидка 20%».

*Заключение* закрепляет основную мысль. Оно может содержать (или подчеркивать) самый важный аргумент, убеждающий в справедливости всего, изложенного выше. Именно в этой части текста уместно поместить и этикетные формы общения с читателем:

«Сделав пробный заказ, Вы сможете оценить эффек-

*Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью*

тивность этого нового, мощного и современнейшего инструмента продвижения товаров и услуг на рынке и принять решение о целесообразности его дальнейшего использования. Давайте шагнем в XXI век вместе!»;

«Новые продукты из серии Gillette для женщин — самый приятный способ сохранить кожу безупречно гладкой и шелковистой. Не об этом ли мечтает каждая женщина? Попробуйте и... погрузитесь в новые ощущения!».

В *заключении* дается адрес (телефон, факс) фирмы, рекламирующей товар или услуги.

На практике композиция рекламного текста может быть представлена и в свернутом виде, когда отсутствуют или совмещаются какие-то ее составляющие.

Можно сравнить два рекламных текста.

*Текст № 1*

**Придайте стиль здоровому блеску**

*Прекрасная прическа из волос, которые выглядят здоровыми и блестящими. Ваша мечта станет явью вместе с новым лаком для волос Pantene Pro-V. Уникальная формула с про-витамином B5 проникает в волосы, придавая стойкость прическе и блеск волосам.*

*Пользуйтесь лаком для волос Pantene Pro-V по своему желанию и вы получите блестящую прическу на весь день.*

*Текст № 2*

**Проблемы надо решать!**

**ЗИНЕРИТ — надежное лекарство для проблемной кожи.**

Yamanouchi

Первый текст содержит все традиционные составляющие рекламного текста, во втором представлены только

#### 4.1. Редактирование рекламного текста

рекламный лозунг и зачин. Рекламой со свернутой композицией следует пользоваться с осторожностью, так как отсутствие каких-либо составляющих текста приводит к информативной недостаточности и снижает эффективность сообщения.

Несмотря на особое построение, рекламный текст должен быть стилистически грамотным, т. е. соответствовать требованиям к речевой деятельности в сфере массовой коммуникации. В этом отношении процесс редактирования рекламных текстов не отличается от обычной практики работы редактора. Рассмотрим несколько примеров, показывающих стратегию работы редактора рекламы.

#### **Ассоциация «Регион»**

Содействие поиску партнеров для делового сотрудничества и организация работы на давальческом сырье с зарубежными партнерами.

В этом фрагменте из рекламного текста несколько ошибок:

— нарушена языковая правильность высказывания (отступление от норм грамматической сочетаемости слов). Глагол *содействовать* предполагает постановку после *пред* слов как в дательном (*кому-, чему-л.*), так и в предложном падежах (*в чём-л.*), но после отглагольного существительного (в анализируемом тексте употреблено отглагольное существительное *содействие*) зависимое слово ставится в предложном падеже: *содействие в поиске партнеров*;

— нарушена ясность высказывания из-за употребления профессионального жаргона (*давальческое*), не совсем понятного широкому читателю и, кроме того, «снявшего» общий официальный стиль с фразы.

**КРУПНЕЙШИЙ МАГАЗИН В ЦЕНТРЕ ГОРОДА  
недорогая**

**М Е Б Е Л Ь**

**для дома и офиса  
ВСЕ ВИДЫ НЕДОРОГОЙ МЕБЕЛИ. ПРОДАЖА МЕБЕЛИ В  
кредит**

В рекламном тексте нарушено требование экономии речевых средств из-за необоснованного повтора слов *недорогая* (дважды) и *мебель* (трижды) без установки на выразительный эффект.

*Супергороскоп*

**У ЛЮБВИ СВОИ ЗАКОНЫ**

- \* все измены, любовные треугольники, предательства
- \* романтические увлечения, служебные романы, любовные интриги
- \* разводы, размолвки, командировки
- \* браки: по любви, по расчету, неравные, фиктивные, иностранные, по брачным объявлениям со всеми вытекающими из этих ситуаций и событий последствиями.

Дефекты в рекламном тексте возникли в основном из-за нарушения правил классификации понятий. В строке *разводы, размолвки, командировки* проведена классификация понятий по разным основаниям; в строке *браки; по любви, по расчету, неравные, фиктивные, иностранные, по брачным объявлениям* компоненты деления понятий не исключают друг друга (например, по любви может быть и брак по объявлению). Также в тексте нарушена языковая правильность высказывания: отступление от норм традицион-



Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью

j	ФовмЛм КтJo, крав Jo!	
!	Оборудование для разлива	
j	и охшкдения пива	j
	Бесплатная доставка,	
	установка и обучение	j
	ЗАО «Корпорация В» Тед. J25-J0-60	

Экспрессивность текста достигается оценочным словом *красиво*, побудительным предложением, глаголами повелительного наклонения с призывом к действию; контактность реплики и имитация разговорной речи подчеркивается формой глагола 2 лица единственного числа. Используется и популярный прием языковой игры — рифмовка слов. Рекламный экспрессивный слоган опирается на аллюзию: в подтекст словно бы уведено выражение «Красиво жить не запретишь!» Важно отметить, что выразительность рекламного лозунга проявляется при сопоставлении с нейтральными основной частью и заключением.

Рассмотрим сначала приемы работы редактора с информационным рекламным текстом. В основном они связаны с осмыслением того, как расположены компоненты сообщения. Максимально облегчить эту задачу может помочь оценка информативной значимости слов, из которых составлен рекламный текст.

Проанализируем следующую рекламу:

**Магазин «Лнтжвариат» (за Казанским собором) дорого купит старинные: картины, иконы, мебель, бронзу, фарфор, часы и другой антиквариат. Эксперт бесплатно выезжает на дом.**

**Наб. канала Грибоедова. 25. Телефон 311-79-60**

#### 4.1. Редактирование рекламного текста

Часть слов в этой рекламе не несут новой для читателя информации: хорошо известно, что входит в понятие *антиквариат* (старинные ценные предметы, картины, книги). Наиболее весомыми, с точки зрения новизны информации, являются слова *дорого купит* и *бесплатно*. Именно они и должны быть актуализированы в тексте. Определяя их ценностный потенциал, отметим, что слова *дорого купит* особенно важны для потребителя рекламного текста и, следовательно, степень их актуальности выше. Все остальные компоненты сообщения подчинены им в смысловом отношении. Это словосочетание редактор акцентирует языковыми (синтаксическими) и графическими\* средствами. Причем в словосочетании *дорого купит* на слово *дорого* падает в этом контексте большая смысловая нагрузка (известно, что антикварные магазины не только продают, но и покупают интересующие их товары). Целесообразно, чтобы овладеть вниманием читателя, поставить это слово не на свое место: между переходным глаголом и прямым дополнением, ломая плавный интонационный рисунок фразы. Шрифтовая маркировка и разбивка на строки тоже помогут организовать текст:

>	<b>Магазин «Антиквариат»</b>	s
s	(за Казанским собором)	г
>	купит дорого	S
<	старинные: картины, иконы, мебель, бронзу,	>
>	фарфор, часы и другой антиквариат.	<
\	Эксперт выезжает на дом Т.311-79-80	Наб. канала <
<	бесплатно	Грибоедова, 23 S

В некоторых случаях важно актуализировать и название фирмы (организации, учреждения и т. п.), связывая его, как в данной выше рекламе, с наиболее информативным компонентом, чтобы выделенная в тексте фраза читалась

Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью

как самостоятельный в смысловом отношении и грамматически правильный текст. Такой микротекст следует печатать отличным от остального шрифтом, выделять цветом, отбивать «воздухом», объединять с логотипом.

Решение об актуализации названия фирмы (имени собственного) принимается в том случае, когда оно связано с понятием, дающим представление о характере предлагаемой услуги. Редактор, работая над текстом рекламы, следит за сохранением этой связи:

с	Медицинский	ц
£	красметический центр «Ъва»	і
<b>I</b>	ведущий научнОПрактический центр	<b>I</b>
у	МОСКВА, пр., 104,	3
X	тел.: 298-1866, 298-3616.	3

Если название фирмы не связано с характером предоставляемых услуг, следует исходить из желания заказчика. В ситуации, когда рекламодатель желает создать «имя», т. е. закрепить за собственным именем понятийное содержание, необходимо выделять в тексте название фирмы и следить за сохранением его связи с актуализируемой информацией, «поддерживать» его слоганом, графически индивидуализировать:

Ш х э о О е © с э й с э о О  
АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ПО МЕТОДУ ДЕНИСА РУНОВА  
• Уникальная технология обучения.  
• Грамматика без правил и зубрежки!  
• Высокоэффективная система поддержки памяти.  
• Увлекательная разговорная практика.  
• Полный обучающий комплекс —  
в подарок каждому слушателю!

4.1. Редактирование рекламного текста

Изменение способа подачи имени фирмы размывает формируемый образ и, естественно, не способствует внедрению в память потребителя фирменного знака. Так, редактор должен был исправить измененную «картинку» на оригинальную в рекламе агентства недвижимости, название которого подается дважды, но в разном графическом решении:

**Мы оправдываем доверие!**

**ГРАДИНВЕСТ**

Лиц. № 102  
агентство недвижимости  
ГРАД-ИНВЕСТ

Конечно, повтор имени влияет на запоминание и его можно использовать в рекламе, дублируя первоначальное графическое решение.

Если заказчик заинтересован больше в рекламировании товаров и услуг, то название фирмы не следует актуализировать. Чаще всего его помещают в заключении и связывают с адресом, контактными телефонами, факсом:

**ПОЛИЭТИЛЕНОВЫЕ**

от 100 штук  
с Вашим  
логотипом;  
рисунком;  
информацией.

**0**

Улисс телл 2514185

**Эстония, Латвия, Литва**

Гостиницы, коттеджи, санатории.  
Тур выходного дня в ТАЛЛИНН  
ХЕЛЬСИНКИ - ТАЛЛИНН  
«Контакт» 219-64-55  
Лиц. № 8 356619 113-13-84  
Гороховая ул., 66

При актуализации части сообщения в информационном рекламном тексте возможно использование следующих приемов:

Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью

1. Перестановка наиболее важной информации в начало текста:

*До редактирования*

*После редактирования*

**МВР**

Предлагает оборудование для ресторанов, баров, кафе.

Широкий выбор и комплектация прилавков для бара, кухонной техники, холодильных установок. Проектируем, моделируем, обеспечиваем гарантийное обслуживание.

..  
н

Оборудование для РЕСТОРАНОВ, БАРОВ, КАФЕ:

широкий выбор и комплектация прилавков для бара, кухонной техники, холодильных установок. Проектирование, моделирование, гарантийное обслуживание.  
**ПРЕДЛАГАЕТ МВР**

В процессе редактирования исправлено также дефектное словосочетание *обеспечиваем обслуживание*. Для этого пришлось заменить глаголы отглагольными существительными.

2. Изменение синтаксической структуры предложения: превращение его в цепочку номинативных предложений или словосочетаний с возможной инверсией (перестановка наиболее важных, ключевых для рекламного текста слов в сильную позицию):

**ДЛЯ РЕСТОРАНОВ, БАРОВ, КАФЕ  
оборудование:  
прилавки для бара, кухонная техника,  
холодильные установки.  
ШИРОКИЙ ВЫБОР. КОМПЛЕКТАЦИЯ.  
ПРОЕКТИРОВАНИЕ. МОДЕЛИРОВАНИЕ.  
ГАРАНТИЙНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ,  
предлагает  
МВР**

#### 4.1. Редактирование рекламного текста

3. Восстановление традиционного текста с шрифтовым выделением ключевых слов, которые могут прочитываться самостоятельно, образуя «текст в тексте»:

MBR предлагает **ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ РЕСТОРАНОВ, БАРОВ, КАФЕ.**  
Широкий выбор и комплектация прилавков для бара, кухонной техники,  
холодильных установок.  
**ПРОЕКТИРОВАНИЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ГАРАНТИЙНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ.**

Редактору рекламного текста следует подвергать оценке приемы актуализации с точки зрения соблюдения требований к речевой деятельности и с точки зрения формирования смысла рекламы. Так, особого внимания требуют проверка того, как проведены членение текста на строки и рубрикация изложения, осмысление принципов, на основании которых в рекламе расставлены знаки препинания.

Анализируя членение текста на строки при разделении информации на актуальную и менее важную, редактор проверяет, не попали ли слова из одной части информации в другую, не оказались ли предлоги и союзы в конце строчки:

<i>До редактирования</i>	<i>Комментарий</i>	<i>После редактирования</i>
Пальто из натуральных тканей по эскизам питерских художников	Определения оказались «оторванными» от определяемых слов.	Пальто из натуральных тканей по эскизам питерских художников
Жить с комфортом можно!!! Более 40 видов мягкой мебели от производителей, а также обивка по желанию заказчика	Предлоги и союзы оказались «оторванными» от слов, с которыми они связаны синтаксически.	Жить с комфортом можно!!! Более 40 видов мягкой мебели от производителей, а также обивка по желанию заказчика

**Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью**

*Рубрификация* — подача информации порциями — облегчает восприятие перечня услуг или товаров. При этом в процессе редактирования необходимо следить за соблюдением логических правил деления и классификации понятий в рубриках, синтаксической и графической однородностью фраз в выделенных разделах, знаками препинания внутри рубрик и между ними. Общая для всех разделов информация, это редактор пристально проверяет, должна быть вынесена за пределы рубрик.

*До редактирования                      Комментарий                      После редактирования*

<p>* Масляные радиаторы: прямые поставки без посредников</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Тепловентиляторы</li><li>• Тепловые пушки</li><li>* Завесы</li><li>• Водонагреватели</li><li>* Бытовая техника</li></ul>	<p>Перечисленное в рубриках частично входит в понятие «бытовая техника». В строке <i>прямые поставки без посредников</i> очевидна тавтология.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Масляные радиаторы: прямые поставки (<i>ИЛИ</i> без посредников)</li><li>• Тепловентиляторы</li><li>• Тепловые пушки</li><li>• Завесы</li><li>• Водонагреватели</li><li>• Другая бытовая техника</li></ul>
---	---	--

<p>ЛЕЧЕБНО-КОСМЕТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Безболезненное удаление угревых рубцов.</li><li>2. Дерматолог-косметолог.</li><li>3. Лечебный массаж.</li><li>4. При удалении волос применяется воск.</li><li>5. Наши аппараты помогут смоделировать вашу фигуру.</li></ol>	<p>Вторая рубрика нарушает правила классификации понятий. Рубрики построены по разным схемам: первые три - Номинативные предложения, последние две - двусоставные предложения. Кроме того, в пятой рубрике - переход на контактную форму общения с читателем, тогда как в других - дистантная.</p>	<p>ЛЕЧЕБНО-КОСМЕТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Безболезненное удаление угревых рубцов.</li><li>2. Консультации дерматолога-косметолога.</li><li>3. Лечебный массаж.</li><li>4. Удаление волос применением воска.</li><li>5. Моделирование фигуры специальными аппаратами.</li></ol>
---	--	--

#### 4.1. Редактирование рекламного текста

Знаки препинания в нетрадиционном рекламном тексте могут быть использованы как средство, помогающее актуализировать информацию. Однако, если есть возможность поставить знак в соответствии с правилами, это надо делать.

Традиционная пунктуация соблюдается в тех случаях, когда текст или его фрагмент построены по обычным синтаксическим моделям. Если редактор обнаруживает отступления от нормы, то он правит дефект.

#### *До редактирования*

**ДЖАРЕТТА**  
Мебельная фирма заканчивает работу с офисной мебелью, и распродает складской заказ мебели для персонала в половину стоимости (возможен бартер)

Тел: 279-26-83  
факс 274-27-58  
Адреса:  
2-я Советская, 8,  
Газа, 37  
Просвещения, 80,  
Большевиков, 17.

#### *Комментарий*

В рекламном тексте используется обычное предложение с прописной и строчными буквами, поэтому знаки препинания должны быть расставлены по правилам: отсутствие запятой между однородными сказуемыми (заканчивает и распродает), соединенными союзом, и точка в конце предложения.

Текст не имеет особой пространственной организации, поэтому в нем необходимо восстановить обычную пунктуацию, а также точнее указать адреса.

#### *После редактирования*

**ДЖАРЕТТА**  
Мебельная фирма заканчивает работу с офисной мебелью и распродает складской заказ мебели для персонала в половину стоимости (возможен бартер).

Тел.: 279-26-83;  
факс: 274-27-58.  
Адреса:  
ул. 2-я Советская, 8;  
пр. Газа, 37;  
пр. Просвещения, 80;  
пр. Большевиков, 17.



4.1. Редактирование рекламного текста

Постановка тире после определяемого слова *грамматика* тоже явное отступление от правил, но и это отступление возможно, так как связано с выполнением сигнальной функции: задержать внимание перед восприятием следующей порции информации.

Вообще в рекламном тексте тире — знак, осложненный эмоциональной или сигнальной функцией. Его ставят даже перед отрицанием:

**Макароны «МАКФА» — не просто еда!**

или сказуемым глагольного типа:

**Наши шубы — дарят комфорт и тепло!**

Однотипные по графическому оформлению структуры могут быть даны и без каких-либо знаков препинания:

ВЕТЕРИНАРНАЯ  
общегородская служба на дому 24 часа  
295-3778      349-4823  
532-9865      598-2943

Сокращенные слова и аббревиатуры в тексте рекламы необходимо оценивать с точки зрения соблюдения требования ясности высказывания: если короткий вариант беспрепятственно считывается любым потребителем информации, то его стоит сохранить:

Офисные АТС  
Выезд специалиста  
и составление сметы  
БЕСПЛАТНО  
р/т повышенного  
радиуса действия  
ООО «Шипуции»  
Галерная, 25  
Т/ф.: 210-97-13, 210-92-52  
311-86-90, 311-44-52

Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью

АТС, ООО, т/ф — эти сокращения легко прочитываются, сокращение р/т в общем контексте тоже не вызывает трудностей.

Если сокращения неясны, если они перегружают текст рекламы, то вмешательство редактора необходимо. Так, приведенная ниже реклама нуждается в правке:

- «БалтПромкомплект»  
КАБЕЛЬ, МЕТАЛЛ  
Электрооборудование, нефтепродукты,  
химическая продукция
- Электромонтажные и стройработы
  - Строительные материалы
  - Лампы накаливания ЛБ, ДРЛ, ЩИТЫ
  - Тепловентиляторы, радиаторы масл. Имп. 275-82-01
  - Продукты питания оптом, 275-5406
  - Векселя, ж/д, тарифы, зачеты 279-84-29
  - Услуги по регистрации фирм 279-84-19
  - кабель и эл. оборуд ..... 275-82-01
  - мет., строймат. хим., нефтепр. 310-61-25

В рекламе много сложносокращенных слов, сокращений, не все из которых легко прочитываются. Некоторые неясны из-за нарушения логических правил классификации понятий при составлении рубрик (например, *векселя, ж/д, тарифы, зачеты*) или из-за небрежности оформления фразы. Так, в последних двух строчках неясно, почему отсутствуют графическая отбивка, запятая после сокращенного слова в ряду однородных членов предложения (*строймат.,.*). Сокращение *хим.* слишком короткое, чтобы восстановить его точно. Аббревиатуры ЛБ, ДРЛ мало понятны неспециалистам. Подача их как однородных со ЩИТАМИ еще больше размывает смысл фразы. Заметим, что отсутствие запятой после слова *металл* в предваряющей рубрикации тексте — несомненная пунктуационная ошибка, которая должна быть исправлена.

#### 4.1. Редактирование рекламного текста

В справочной части рекламы сокращения необходимо проводить по одному основанию. Вмешательство редактора в этом случае чисто техническое: унификация текста.

*До редактирования*

*После редактирования*

ул. Пестеля, д. 21 Литейный, д. 46    ул. Пестеля, д. 21 Литейный пр., д. 46  
Тел. 272-35-541:273-67-85            Тел. 272-35-54 Тел. 273-67-85

В сокращенном варианте адреса, так же как и в полном, компоненты отделяются друг от друга запятыми:

194232, Санкт-Петербург, проспект Культуры, дом 26, офис 221.

194232, Спб., пр. Культуры, д. 26, оф. 221.

Информационная часть является важным компонентом и экспрессивного рекламного текста, поэтому овладение приемами ее редактирования оказывает особенно важным.

Техника работы с экспрессивным рекламным текстом основана на понимании принципов создания экспрессии. Прежде всего это принцип формирования в тексте эффекта напряжения как способа речевого воздействия на читателя. Напряженность связана с моделированием в тексте такой ситуации, когда читателя интригуют, удивляют, шокируют какой-либо фразой, словом, и он заинтересован в продолжении чтения, чтобы снять возникшее эмоциональное и интеллектуальное напряжение. Текст при этом как бы распадается на две части: первую, формирующую напряженность, прогнозирующую ожидания, и вторую, удовлетворяющую возникшее любопытство и интерес. В книге «Мастерская рекламного текста» Алистер Кромптон пишет, что автор рекламного текста — это адвокат, защищающий товар своего клиента. Секрет хорошего адвоката в том, что он завоевывает внимание и затем сообщает своей аудитории факты, которых она не знает. Факты, поданные ясно, благожелательно, с непрекаемой логикой и немного «сдо-

*Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью*

бренные эмоциями», лучше всего. Эта «сдобренность» эмоциями может быть создана разными способами. В первой части рекламы может содержаться слово, которое требует смыслового восполнения, парадоксальное утверждение, не соответствующее представлениям об обычном положении вещей, синтаксически и интонационно не завершенная конструкция. Рассмотрим ряд примеров.

*Рекламные тексты*

СТОМАТОЛОГИЧЕСКИЙ ЦЕНТР  
«ДЖУЛИО»  
ЭТО:

**высокий профессионализм**  
специалистов-стоматологов, основанный на большом личном опыте и постоянном повышении квалификации, включая регулярные стажировки за рубежом.

**высокий уровень**  
первичной диагностики, комплексный подход в тактике лечения пациента, обязательное диспансерное наблюдение.

**предложение услуг**  
пациентам по девяти основным направлениям современной стоматологии:

- Терапия
- Эндодонтия
- Ортодонтия
- Хирургия
- Имплантология
- Ортопедия
- Гигиена
- Стоматология
- Пародонтология детского возраста

**сложные операции**  
по имплантации, контролируемые и сопровождаемые хирургом-имплантантом итальянской компании I.D.I.

**тесное сотрудничество**  
с ведущими западными стоматологическими

*Комментарий*

В создании эффекта напряжения основную роль играет слово *это*. Актуализирована строка с одним из ключевых слов рекламного текста - названием фирмы.

Информативная часть текста оформлена с помощью рубрик.

4.1. Редактирование рекламного текста

центрами и производителями элитной стоматологической продукции.

**особая атмосфера**

комфорта и уюта, создающая у пациента благоприятный психоэмоциональный настрой при посещении клиники.

ЦЕЛЬ БИЗНЕСА -  
ОТДЫХ  
ОТ БИЗНЕСА  
Египет, ОАЭ, Израиль,  
Италия, Чехия,  
Скандинавия, Китай, Мексика, Таиланд  
«ГЛОБАЛ-ТУР»

Парадоксальное высказывание в рекламном значении фокусирует внимание читателя.

ГЕПАТИП?..  
ЕСТЬ ВЫХОД!!!  
Тел.: (095) 250-81-20, 928-19-65

Неполное предложение с вопросительной интонацией в начале рекламы дает возможность для различных вариантов восполнения текста.

Эффект напряжения в последнем примере сопровождается другим принципом, используемым в текстах массовой коммуникации, — диалогичностью изложения, обеспечивающему контактную форму общения с читателем. Текст, построенный в форме диалога, легче воспринимается благодаря подчеркнутой ориентации на вовлечение читателя в разговор, особенно если, кроме средств, организующих вопросительные реплики (необычный порядок слов в синтаксических конструкциях, вопросительные элементы), используются обращения к читателю:

Как выиграть машину  
И тысячи других призов?  
Полная информация —  
у девушек в форме North Star.

Планируете ПРОДАТЬ  
или СДАТЬ В АРЕНДУ  
свободные  
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ площа-  
ди?  
В кратчайшие сроки, надежно  
и **без лишних проблем?**  
Звоните сейчас  
2727482  
2798062

Диалогичность изложения позволяет, как это сделано во втором примере, включить в рекламный текст элементы разговорной речи: *без проблем* — употребительное в неформальном общении речевое клише.

Побудительные предложения с неформальным обращением к потенциальному покупателю, клиенту также усиливают эмоциональное тонирование текста:

#### **КОМПЬЮТЕРНЫЙ МИР**

*Каждый из «МИРов»  
не далее 100 метров  
от метро:  
М 4вгово  
Пр. Стачек, 77  
327-6560*

**ВОЙДИ  
В СВОЙ  
МИР!**

Струйный принтер  
для дома — \$82

*Утоли жажду скидок!*  
ИСКРАСОФТ Тел.: (812) 245-9011  
сеть магазинов многоканальный

Формы глагола 2 лица единственного числа создают в рекламном тексте эффект неформального общения.

#### 4.1. Редактирование рекламного текста

Экспрессия в рекламном тексте часто связана с использованием оценочной, стилистически окрашенной лексики, тропов и фигур речи, приемов языковой игры, легко узнаваемых цитат в оригинальном и трансформированном виде:

*Отличная новость!*  
*Утром в день выхода газеты*  
*первые сто покупателей «Делового Петербурга»*  
*получат в подарок печенье к утреннему чаю!*  
УСПЕЙ КУПИТЬ СВОЙ НОМЕР «ДП»!  
Пусть знает  
любой деловой гражданин:  
Есть — вкусно, читать — полезно!  
И я достал из широких штанин  
Одну монетку железную!

В рекламе есть и оценочная лексика (*отличная, полезно*), и стилистически окрашенная (*монетка* — с разговорным суффиксом -к). Основная часть представляет собой трансформированную цитату из В. Маяковского. Необычная расстановка знаков препинания (тире между подлежащим, выраженным инфинитивом, и составным именным сказуемым по нормам пунктуации не ставится) связана с передачей особого ритма в стихотворной строке, поэтому отклонение от нормы вполне оправдано.

При редактировании экспрессивных рекламных текстов следует оценить, произошла ли стыковка нейтральной и экспрессивной частей текста, читаются ли они как целое, уместно ли в тексте использование выразительного фрагмента. Рассмотрим с этой точки зрения несколько реклам.

Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью

ОАО МЕЛЬИНВЕСТ  
(з-д им. Воробьева Н. Новгород)  
| / д | / выбрать мельницу?  
1 х / А 1 х серьезную и надежную,  
с высоким качеством муки, чтобы не иметь проблем  
более 10-12 лет с сертификацией и сбытом,  
запчастями и сервисом.  
4500 МЕЛЬНИЦ УСПЕШНО РАБОТАЮТ В РОССИИ И СНГ  
140 лет » 8312 / 44-04-04,  
на рынке 44-01-73 с 8.00 ДО 17.00  
МЕЛЬНИЧНОГО Продукция  
ОБОРУДОВАНИЯ сертифицирована

Между вопросительной репликой и следующим за ней фрагментом не произошла стыковка, потому что в тексте нет ответа на поставленный вопрос. Определение *серьезная {мельница}* нарушает нормы сочетаемости слов, так как употреблено в ряду нейтральных определений, без установки на выразительный эффект.

*Дорогие выпускники!  
Уважаемые родители!*

**Институт управления и экономики ИМЕ**  
(Государственная аккредитация № 25- 0013  
Министерства общего и профессионального  
образования РФ)  
**приглашает получить высшее образование**

Реклама начинается с прямого обращения к потенциальным потребителям, но использованное далее слово *приглашает* не опирается на экспрессивный контекст, его следует заменить на нейтральное, более привычное в данной речевой модели *предлагает*.

4.1. Редактирование рекламного текста

*ЧТО солиднее  
бильярдных  
столов  
OLHAUSEN?  
Только люди  
обладающие ими!*

Игра со словами «*солидные люди — солидные столы для бильярда*» делает рекламный текст интересным, но слово *что* в вопросительной реплике не может быть соотнесено со словом *люди* в ответной реплике. Данная ответная реплика предполагает, что в

вопросе должно быть слово\* *кто*.

В следующем рекламном тексте несколько слов использовано в переносном значении: *играть мелодию, палитра возможностей*.

**ГАЛЕРЕЯ ТРЕНИНГОВ**

Центра социального и психологического консультирования  
МАСТЕРСТВО ПРОДАЖИ, А ТАКЖЕ МАСТЕРСТВО РАЗРЕШЕНИЯ КОНФЛИКТОВ, МАСТЕРСТВО ПЕРЕГОВОРОВ, ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ, УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ И ДРУГИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ТРЕНИНГИ  
**МЫ НАСТРАИВАЕМ, МЕЛОДИЮ ВЫ ИГРАЕТЕ САМИ**

**Пожалуйста, звоните, мы предоставим Вам всю палитру наших возможностей.**

Тел.: 325-5473, факс 112-67-04

Слова, употребленные переносно, не работают на создание единого образа. Причем строевая лексика в рекламе — слова официально-делового стиля — «проявляет» стилистическую небрежность всего изложения. Это особенно видно в словосочетании *предоставить палитру возможностей*. Вмешательство редактора при подготовке к публикации таких рекламных текстов необходимо.

Еще одна реклама содержит нарушение нескольких требований к речи:



#### 4.1. Редактирование рекламного текста

Слово *солнце* в заголовке-метафоре можно прочнее связать с текстом, используя, например, определение; *Средиземноморское солнце на тарелке*. Выразительность заголовка сохранится, к тому же неожиданность словосочетания будет «снята» в основной части.

Неясность в рекламе возникает и в тех случаях, когда в процессе ее подготовки к публикации <sup>А</sup>отредактированной остается композиция, например, сохраняется неудачное «совмещение» экспрессивной и нейтральной частей:

**Серитель** 10 % мебельное производство  
КОРПУСНАЯ И МЯГКАЯ МЕБЕЛЬ  
Вы фантазируете — мы воплощаем!

#### **НОВИНКА!**

*Ударопрочное покрытие на вашей кухне!*

ДЛЯ ДОМА И ОФИСА **НА ЗАКАЗ** ПО ВАШИМ РАЗМЕРАМ

**ВСЕ ОТ ТАБУРЕТА ДО...**

пр. Ветеранов, 55. Тел.: 152-96-88; пр. Ветеранов, 151. Тел.: 144-17-05

При формировании рекламы не отредактировано до конца размещение текста. В результате некоторые смыслы остаются неясными. С чем должна соотноситься цифра 10 %?

Какое содержание связано со словом *новинка*? Все, что идет ниже, или только ближайшая строка?

Разнообразие способов подачи рекламы позволяет сформулировать лишь общие рекомендации по ее редактированию. В каждом случае необходим индивидуальный подход. Отметим, что редактирование рекламы с точки зрения соблюдения в ней требований к речи, оценка целесообразности (допустимости) отклонения от норм языка приобретают особую актуальность, так как рекламные тексты из-за массового тиражирования быстро входят в память читателя и довольно часто им воспроизводятся, оказывая влияние на состояние речевой культуры общества.

## **4.2. Редактирование пресс-релиза**

Одна из задач специалиста по связям с общественностью, отвечающего за контакты с прессой, — предоставлять материалы для печати, которые в редакциях и издательствах становятся основой для создания материалов разных жанров. Наиболее распространенный способ подачи информации для СМ И — пресс-релиз. При составлении и редактировании пресс-релиза важным оказываются два обстоятельства: точное воспроизведение жанровой формы пресс-релиза и ориентация изложения не столько на специфику газетно-публицистического стиля, сколько на научное и официально-деловое письмо.

Композиционно пресс-релиз состоит из *шапки, заголовка, основной части и заключения*.

*Шапка пресс-релиза* содержит точное название организации; распространяющей пресс-релиз, номера телефонов и факса, по которым можно установить контакты с организацией, а также время, когда можно связаться с ее представителями. Если пресс-релиз распространяется от имени клиента, то это тоже необходимо отразить в шапке. Далее следует так называемый *временной блок*. Он состоит из даты и момента подачи пресс-релиза. В некоторых случаях указывается время, когда материал должен быть опубликован, иногда дается пометка «к публикации»:

Благотворительный общественный фонд  
«Дети Отечества»  
190000 г. Санкт-Петербург,  
пер. Антоненко, дом 6, офис 29.  
Тел/факс: (812) 315-81-71; (812) 315-09-67  
17.01.01                      12.46                      к публикации

#### 4.2. Редактирование пресс-релиза

В тех случаях, когда сообщение носит конфиденциальный характер, обязательно использование пометки «эмбарго».

*Заголовок пресс-релиза* должен называть тему сообщения и соотноситься с основной мыслью текста. Не стоит придумывать образные, интригующие заглавия, заглавия, содержащие оценку. Это уже дело редакций и издательств, пользующихся переданными пресс-релизами:

Подростковый турнир по футболу  
среди дворовых команд  
на кубок губернатора Санкт-Петербурга

*Основная часть пресс-релиза* содержательно и синтаксически делится на емкий и развернутый, насыщенный информацией первый абзац и развивающий его фрагмент. Развивающий фрагмент содержит комментарий к первому абзацу. В этом отношении основная часть структурно воспроизводит специфику информационной заметки: длинное предложение с инверсией подлежащего и сказуемого и более простые предложения, детализирующие информацию «сильного» начального абзаца.

Лексически основная часть насыщена речевыми клише официально-деловой речи: обилие отыменных предлогов (*по истечении, по причине, впоследствии* и др.), универсальных слов (*в деле, в целях, в рамках* и др.), описательных оборотов (*уделить внимание, оказать помощь, иметь большое значение* и др.). Широко используются аббревиатуры, чаще в расшифрованном варианте (*Европейский Союз, Европейский Банк Реконструкции и Развития* — практика показывает, что каждое слово в этом случае дается с прописной буквы), термины, специальная лексика, иноязычные слова (*экологический патруль, международный роуминг, Интернет-провайдеры* и др.).

*Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью*

Развивающая часть может быть оформлена с помощью внутритекстовой рубрики:

В Гигант-холле (Кондратьевский пр., 44) в рамках целевой городской программы «Молодежь Санкт-Петербурга» пройдет заключительный концерт 2-ого ежегодного фестиваля детских театральных самодеятельных коллективов Санкт-Петербурга.

В фестивале участвовали коллективы подростковых клубов нашего города, занимающиеся театральным мастерством и работающие в следующих направлениях:

- музыкальный, драматический, литературный театр,
- театр пантомимы,
- кукольный театр.

В течение октября во время отборочных туров профессиональное жюри оценивало участников. В состав жюри входили популярные актеры, музыканты, хореографы. Многие коллективы поразили судей своим талантом и профессионализмом.

В заключительном концерте примут участие победители фестиваля. Зрители будут иметь возможность насладиться детским творчеством и впервые увидеть будущих звезд нашего театра.

Основными задачами фестиваля являются: развитие театрального творчества среди детей и подростков, эстетическое воспитание подрастающего поколения, сохранение и развитие сети детских театральных студий.

*В заключительной части* почти полностью повторяется шапка пресс-релиза и указывается лицо (лица), к которому (которым) можно обращаться за дополнительной информацией:

«Городской центр по работе с детьми, подростками и молодежью»

199178, г. Санкт-Петербург, 13-я линия Васильевского острова, д. 22.

#### 4.2. Редактирование пресс-релиза

Тел.: 321-88-91

Факс: 321-88-92

За дополнительной информацией и по вопросам аккредитации прессы просим обращаться по телефону 321-88-91 к Ивану Харькову.

-Объем пресс-релиза в среднем 300—500 слов. По возможности текст должен помещаться на одном листе. Если это не получается, в правом нижнем углу следует указать «см. далее». Дополнительную информацию можно дать и в приложении на отдельных листах.

*Техническое редактирование пресс-релиза* предполагает контроль за тем, чтобы при его написании заполнялась только одна сторона листа, сохранялись широкие поля справа и слева (их используют в редакциях для внесения пометок при подготовке текстов к печати). В пресс-релизе не следует делать подчеркивания (каждая редакция сама решает, что для ее читателей важно). Все абзцы, кроме первого (обычно он дается без абзацного отступа), печатаются с красной строки. Нельзя писать заглавными буквами целые слова. В аббревиатурах не должно быть точек.

*Литературное редактирование пресс-релиза* основывается, кроме проверки фактической точности сообщения и корректировки жанрового макета, на контроле за соблюдением требований к речевой деятельности. И хотя предполагается дальнейшая трансформация текста при подготовке его к публикации в СМИ, этот этап работы над пресс-релизом пропускать нельзя. Дело в том, что сложившаяся практика работы с пресс-релизами в различных изданиях дает основания для вывода о том, что журналисты, как правило, лишь сокращают полученное сообщение, не вмешиваясь в его жанрово-композиционный и речевой облик. Рассмотрим пресс-релиз и его обработку редактором Дома Радио «Гардарика»:

*Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью*

*До редактирования*

*После редактирования*

12.08.00

Пресс-центр Правительства  
Ленинградской области

Валентин Сидорин

**Авиационный праздник  
Ленинградской области**

В воскресный полдень, 15 августа, на аэродроме Гатчинского авиационно-спортивного клуба в поселке Никольский состоится празднование Дня Воздушного Флота России.

Место выбрано не случайно. Близ железнодорожной станции Гатчина-Варшавский в 1909 году был построен первый военный аэродром России. При нем основана офицерская воздушная школа Кировского полка. С 1914 года, когда началась Первая мировая война, здесь готовят летчиков для русской армии.

Сейчас на месте первого российского военного аэродрома возведены новостройки, «взлетка» переместилась в Никольский.

Гатчинский авиационно-спортивный клуб считается одним из самых значимых в системе РОСТО. На его базе готовят инструкторов по прыжкам с парашюта, обучают желающих водить небольшие самолеты и планеры. Многие, кто начинал здесь, поступили в Академию гражданской авиации и работают на больших воздушных судах.

Руководитель области Валерий Сердюков направил коллективу авиаклуба поздравления с праздником.

**Авиационный праздник  
Ленинградской области**

В воскресный полдень, 15 августа, на аэродроме Гатчинского авиационно-спортивного клуба в поселке Никольский состоится празднование Дня Воздушного Флота России.

Место выбрано не случайно. Близ железнодорожной станции Гатчина-Варшавский в 1909 году был построен первый военный аэродром России. При нем основана офицерская воздушная школа Кировского полка. С 1914 года, когда началась Первая мировая война, здесь готовят летчиков для русской армии.

Сейчас на месте первого российского военного аэродрома возведены новостройки, «взлетка» переместилась в Никольский.

Сегодня Гатчинский авиационно-спортивный клуб считается одним из самых значимых в системе РОСТО. На его базе готовят инструкторов по прыжкам с парашюта, обучают желающих водить небольшие самолеты и планеры.

Авиаторы обещают устроить в воскресенье большое шоу. Планеристы покажут в воздухе фигуры

#### 4.2. Редактирование пресс-релиза

Авиаторы обещают устроить в воскресенье большое шоу с показательными выступлениями планеристов, которые покажут в воздухе фигуры высшего пилотажа, парашютистов, десантников, а также готовы усадить рядом с инструктором за штурвал «Вилги» или «Лиги» всех желающих. Удовольствие стоит около 600 рублей, но - можно «сброситься» - судна вмещают трех человек. Правда, «рулевым» все равно будет кто-нибудь один. Состоится выступление известных артистов, неравнодушных к воздушному флоту.

Проезд в поселок Никольский от железнодорожной станции Гатчина-Варшавская автобусами 516, 531, 532, 539. На личном транспорте следует ехать по Киевскому шоссе, поселок находится в 20-ти километрах от Гатчины в сторону Луги.

Пресс-центр Правительства Ленинградской области

Доп. инф. по тел.: (217) 318-33 - начальник штаба Гатчинского авиаклуба Иванов Владимир Евгеньевич.  
321-46-35 - пресс-центр Правительства ЛО.

высшего пилотажа, а также готовы усадить рядом с инструктором за штурвал «Вилги» или «Ан-2» всех желающих.

Состоится выступление известных артистов, неравнодушных к воздушному флоту.

Проезд в поселок Никольский от железнодорожной станции Гатчина-Варшавская автобусами 516, 531, 532, 539. На личном транспорте следует ехать по Киевскому шоссе, поселок находится в 20-ти километрах от Гатчины в сторону Луги.

Очевидно, что в переданном пресс-центром тексте дефекты остались и после его обработки редактором СМИ. Отметим их:

- *грамматические ошибки в написании слов*. По нормам языка название полка пишется через *а*: *Кирасирский*;
- *нарушение норм сочетаемости слов во фразе один из самых значимых*;
- *нарушение стилистических норм* из-за сохранения

*Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью*

оборота, свойственного официально-деловой речи *состоится выступление* (вместо *выступят*);

— нарушение ясности высказывания из несоответствия имен собственных в начале и в конце текста: *Гатчина-Варшавский* и *Гатчина-Варшавская*. Если название станции претерпело исторические изменения, то это можно было бы отметить, употребив вставную конструкцию *{оригинальное название или современное название}*.

Пресс-релиз, насыщенный научными и техническими названиями механизмов и оборудования, описанием их параметров, целесообразно готовить сразу в двух вариантах — во втором давать комментарий, который может быть оперативно передан представителям прессы, если будут обращения за дополнительной информацией, разъясняющей отдельные положения сложного для восприятия текста.

Если в пресс-релизе упоминается какое-либо лицо, необходимо давать его полное имя и должность, проверяя их написание, особенно это касается титулов, званий, наград:

Сегодня в Доме областного Правительства состоялась встреча руководителя области Валерия Сердюкова с чрезвычайным и Полномочным послом Кореи в России г-жой Ин-Хо Ли. Сегодня же Валерий Сердюков принял Генерального консула Венгерской Республики г-на Геца Котаи в ходе его рабочего визита.

В пресс-релизе не выверено написание должности (*Чрезвычайный и Полномочный*), неточно названа страна: о какой *Корее* идет речь (Северной или Южной)?

Цифры, по возможности следует приводить точные, не приблизительные. Редакции сами решат, как их подавать. Сравните:

*Пресс-релиз*

С начала года налоговыми инспекциями региона мобилизовано в бюджет всех уровней более 3,1 миллиардов

*Газета*

С начала года налоговыми инспекциями региона мобилизовано в бюджет всех уровней более трех миллиардов

Задачи по теории

рублей. Налога на прибыль получено в 4,17 раза больше прошлогодного. рублей. Налога на прибыль получено в четыре раза больше прошлогодного.

В пресс-релизе не стоит использовать образные средства языка, разговорную, оценочную лексику, особенно те слова, которые могут привести к двусмысленности фразы. Пресс-релиз — это прежде всего деловой текст. Его жанровая определенность, ясность, высокая речевая культура способны повысить доверие к организации, фирме, которые его рассылают.

**Q Задачи по теории**

1.1. Перечислите типологические *признаки традиционного рекламного текста*.

2. Перечислите типологические *признаки нетрадиционного рекламного текста*.

3. Какие составляющие можно выделить в композиции рекламного текста?

4. Сформулируйте собственное рабочее определение нейтрального рекламного текста.

5. Сформулируйте собственное рабочее определение экспрессивного рекламного текста.

6. Какие из способов актуализации сообщения в рекламе, на ваш взгляд, требуют пристального внимания в процессе редактирования рекламного текста?

7. Если основным приемом организации содержания в рекламе становится рубрикация, какой должна быть стратегия редактора при оценке такой рекламы?

8. В каких случаях редактор может сохранить (пропустить) отступления от норм пунктуации в рекламном тексте?

И. 1. Языковые средства какого функционального стиля становятся основой стилистического рисунка пресс-релиза?

Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью

2. Охарактеризуйте основные составляющие пресс-релиза, сопоставляя их с аналогичными компонентами журналистского текста:

а) если в газете *шапка* — это \_\_\_\_\_, то в пресс-релизе *шапка* — это \_\_\_\_\_;

б) если в газете *заголовок* выполняет одну из следующих функций

и может использовать такие средства языка, как \_\_\_\_\_, то в пресс-релизе *требования к заглавию* следующие \_\_\_\_\_;

в) если *основная часть* обычного материала СМ И состоит из \_\_\_\_\_, то *основная часть* пресс-релиза содержательно и синтаксически делится на \_\_\_\_\_;

г) если в СМ И в *заключении* материала журналист пишет о \_\_\_\_\_, то в *заключении* пресс-релиза \_\_\_\_\_.

3. Перечислите задачи редактора в процессе технического редактирования пресс-релиза.

4. Напишите небольшое письмо в пресс-службу фирмы — партнера вашей газеты, — в котором вы предлагаете *модель текста пресс-релиза* и даете советы по поводу выбора языковых средств: приемов подачи имен собственных, аббревиатур, цифр, дат, терминов и т. п. Объясните также, почему некоторые языковые средства не стоит использовать при составлении пресс-релиза.

• **Практикум**

Задание № 1. Прокомментируйте все дефекты представленных ниже рекламных текстов. Исправьте их, если это возможно:

А. СОВАМ ТЕЛЕПОРТ это.

- стабильность и успех на рынке телекоммуникационных услуг с 1983 года;
- член группы компаний *G TS (Глобал ТелеСистемз)*;
- пользователи России-Он-Лайн получают полный доступ, в Интернет;
- доступ в сети **X25** и международные почтовые системы;
- создание распределенных корпоративных сетей с интеграцией услуг;
- генеральный дистрибьютор сетевого оборудования компании Nortel.

Да будь, Ты, хоть трижды аристократ,  
Или просто чертежница Клава,  
Бросай и рейсфедер, и светский бардак,  
Топай к торговому комплексу «Слава».

В.

*НИКОМУ НЕ ГОВОРИ!*

П Е Й Д Ж Е Р  
четырёхстрочный «**НЕС 21 А**»  
9 информационных каналов,  
трехзначный номер дозвона  
**БЕСПЛАТНО**

по субботам —  
*подарки, лотерея тарифов*

*EXPRESS*  
*пейджим-сервис*

количество ограничено  
т. 247 -6322, 556 -9241, 064, 09.

Г. © STIMOROL - ВАША БЕЛОЗУБАЯ УЛЫБКА НА ВСЮ ЖИЗНЬ

Д.  
SUNBREEZE BALM & *Использовать можно 5-ю*  
SUNBREEZE OIL *способами:*  
ТРАВЯНЫЕ 1. Втереть масло или бальзам  
БАЛЬЗАМЫ в виски или затылочную часть.  
ДЛЯ НАРУЖНОГО И ВНУТ- Снова втереть и глубоко масси-  
РЕННЕГО ровать.  
ПРИМЕНЕНИЯ 2. Втереть в ту часть тела, где  
Состав: это необходимо.  
Sun breeze Oil: Mentol; Cassia 3. Взять на язык одну каплю,  
Oil. проглотить.  
Sun breeze Balm: Mentol; 4. Смешать небольшое количе-  
Comphar; Wax and Cassia Oil ство масла или бальзама с шампунем. Побыть голове, как обычно.

5. Для ингаляций: 1 капля масла на колпачок воды.  
*Полезно для: — головной боли; морской болезни; сонливости; обмороках; для снижения усталости; умственном напряжении; болезненности движений; насморке, рвотах, порезах, ранках, перхоти, утренней тяжести, грибковых болезнях, переутомлении, болях в горле, насморке.*

*Эффект применения этих бальзамов дает поразительный результат*

*Справки по тел.: (812) 312-12-12 - многоканальный. Круглосуточно!*

Е. Господа! Если вы хотите узнать...  
... что значит «власть женщин»...  
... где жили и против кого воевали амазонки...  
... в чем могут проявляться «инь» и «янь»...  
... почему без Шакти боги ленивы и пассивны...  
... как помогают рассказывать о настоящей любви истории Гермафродита и андрогинов...  
то полученные знания помогут Вам осмыслить проблемы взаимоотношений полов сегодня и роль женщины в гипермужском этосе.  
Эти вопросы будут освещены в лекции доктора филологических наук М. Ф. АЛЬБЕДИЛЬ «МЫ - КАК ФОРМУЛА ЖИЗНИ ДВОЯКАЯ...»

**Практикум**

***диффизм полове мифе*** из цикла  
«МИФ В КУЛЬТУРЕ. МИФ КУЛЬТУРЫ»,  
которая состоится в помещении Музея театрального и музыкального  
искусства / пл. Островского, д. 6; ст. метро «Гостиный двор»/  
в пятницу 6 декабря в 18 часов.  
После лекции демонстрируются фрагменты из кинофильма Питера  
Брука «МАХАБХАРАТА».  
Организатор цикла - школа культуры «Ковчег». Стоимость одного  
занятия - 60 рублей. Продаются льготные абонементы.  
**ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ - СКИДКА - 50 %**  
контактный тел. 310-62-73.

Задание № 2. Подготовьте текст к публикации в рекламном сборнике.

***Даем возможность получить серьезные знания/  
Не упустите свой ШАНС!  
Институт иностранных языков  
Университет УАЙКАТО***

Новая Зеландия известна как страна, которая открывает людям из Азии и с островов Тихого океана путь в мир английского языка. Страна красива, имеет мягкий климат; жители гордятся тем, что Новая Зеландия стала безъядерной, гордятся ее великолепной природой, горами, долинами, морскими видами, красивыми городами с их бурной жизнью. Здесь грандиозные ландшафты, отличные условия для спорта и туризма; своеобразная местная культура привлекает гостей, ученых, студентов, которые видят, как красив здешний английский, как высоки профессиональные критерии у тех, кто преподает и кто изучает этот язык. Поистине, впечатление на всю жизнь.

В Новой Зеландии население невелико — около трех с половиной миллионов, хотя по площади своей территории она почти не уступает Соединенному Королевству. Тем не менее, население ее крупнейших городов довольно многочисленно, деловые и культурные центры там процветают, эти центры отличает современный стиль и хорошая архи-

*Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью*

тектура. Во всех крупных городах имеются красивые парки, заманчивые магазины и кафе, прекрасные виды на море, реки или озера.

Институт иностранных языков университета Уайкато значительно разросся за пять лет, прошедшие с поры его открытия. В нем работает около 70 постоянных сотрудников, институт имеет в своем распоряжении четыре современных корпуса. Два здания расположены на территории главного университетского городка, находящегося в городе Хэмилтоне, одно — в центре города, и еще одно — в центральной части города Окленд. Это — крупнейший языковой центр в Новой Зеландии и один из крупнейших в мире. Институт вправе гордиться исключительно высоким уровнем разрабатываемых программ, качеством преподавания, стилем отношений между преподавателями и студентами.

Институт иностранных языков — часть университета Уайкато. Он предлагает студентам ряд академических программ, как-то: одно-годовой диплом, степень магистра и кандидата наук в

прикладной лингвистике, а также в преподавании иностранного языка. Здесь, кроме того, предлагается курс («университетский сертификат») по английскому языку, который разработан, в основном, в расчете на зарубежных студентов разного уровня подготовки. — от начального до продвинутого. Студенты, обучающиеся по программе «сертификата», могут проходить экзамены самого разного типа, имеющие международную аккредитацию, такие как IELTS, TOEFL, и кэмбриджские экзамены. Имеются также курсы английского языка для путешественников, программа обучения на сертификат с получением основных знаний, которая готовит студентов к занятиям английским языком на среднем университетском уровне, а также международная программа, сочетающая английский язык и менеджмент (совместно со школой по подготовке менеджеров), которая представляет собой этап обучения на степень бакалавра менеджерских наук.

Институт иностранных языков обеспечивает жильем с проживанием в частных

домах, в общежитиях, квартирах, мотелях и в домах, сдаваемых в аренду.

Проезд из аэропорта может быть также организован институтом. В стенах этого учебного заведения царит дружелюбная атмосфера,

Практикум  
сфера, заботливое отношение к людям, - все это способствует тому, чтобы студенты могли учиться и работать с полной отдачей.

Контактные телефоны в России (812) 328-3070; (812) 111-1590.

Задание № 3. Охарактеризуйте жанровые, композиционные, технические, речевые и стилистические ошибки, которые вы обнаружите в представленном ниже рекламном тексте. Отредактируйте материал.

ПК «Андреевский»:

Вас вылечат «Андреевские хлебцы»!

Хлеб традиционно является неотъемлемой частью русского стола. Издревле считается, что хлеб, содержащий жизненно-важные витамины, дает силу и здоровье. Действительно ли хлеб, который мы привыкли есть, полезен? Ведь производство в настоящий момент оставляет желать лучшего.

Одним из доказательств низкого качества российского хлеба является его быстрое очерствление: через несколько дней после его изготовления он уже не пригоден к пище.

Всего три месяца назад на петербургском рынке появились «Андреевские хлебцы». А уже завоевали популярность у разных слоев населения, Универсальность потребления (вместо хлеба, в качестве закуски, к чаю, самостоятельно), невысокие цены делают хлеб доступным и не-

обходимым для всех, особенно для детей и пожилых людей.

В отличие от обычного хлеба, «Андреевские хлебцы» — бездрожжевые и приготавливаются с помощью метода «взрывной декомпрессии», при которой зерно превращается в мелкодисперсионную форму и, пройдя высокотемпературную обработку за считанные секунды, сохраняет все ценные свойства.

«Андреевские хлебцы» являются естественным волокнистым энтеросорбентом.

Ежедневное употребление хлебцев необходимо каждому человеку, так как они содержат ряд полезных микроэлементов, минеральные вещества, отруби, полную группу витаминов В, металлы.

Многие из покупателей супермаркета «Андреевский», что на Богатырском проспекте, 35, уже успели познакомиться с этим чудесным продуктом. Более того, для некоторых из них хлебцы стали неотъемлемой частью рациона.

Подошедшая к фирменному стенду «Андреевских хлебцев» женщина на мой вопрос: «Вы их уже попробовали?», ответила:

— Я покупаю их уже два месяца. Дочке 6 лет. Всегда была проблема с выбором продуктов, у нее аллергия. Мы заметили, что реакция на цитрусовые и рыбу резко снизилась. Эти хлебцы — просто чудо! Я уже и соседку ими угощала, так что на одного ценителя этого лакомства стало больше.

Сейчас в продаже три вида хлебцев: пшеничный, из гречки и риса. В ближайшем будущем «ПК Андреевский» порадует петербуржцев сладкой и полезной новинкой — хлебцами в шоколаде!

Практикум

Подарите себе и своим близким самое дорогое — здоровье!

**АНДРЕЕВСКИЕ ХЛЕБЦЫ — ЭТО ПОЛЕЗНО И ВКУСНО!**

тем, у кого лишний вес,  
тем, у кого проблемы с желудком,  
страдающим атеросклерозом,  
просто тем, кто хочет быть здоровым  
(т.к. выводят из организма вредные вещества)

Дюжина хлебцев (такая маленькая порция) покрывает дневную потребность небольшой семьи в необходимых микроэлементах, клетчатке и витаминах группы В. Длительный срок хранения.

Задание № 4. Отметьте композиционные, Технические, речевые и стилистические ошибки, которые вы обнаружите в представленном ниже пресс-релизе. Отредактируйте пресс-релиз.

Июль 12 200212:01

**ПРЕСС-ЦЕНТР**

**Главное Управление Я191002, Санкт-Петербург**  
**по делам гражданской обороны ул. Разъезжая, 26/28**  
**и чрезвычайным ситуациям 8 (812) 164-76-56, 210-71-71**  
**г. Санкт-Петербурга и 0 в (812) 164-76-56**  
**Ленинградской области**

**ПОЖАРЫ ПОД НАДЕЖНЫМ КОНТРОЛЕМ**

С началом пожароопасного периода на территории Ленинградской области было зарегистрировано 45 пожаров общей площадью 1122 га, из них лесных - 264, торфяных 856. На сегодняшний день действуют 16 очагов общей площадью 44,4 га, в том числе лесных 34 га. 10 июля был произведен очередной облет территории

*Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью*

области, после которого в Лодейном поле состоялось выездное заседание правительства Ленобласти под председательством В. Сердюкова и с участием председателя комитета по лесу М. И. Кудряшова, заместителя начальника ГУ ГОЧС по Ленинградской области В. Ермакова, глав муниципальных образований и их заместителей — председателей Комиссий по чрезвычайным ситуациям. Ни одного очага пожара не должно остаться без контроля - этот лозунг был лейтмотивом не только этого — очередного заседания правительства по пожарам, но и остается девизом всей многогранной работы и напряженной работы по тушению пожаров и их предупреждению. Надо сказать, что ситуация, сложившаяся в лесах области, прогнозировалась еще за много месяцев, поэтому было время продумать и отработать всю информационно-предупредительную работу. Заблаговременно были проведены заседания КЧС по пожарам, система РСЧС была введена в режим повышенного функционирования, организованы круглосуточные дежурства службы по делам ГО и ЧС. Была организована непрерывная разведка пожароопасных областей Комитетом по лесу правительства области совместно с Главным управлением по делам ГО и ЧС Санкт-Петербурга и области, в том числе и авиационная, на территории области с целью своевременного принятия мер к локализации и тушению очагов пожаров. Особое внимание при этом обращалось на территории Тихвинского, Волховского и Бокситогорского района, где пожары были наиболее интенсивными и масштабными. Под контролем держится выполнение распоряжения губернатора области о временном запрещении посещения лесов, ведется разъяснительная работа среди населения.

Благодаря всей этой работе количество пожаров, как мы видим по цифрам, неуклонно снижается, однако до

***Практикум***

спада напряжения служб, несущих эту трудную горячую вахту, еще, видно, далеко. Ведь лето в разгаре.

Так, на сегодняшний день самый крупный пожар - 21 га - зарегистрирован в Киришском районе. Появились три новых очага, на сей раз в Сланцевском районе, площадью 7 га, из них 4 га леса. Ситуация в этом районе усугубляется взрывающимися снарядами, захороненными в торфяниках во времена войны, что психологически производит на жителей деревни Загрив, где раздаются эти зловещие взрывы, неприятное впечатление.

Задание № 5. Обработайте пресс-релиз для публикации в газете «Санкт-Петербургские ведомости» и для передачи в сводке новостей петербургского радио. Вам надо сделать два варианта информационного сообщения. Не забудьте сопроводить тексты заголовками.

**Пресс-служба УФСБ по Санкт-Петербургу и Ленинградской области**

**06-30-02**

30 июня 2002 года сотрудниками Управления ФСБ России по Санкт-Петербургу и Ленинградской области совместно с коллегами из Северо-Западного Регионального управления по борьбе с организованной преступностью проведена успешная операция по задержанию очередного наркокурьера.

В ходе оперативно-розыскных мероприятий контрразведчиками было установлено, что готовится поставка крупной партии героина в наш город. Вечером на Московском проспекте сотрудники УФСБ и РУБОП принудили остановиться автомобиль «Волга», в котором находился гражданин Таджикистана, житель города Ходжента М. При личном досмотре у него были обнаружены два пакета героина общим весом около 1 500 граммов. По

Глава 4. Коррекция текстов, функционирующих в сфере связи с общественностью

оценкам специалистов стоимость изъятого составляет 60 000 долларов США.

Человек, доставивший на невские берега такое количество сильнодействующего наркотика, имеет два высших образования.

Возбуждено уголовное дело по ст. 228 УК РФ (незаконный оборот наркотических средств). Следствие ведет ГУВД Санкт-Петербурга.

Доп. инф.: 245-11-11 по рабочим дням с 08.00. до 17.00 Валентин Павлов.

• **Литература**

*Викентьев П. Л.* Приемы рекламы и public relations. — СПб., 1995.

*Воробьев А. В.* Реклама или информация? PR Диалог, 2001. № 1.

*Головкин С.* Парадоксы модуля. Журналист, 2002. № 6.

*Козицкая Е. А.* Цитатное слово в газетном заголовке и рекламном тексте. — Тверь, 2001.

*Коньков В. И.* Язык рекламного текста. — В кн.: Реклама и связи с общественностью: теория и методика профессионального творчества. Ч. I. — СПб., 1999.

*Кохтев И. Я.* Реклама: параметры оптимального текста. — В кн.: Культура русской речи и эффективность общения. - М., 1996.

*Кромптон А.* Мастерская рекламного текста. — Тольятти. 1995.

*Ксензенко О. А.* Как создать рекламный текст (функционально-экспрессивные аспекты рекламного текста). — М., 1998.

*Уэллс У., Вернет ДжМориарти С.* Реклама: принципы и практика. - СПб., 1999.

## Из досье образцового редактора (вместо заключения)

В основе комплексной методики коррекции изложения в медиа-тексте лежит процесс аналитического чтения текста — своего или чужого. Образцовый редактор — это прежде всего образцовый читатель, который, «путешествуя» по строчкам, ищет ответы на вопросы: *о чем* пишет автор и *почему* он пишет об этом *так*? Ответ на вопрос *о чем*? предполагает установление соответствия между внетекстовой и собственно текстовой реальностью. Здесь критерием оценки изложения становятся экстралингвистические факторы. Если связи между фактами реальной действительности при их реконструкции в тексте деформированы, то редактор смотрит, *почему* они нарушены: дефект ли это самой мысли или дефект способа изложения? Именно это определяет стратегию дальнейшей работы с текстом. И вот *образцовый редактор* читает журналистский текст:

Почти самое первое Ольгино детское воспоминание - ярко-алая кровь на желтом пцлу и собственный страшный крик. Потом, когда она вырастет, ей расскажут, как все было.

Это начало очерка о судьбе молодой женщины. Текст передает событие, состоящее из эпизодов, расположенных в определенной временной последовательности. Следовательно, в основе изложения — повествование как функционально-смысловой тип речи. Причем повествование построено на ретроспекции. Журналист сразу предупреждает читателя об этом: *потом ей расскажут, как все было*. Но вот дальше ему не удалось правильно расположить события. И редактор обозначает цифрами соответствующую реальному положению дел последовательность эпизодов, а также отмечает слова, интуитивно вызывающие у него сомнения в правильности их выбора.

Из досье образцового редактора

(1) Пьяный отец кинулся с ножом на мать, старшая дочь прижалась к матери, бабушка повисла на отце, а их дворняжка по имени Рэд, ростом с овчарку, кинулась их защищать. Отец ударил ножом собаку, хлынула кровь, женщины заорали не своими голосами, клубок тел переместился к двери, дверь распахнулась, отец вытолкнул всех и запер за собой дверь. А Ольга осталась. Она сползла с дивана и редела, попав в лужу крови.

(2) Потом мать ей рассказала, что они поднялись этажом выше к соседке, старшая дочь рыдала над истекающей кровью собакой, соседка помогала ей перевязывать раны Рэда, а мать легла на пол, чтобы не слышать, как плачет Ольга. Бабушка, свекровь матери, пыталась её успокоить: «Не тронет он ребенка, не сходи с ума». Но мать сходила и, когда Ольга затихла, с побелевшим лицом кинулась вниз.

(3) Она заглянула в окно, жили они на первом этаже, увидев ребенка на полу в луже крови, схватила какую-то палку и разбила стекло. Этого Ольга тоже не помнит.

(5) Была то ли весна; то ли осень, потому что они не могли выходить на улицу без одежды, а одежда осталась дома, и они безвылазно провели весь день и всю ночь у соседей. (4) Мать встала на лавочку, пролезла сквозь выбитую раму, схватила мокрую Ольгу и выкинула ее в окно кому-то из подошедших, вылезла сама. В подъезд их проводили зеваки со двора — боялись, как бы огей, не открыл дверь в темноте' подъезда и не кинулся снова с ножом.

В тексте нарушен порядок, в котором все происходило. Его следует восстановить. Описывая первое событие, журналист упустил не только временные, но и пространственные координаты: *клубок тел переместился к двери*. Откуда? Где все происходило? Какой *клубок*? У каждого было свое мрсто, герои «не сплелись в клубок». Если это собы-

тие и было в действительности, то в тексте оно пропущено. Если отец вытолкнул всех и *запер за собой дверь*, то и он должен быть выйти. Но, судя по рассказу, он остался в квартире. Недоумение вызывает и предложенная в тексте причинно-следственная связь: *мать легла на пол, чтобы не слышать*, как плачет Ольга. Но ведь они поднялись этажом выше, а Ольга осталась внизу? Значит, наоборот, *мать легла на пол, чтобы слышать*, как плачет Ольга.

Неумение рассказывать историю проявилось и в том, что автор небрежно обозначает участников происходящего. Все подано с позиции Ольги, следовательно, имена героям должны быть «розданы» по отношению к ней: мать, отец, старшая сестра, бабушка. Употребленная в тексте номинация *старшая дочь* была бы возможна, если бы все было описано с позиции матери.

Перестановка событий, пропуск содержательных фрагментов, а с другой стороны, перегруженность деталями «размыли» картинку. Причем эти детали не обработаны в языковом плане. Вот автор пишет: мать *«схватила какую-то палку и разбила стекло»*. Потом, прервав изложение введением другого события, возвращается к прежнему эпизоду и, вероятно, забыв о том, что было раньше, завершает рассказ: мать *«пролезла сквозь выбитую раму»*. Из-за неверно выбранного слова возникает формально-логическое противоречие. Два изображения об одном и том же не совмещаются: 1) *мать разбила стекло*; 2) *мать выбила раму*.

Драматические события приобретают порой каламбурную двусмысленность из-за небрежно выбранных слов: *...не сходи с ума. Но мать сходила и, когда Ольга затихла, с побелевшим лицом кинулась вниз*. В устойчивом выражении *сходить с ума* глагол имеет синтаксически связанное значение. Если синтаксическая конструкция разрушается, то и семантические связи трансформируются. Текст; насыщенный глаголами движения/перемещения, провоцирует

Из досье образцового редактора

во втором предложении воспринимать глагол *сходить* в прямом значении. Трудно представить себе и мать, *емкидывающую*, как пишет автор, *ребенка в окно*. Вероятно, не точно употреблено и слово *зеваки*, которые проводили в подъезд мать с ребенком. Здесь стоит заглянуть в словарь: *зеваки* — это те, кто из праздного любопытства лишь *наблюдают*. Они не совершают действия. *Проводить в подъезд* зеваки могут только *взглядами*. Правильно следует и фразу *дворняжка по имени Рэд, ростом с овчарку*. Не только потому, что у животных клички, а не имена. Здесь без установки на выразительность использованы слова, разрушающие реальный образ: уменьшительно-ласкательный суффикс *-ка (дворняжка)* заставляет читателя «увидеть» небольшую собаку. Однако дальше автор пишет, что *собачка ростом с овчарку*. Таким образом, в тексте возникает образное противоречие. Словосочетание *открыть дверь в темноте подъезда* тоже дефектно. Нарушены грамматические нормы: либо *открыть дверь (как?) в темноте*; либо *открыть дверь (куда?) в темный подъезд*. Возможно и метафорическое словосочетание *открыть дверь в темноту подъезда*.

Только после такого последовательного анализа содержания описываемой ситуации и языковых эквивалентов, найденных автором для её воспроизведения, можно приступить к правке. Так работает редактор документального в своей основе медиа-текста: он заботится и о соответствии изложения реальному положению дел, и об интересах читателя. И вот какой могла бы быть история, рассказанная журналистом и скорректированная образцовым редактором:

*Пьяный отец бросился с ножом на мать, старшая сестра прижалась к матери, бабушка повисла на отце, а их дворняга Рэд, ростом с овчарку, кинулась защищать своих хозяев. Отец ударил ножом собаку. Хлынула кровь. Жен-*

*Из досье образцового редактора*

*щины, прижавшись друг к другу, заорали не своими голосами. Из комнаты этот клубок тел переместился в прихожую, потом отец вытолкнул всех в подъезд и запер за ними дверь. А маленькая Ольга осталась. Она сползла с дивана, на котором все это время лежала, и, оказавшись в луже крови, заревела.*

*Позже мать ей рассказала, что они поднялись этажом выше к соседке. Старшая сестра рыдала над истекающей кровью собакой. Соседка помогала перевязывать раны Рэда. Мать, прислушиваясь к доносившемуся снизу плачу Ольги, сходила с ума. Бабушка, свекровь матери, пыталась её успокоить: «Не тронет он ребенка, успокойся». И вот, когда Ольга затихла, мать с побелевшим лицом кинулась на улицу, Она заглянула в окно — жили они на первом этаже, — увидев ребенка на полу в луже крови, схватила какую-то палку и разбила стекло. Потом встала на лавочку, пролезла в окно, взяла мокрую от слез и крови Ольгу, передала её кому-то из подошедших к окну и вылезла сама. Их проводили только до поезда. Никто из случайных свидетелей не решился войти с ними — боялись, как бы отец не кинулся снова с ножом.*

В «Эссе о прессе» У. Эко, размышляя о роли СМИ в современном обществе, пишет, что газеты или журналы, добровольно покупаемые нами в киоске, все ещё выполняют свою первостепенную функцию, основную не только для нормального развития цивилизованного общества, но и для нашего удовольствия. Вероятно, задача редактора текстов массовой коммуникации — помочь читателю получить и достоверную информацию, и удовольствие от чтения.

Сметанина Светлана Ивановна

## **Литературное редактирование**

*для журналистов и специалистов  
по связям с общественностью*

Издательство Михайлова В.А.  
191123, г. Санкт-Петербург, а/я 354  
mva-press@peterlink.ru  
тел: (812) 944-36-61

Санитарно-эпидемиологическое заключение  
№ 78.01.07.953.П.007001.09.01 от 14.09.2001 г.

Подписано в печать 20.08.2003 г. Формат 70х100/16.  
Печень офсетная. Печ. л. 16. Тираж 5000. Заказ №302.

Отпечатано с готовых диапозитивов  
в ФГУП ордена Трудового Красного Знамени «Техническая книга»  
Министерства Российской Федерации по делам печати,  
телерадиовещания и средств массовых коммуникаций  
198005, Санкт-Петербург, Измайловский пр., 29.