

Мартен Д. Феллер (Київ)

## Українська школа літературного редагування (текст – задум автора – сприймання читача)

363

### ✎ Ключні речі:

*думка автора, адекватність сприймання, моделювання комунікативного акту, літературне редагування, моральність тексту, напруга викладу, патогенний текст, плани у викладі, читацьке сприймання, ясність.*

У раду се аналізують наступні појмови настали у оквиру дисциплине „књижевно редакovanje“: *моделовање комуникацијивної чина, адекватности текстуалне перцепције, најтежости излајања, план излајања, йајјојени тексти* и др. Ти појмови се темеље на представама о процесу перцепције и генезе текста, као и о типовима рецепцијената (Аристотел, А. Потемња, Т. Прокопович, Л. Булаховски, А. Фјодоров).

1. У колишньому Радянському Союзі в зв'язку з специфікою його ладу, сформувались окремі наукові напрями відсутні в країнах Заходу, зокрема, „літературне редагування“, то в державі, де права автора було обмежено, найбільша відповідальність за публікацію покладалася на редактора. Ще у 20-ті роки це призвело до запровадження двох чи навіть трьох редакторів: політичного (по суті, цензора), літературного (відповідав за мовну нормативність тексту) та в деяких випадках наукового (відповідального за дотримання „наукових норм“). Звідси, й подальша класифікація редагування на політичне, літературне і наукове (Сикорский 1971).

Попри те, що московські, київські та львівські вчені часом видавали спільні книжки (див. напр. (Сенкевич, Феллер 1968)), російська школа літературного редагування традиційно спиралася на канонізовані вимоги до тексту і, отже, практично зводилась до культури мовлення (Былинский, Розенталь 1961). Українська ж, з самого початку виходила з уявлення про комунікативний акт, його перебіг та компоненти, яке на той час було вже поширене в світовій лінгвістиці, що мало цікавилась процесом, який позначали в СРСР терміном „редагування“.

Українське літературне редагування формувалося чи підсвідомо, чи свідомо,

Система 2002

але приховано, як протистояння тому літературному редагуванню, що вже раніше було сформоване в Росії. Потреба виходити у процесі редагування із зіставлення сприймання тексту читачем і створення автором (Іванченко 1970) обумовила виділення в творі самостійних і несамостійних мовленнєвих рівнів (Феллер 1978; Різун 1995), а також використання понять про комунікаційну або інформаційну ситуацію (Феллер 1978; Іванченко 1970), уявлення про авторський і читацький контексти.

**2.** Поняття про комунікативний акт позначається цим терміном лише в зв'язку з формуванням напрямів, які вивчають процес комунікації, адже в постіндустріальному, інформаційному суспільстві комунікативні процеси претендують на вирішальну роль у його розвитку. Саме завдяки місцю, яке комунікація посіла в житті суспільства сьогодні, відроджують давню "Риторіку" багато в чому в новому обличчі. Однак, акуратно переказуючи різноманітні риторичні класифікації, практично оминають ту засаду, яка лежить в основі Арістотелевої риторичної теорії і дозволяє вбачати у "Риторіці" Арістотеля першооснову сьогоденного вчення про комунікацію.

Арістотель, запропонував найпростішу схему комунікативного акту ("промови"): оратор – промова (за його термінологією "власне промова") – слухач. До цього він додавав два надзвичайно важливі положення. По-перше, слухач є мета всього, і, отже, промова (вона в розумінні Арістотеля, містить водночас не лише "власне промову", а також слухача і оратора, що і робить її тим, що ми називаємо комунікативним актом) залежить від слухача і являє собою чи

не вперше описану в науці систему. У цій системі визначальним є слухач, а особливості – стиль промови визначає серед іншого його "зіпсутість" – нездатність чи небажання сприймати промову так, як хотів би оратор. Необхідність використання спеціальних прийомів у промовлянні, які для Арістотеля виступають як стиль, пов'язана саме з "зіпсутістю" слухача, особливостями його налаштування і свідомості.

Звідси випливає друга особливість Арістотелевої концепції, також зараз недостатньо помічувана. Його риторика, передусім, психологічно орієнтована. Сучасні автори, однак, наводячи виділені Арістотелем три типи промов, не передають самої суті цієї засади: вибір типу промови залежить від психологічного стану (типу) слухачів. Один тип – представники "охлосу" – здатні лише на однозначні почуття і не здатні а, головне, водночас позбавлені бажання і вміння міркувати, прислухатися до протилежних їхнім емоцій, – потребує промов – однозначно хвалебних, або однозначно викривальних, підпорядкованих почуттям (пафосу). Другий тип – "члени народних зборів" – визначається такими особливостями, як наявність здатності і готовності міркувати, але відсутність докладних знань і прагнення їх одержувати, – потребує дорадчих промов, бо не приймають рішень не обміркувавши їх. Вимоги ще одного типу слухачів – "суддів" (докладна інформація, категорична заборона емоційного впливу) визначають тип судової промови, позбавленої пафосу і не обмеженої щодо кількості фактів.

Ще одна важлива для літературного редагування особливість риторики Арістотеля – поради щодо управління процесом спілкування, подолання

психологічних обмежень, пов'язаних із сприйманням адресата.

“...Якщо ми маємо навіть найбільш точні знання, – писав Арістотель, – усе-таки нелегко переконувати деяких людей, говорячи на підставі цих знань, тому що (оцінити) промову, побудовану на знанні, є справа освіти, а тут (перед натовпом) це неможливо. Тут ми неодмінно повинні вести доведення і міркування у загальнодоступний спосіб” (Риторика Арістотеля 1850).

Дальша цитата з “Риторики” розкриває прийнятий Арістотелем спосіб аналізу.

“Я називаю періодом фразу, яка сама по собі має початок і кінець і розміри якої легко оглянути. Такий стиль приємний і зрозумілий. Він приємний тому, що являє собою протилежність промові незакінченій і слухачеві щораз здається завдяки цій закінченості, що він щось схоплює; а нічого не передчувати і ні до чого не приходити – неприємно. Зрозуміла така промова тому, що вона легко запам'ятовується, а це відбувається тому, що періодична промова має число (ритм – М. Ф.), число ж усього легше запам'ятовується. Тому усі запам'ятовують вірші краще, ніж прозу, бо у віршів є число, яким вони вимірюються. Період повинен вмщувати у собі і думку...”

Ні канони (складові частини періодів – М. Ф.), ні самі періоди не повинні бути ні скороченими, ні довгими, бо коротка фраза часто змушує слухача оступатися: справді, коли слухач, ще прямуючи вперед, до тої межі, що про неї він носить у собі уявлення, раптом мусить зупинитися внаслідок припинення промови, він наче оступається, зустрівши перешкоду. А довгі періоди змушують слухачів відставати, подібно до того як буває з людьми, що, прогулюючись, вихо-

дять за визначені межі: вони в такий спосіб залишають позаду тих, хто з ними разом прогулюється” (Риторика Арістотеля 1850: 98.).

Або ж так: “При всякому недотриманні міри ліками (повинно слугувати) відоме (правило), що людина повинна сама себе виправляти, бо, коли оратор усвідомлює те, що робить, його слова здаються істиною. Крім того, не (слід) одночасно вживати усі схожі між собою засоби, тому що в такий спосіб у слухача виникає недовіра” (Риторика Арістотеля 1850: 100.).

Арістотель увів поняття високого, середнього і низького стилю стосовно ораторів.

Оратор, що промовляє до охлосу, повністю підпорядковує свою промову пафосу (емоціям), однозначно негативному чи однозначно позитивному. За визначенням Арістотеля, це оратор високого стилю (незалежно від того, проголошує він славу, чи ганить).

Оратор низького стилю, орієнтуючись на потреби суддів, повністю виключає емоції, не обмежує себе щодо кількості наводжуваних фактів, адже суддя має знати абсолютно все, що стосується розглядуваної справи. Він турбується прогрупування фактів, щоб полегшити сприймання чи запам'ятовування та про те, щоб не згадувати вже відоме судді. Сам Арістотель найбільше поважав низький стиль, уважаючи його справедливим, але при тому додавав, що від низького стилю доводиться відмовлятися завжди, коли маємо справу з зіпсутістю читача.

Оратор середнього стилю виголошує дорадчі промови, які мали відповідати особливостям сприймання членів народних зборів, містили б помірковану кількість емоцій і, знову ж таки, помірковану кількість фактів (точніше, прикладів),

що відповідало б налаштованості членів народних зборів. Основною, натомість, складовою промови оратора середнього стилю є міркування.

З часом, зайнявшись реєстрацією частковостей, риторика перетворилася в набір канонів, що швидше обмежували свободу творчості. Систему ораторів трьох стилів змінила система мовних стилів, що передають морально високі, нейтральні, або морально низькі почуття. Такий поділ стилів лишився основним до початку ХХ ст.

Саме згадані особливості Арістотелевої риторики стали методологічною основою для української школи літературного редагування. Звичайно, не вони лише.

**3.** Є дві причини того, що в Україні дослідження, пов'язані з обробкою літературної форми твору після його написання (і саморедагування), і в процесі підготовки до видання (редагування) розглядалися з урахуванням і аналізом мовленнєвої діяльності як автора, так і уявного читача.

Формування української школи літературного редагування стало можливим завдяки тому, що автори створювали її в час "відлиги", коли вже можна було, принаймні, припускати наявність різних поглядів на один і той самий факт, в тому числі і на один і той самий текст.

Підхід до аналізу тексту з зазначених поглядів, первісно сформувався в Україні ще з XVII ст. в процесі викладання риторики, а згодом закріпився у дослідженнях українських мовознавців.

Як зазначає А. Молдаван (Молдаван 1999), занепад і відродження риторики не могли не позначитися на розвитку людини і суспільства. Реабілітація цього предмета в системі освіти поча-

лася наприкінці середньовіччя, в тому числі й на Україні, яка на той час була відома надзвичайно високим рівнем освіти. У Києво-Могилянській академії були свої оригінальні, як за структурою, так і за змістом, курси риторики. Риторика в академії була найпопулярнішим предметом, бо мала постійне практичне застосування. Студентів навчали створювати промови (судові, панегіричні), писати вітальні, подячні, прохальні, прощальні листи тощо.

Цікаві виділені Ф. Прокоповичем (Прокопович 1969) типи розповіді, зокрема, історична, яка нагадує сучасну журналістську, на відміну від риторичної, яка нагадує публіцистичну.

"Інша є історична розповідь, а ще іншою – риторична, хоч і тут і там – виклад однієї і тієї самої події. Адже ж історик розповідає інакше, ніж оратор. Історик, завданням якого є передати пам'яті нащадків завершено подію, менше займається розповіддю. Він повинен зберігати тільки те, що стосується пізнання справи. Отже, йому досить розповісти ясно, правдоподібно і коротко (про ці достоїнства ще буде мова). А ораторові необхідно подати більше число великих необхідних речей, він викладає події не тільки для пізнання, а ще й тому, щоб звідти брати докази для своєї справи і щоб своєю промовою зворушити слухача" (Прокопович 1969: 296).

По-суті йдеться про різницю між переконуючим і інформаційним мовленням.

**4.** Проблема психологічного процесу сприймання тексту як визначання його позитивних, чи негативних для ефективності впливу на адресата рис, виникла в українській теорії літературного редагування на основі традицій

українського мовознавства (Т. Прокопович, Г. Сковорода, О. Потебня, І. Овсяніко-Куліковський, О. Білецький, Л. Булаховський).

У мовознавстві серйозні розробки комунікативних характеристик тексту, зокрема такої важливої характеристики, як ясність, вів в Україні в середині минулого століття Л. Булаховський (Булаховський 1975), обґрунтовуючи, що секрет ясності полягає у здатності організувати думку – в чіткому і послідовному плануванні тексту, у тому, що ті чи інші факти й ідеї позначаються чітко, в тому, що той, хто говорить, чи пише, відчуває, що належить вже до свідомості читача або слухача як відоме з минулого досвіду або з прочитаного. Нарешті, секрет ясності, полягає, за Л. Булаховським, у вмінні висувати на перший план головне і показувати другорядне лише, так би мовити, “за необхідним мінімумом”.

Розпочав роботу над теорією літературного редагування з позицій читацького сприймання Р. Іванченко (Іванченко 1967; Іванченко 1970; Іванченко 1983; Іванченко 1962). Шукаючи нейропсихологічних обґрунтувань явища ясності, він докладно розвинув такі поняття, як плани (перспектива) в тексті, з яких випливає очікуваність (або неочікуваність) продовження, зрозумілість слів у даному контексті, напруга викладу, тобто кількість інформації, одержуваної читачем, пов'язана з кожною одиницею тексту.

Багато уваги, знову ж таки, з огляду читацького сприймання, Р. Іванченко приділяє проблемі ясності саме щодо процесу сприймання тексту читачем, спираючись в основному на думки Л. Булаховського, але до певної міри полемізуючи з ним. Л. Булаховський як мовознавець неясності пояснював як мовну недбалість, вважаючи, що ясність

– це пряма реакція на звичність елементів та їх сполучень у фразі.

Р. Іванченко піддав уважному аналізу випадки порушення ясності через невдале виділення, або, навпаки, пропуск смислових складників тексту. На його думку, невдале центрування уваги стається тоді, коли автор в одне речення прагне увібгати кілька думок, не зважаючи на те, наскільки вони обов'язкові в даній розповіді, і якщо обов'язкові, то як легко можуть бути сприйняті читачем.

Позасвідомі пропуски (логічні провали або здвоєння матеріалу) стають на заваді легкому сприйманню тексту, роблять його менш прозорим.

“Тут слід виділити два різновиди пропусків. Ті, які обов'язково пов'язані з втратами смислу (логічні провали). І ті, які утруднюють сприймання думки, затуманюють її. Це опускання складових частин фрази чи уривка, це недоговореності, що їх відчуває читач і які настожують його” (Іванченко 1983: 57).

Часто посилаючись на О. Потебню, Р. Іванченко твердить: “Слово передає думку. Очевидно, природу цієї “передачі” не можна уявити собі так, як ми уявляємо передачу якогось предмета з одних рук в інші. Передаючи предмет, людина, яка передала його, втрачає цей предмет, він цілком переходить до рук іншої людини...”

Від того, що автор перелив у слово думки та почуття і “передав” їх читачеві, він не став біднішим духовно й емоційно. Він розбудив, активізував читача, примусив його думати і почувати” (Іванченко 1983: 58).

За Іванченком процес розуміння не можна уявити без того спільного досвіду, на якому зріс і автор і читач, з якого сформувалося значення окремого слова. І слово тут виступає засобом

організації та регулятором процесу становлення думки в автора і читача. Ось на цій “регулюючій” природі слова і ґрунтується процес розуміння, процес правильного, або адекватного, сприймання розповіді.

Розглядаючи сприймання тексту як процес, Р. Іванченко зосереджує увагу на “направленості сприймання”, яке може бути відповідним задуму автора, а може й відхилитися від нього через особливості попереднього викладу, оскільки той обумовлює неправильне розуміння думки автора читачем.

Багато уваги приділяє Р. Іванченко проблемі *стислості викладу*. Виклад іде ланка за ланкою, з швидкістю, потрібною для усвідомлення того чи іншого нового. Створюється певний ритм сприймання, певний темп і послідовність засвоєння читачем авторської думки.

Але така пульсація думки створює не лише ритм подачі матеріалу, а і темп (напругу) розповіді. Кожне речення в процесі мовлення немовби має два полюси – знання і незнання, відомого і невідомого. Мовець знає, що він хоче сказати. Але мовлення існує в часі, і він все відразу висловити не може. Зосереджуючи увагу читача (слухача) то на одному, то на іншому моменті, автор (мовець) змушений поступово, речення за реченням, називати і характеризувати словом пізнане, і ланка за ланкою, з кожним новим реченням зменшувати напругу цікавості читача, яка виникла на початку розповіді між знанням мовця та невіданням читача (слухача). І так аж доти, доки знання читача не врівноважиться із знанням автора. Ця рівновага досягається не відразу, а лише після ознайомлення з усім викладом. Як бачимо тут розглядається важливе для літературного редагування питання про напругу цікавості читача.

**5.** У пізніших розробках з літературного редагування важливе місце починають приділяти співвідношенню твору і тексту, твору і його теми.

На думку В. Різун: “У межах наукових знань про текст як продукт організованого писемного мовлення обов’язковим є розмежування понять “твір” і “текст”, “тема” і “предмет розповіді”, “розробка” і “розкриття” теми. Вирішальним для формування професійних знань є також розуміння теми як основного атрибута твору. Ці знання мають аспектуальний характер, що передбачає наявність у свідомості мовця різних підсистем знань – (а) знання про текст як продукт знакової діяльності автора, (б) знання про текст як предмет читацької перцепції, (в) знання про текст як фрагмент інформаційної системи суспільства, (г) знання про текст як засіб впливу” (Різун 1995: 6).

У статті “Поняття тексту в журналістиці” В. Різун пише: “У журналістичному мистецтві текстотворення розглядається як мистецтво спілкуватися з аудиторією, зазначається, що текст для газети – закінчений твір, який залишається розтирати і відправити передплатникам чи розпродати.

Питання про текст і текстотворення в українському журналістичному мистецтві, зокрема київської школи учених, є актуальним питанням, яке вимагає детального опрацювання” (Різун 2000: 186). Останнім часом на цю тему видано чимало статей у виданнях Інституту журналістики Київського Національного університету ім. Т. Шевченка (Різун 1998).

**6.** Вище літературного редагування в системі дисциплін, що вивчають текст і стиль, нині опиняються теорія

комунікативних технологій та лінгвістичний аспект теорії реклами.

Як зазначає Г. Почепцов у книзі, присвяченій комунікативним технологіям ХХ ст.: “Комунікативні технології мають великий обсяг спільних характеристик... Характерною їхньою рисою є спроба впливу на масову свідомість, що відрізняє їх від інших варіантів міжособистісного впливу” (Почепцов 1999: 9). Там же він твердить: “Комунікативні технології, які є в основному винаходом ХХ ст., перейдуть з нами у століття ХХІ, коли й одержать свій повний розвиток. Професії майбутнього треба готувати сьогодні”.

Як наслідок, сьогодні ми можемо інакше, ніж це було в попередні часи, розглядати мету повідомлення (твору і його тексту), яке редагуємо. Це вже не лише зміни у свідомості читача, а в першу чергу, зміни в масовій свідомості конкретних читачів, яка є не індивідуальним, а колективним явищем, становить своєрідний інформаційний простір, текст, вплив на який стає завданням публікатора. І сам інформаційний простір починає виглядати своєрідним твором чи текстом. В цьому плані повчальним є використання слова “текст” Г. Почепцовим: “Те що належало до чуток в одну епоху стає газетним повідомленням в другу. Така інформаційна зміна, пов’язана, очевидно, з тим, що чутки це ніби *кусок тексту*, який свідомо загублений в рамках офіційної культури” (Почепцов 1998: 23) (підкреслено нами – М. Ф.).

Другим моментом в якому спостерігається, часом неосмислене достатньо перетинання з міркуваннями Арістотеля, особливо щодо мовлення, орієнтованого на охлос, є різноманітні види публік рілейшинс та іміджмейкерства.

У пошуках джерел ефективності реклами вивчають процеси сприймання рекламних повідомлень, знову ж таки звертаючись, як колись Арістотель, передусім, до психологічних процесів – в наш час налаштованості, мовної картини світу і інформаційної забезпеченості реципієнта і відповідно до цього побудови тексту рекламного повідомлення (пор. наприклад, відому формулу сприймання реклами – АІДА: що відповідає англійським словам, які позначають увагу (Attention), інтерес (Interest), прийняття рішення (Decision), дію (Action). Щоправда, в теорії літературного редагування ця формула залуцається для опису будь-якого процесу читання лише з урахуванням, що саме міститься у свідомості читача, а що в тексті (Феллер 1998) розташування елементів цілком різне для реклами, художньої літератури, наукових, інформаційних та інших текстів. Кожного разу обгрунтовується обрана рекомендація.

**7.** Проблеми, що пов’язані з літературним редагуванням мають вплив, як на журналістикознавчі, так і на лінгвістичні дисципліни.

Нещодавно з’явилася докладна розробка мови української науково-технічної літератури в її функціонально-стилістичному аспекті Н. Непийводи (Непийвода 1997). Характерно, що результатом цієї розробки став порадник для авторів (Непийвода 1998).

Цілком оригінальним є дослідження Ф. Бацевича “Основи комунікативної девіатології” (Бацевич 2000).

Треба зазначити, що останнім часом уважно займаються газетним текстом з позицій твору і жанру мовознавці. Зокрема, у 1994 р. А. Кисельов захистив

у Києві кандидатську дисертацію на тему “Структура, семантика і прагматика газетно-журнальної статті на країнознавчу тему” на матеріалі французької і російської преси (Кисельов 1994), у 1996 році Ю. Сильвестров – “Семантично-стилістичні та прагматичні особливості російського рекламного тексту на матеріалі газетної реклами” (Сильвестров 1996). 1998 року в Києві захищена дисертація Т. Коць (Коць 1997) “Функціональний аспект лексичної норми в засобах масової інформації (на матеріалах газет 90-х рр. ХХ століття)”.

Останнім часом значну увагу приділяє проблемі тексту “Мова і культура”, у 6-му номері якого за 1999 рік вміщено цікаву статтю О. Лефтерової “Асоціативно-образний апелют як різновид метакомпонента при непрямих пресупозиціях і його реалізація в авторському тексті” (Лефтер 1999). Знаходимо тут одну з найповніших характеристик сторін тексту, його функцій і категорій: відображення дійсності, формування складного знаку, забезпечення комунікації, формування спрямованості (ми б сказали налаштованості), процес породження смислу, структурна пов’язаність висловлювання і такі категорії, як інформація, пресупозиція, семантична пов’язаність, інтеграція, ретроспективність, проспективність.

**8.** Львівські дослідники Б. Потятинник та М. Лозинський в книзі “Патогенний текст” (Потятинник, Лозинський 1997) першими в Україні розпочали становлення нового дослідницького напрямку в науці про масову комунікацію, що стосується опрацювання вже не тексту повідомлення, а тексту масової інформації вцілому, або в окремих його дискурсах.

У “Передньому слові” вони зазначають: “Автори виходять із того, що текст (інформація) є таким же важливим складником оточуючого середовища, як і вода чи повітря. А тому на часі є розвиток інформаційної екології (екології масової комунікації, екології ноосфери). Головне завдання цієї дисципліни полягає в ідентифікації, типології різновидів патогенного тексту та визначенні шляхів їх нейтралізації...”

У книзі розглядаються такі різновиди патогенного тексту як насильство (теле-, відео-, пропаганда класової, расової ворожнечі тощо), порнографія, гіперболізована реклама, тексти тоталітарної пропаганди. Їх об’єднує руйнівний, деградуєчий вплив на людську психіку і духовність.

Друга частина книги присвячена пошукові способів нейтралізації патогенного тексту. Окрім певних організаційних заходів (цензура), вирішального значення надається конкуруючій ідеї, альтернативному текстові. У цьому сенсі найпильнішої уваги заслуговує досвід світових релігій, зокрема християнства” (Потятинник, Лозинський 1997: 4).

На думку авторів, вплив тексту на людину можна розглядати на двох рівнях.

Перший – рівень змісту, того, що ми сприймаємо, і про що йдеться. Проте коли абстрагуватися від конкретного змісту, який несуть слова, то нам відкривається глибший, сказати б, “фізичний” вимір тексту як певної матерії, певної сутності, запрограмованої на зростання, на нарощування “маси” за рахунок людської енергії.

Автори стверджують: “Лише невелику частину інформації, зокрема перші слова (чи те Слово, яке, за Біблією, було спочатку), можна вважати чистим актом



волевиявлення. Усі наступні слова, як правило, є виплодом двох батьків – Людини і тієї попередньої інформації, того попереднього Тексту, який певним чином настроїв людську свідомість, “запліднив” її. Може, й правда, що людина тримає текст під своїм контролем. Але така сама правда і те, що текст, в розумінні навколишньої інформації, тримає під контролем людину, відповідним чином запрограмовуючи її психіку і відповідно стимулюючи її мислення. Ми, сьогоднішні, вже ніколи, доки житимем, не позбудемося вірусу тексту. І в цьому сенсі можна вести мову про поневолення текстом.

Так, ми не в змозі позбутися вірусу тексту. Єдине, що могло би зарадити, це взаємна нейтралізація елементів тексту. Проповідь насильства може бути нейтралізована проповіддю ненасильства, проповідь атеїзму – проповіддю релігії, пропаганда тоталітарної ідеології – поширенням демократичних ідей та плюралізму і т. д., і т. п. Тобто йдеться про зрівноваженість, збалансованість тексту, при якому мала би зменшуватись небезпека. І навпаки, незбалансованість, “перекошеність” тексту, яка виявляється в тому, що та чи інша ідея здатна “вербувати” значну кількість фанатиків, провадить до зростання небезпеки. Нейтралізація цієї небезпеки може відбуватись (і, на наше переконання, відбувається) на засадах філософії нового, парадоксального раціоналізму. Таким чином, можна вирізнити два погляди на проблему стосунків людини і тексту. Перший: людина контролює текст. Другий: текст контролює людину. Неважко знайти, аргу-

менти для захисту як першого, так і другого поглядів. Проте сумнівів щодо їх правильності уникнути навряд чи вдасться, оскільки людина є об’єктом і суб’єктом інформаційних процесів водночас” (Потятинник, Лозинський 1997: 5–6).

На закінчення вступної частини автори зазначають: “Отже, дедалі частіше тексти масової комунікації розглядаються як елемент навколишнього середовища. Тобто при їхньому вивченні застосовується екологічний підхід. Однак поки що ми не маємо нічого більшого, аніж розрізнені спроби такого підходу до тексту. Аби надати цим спробам системного характеру, а, отже, й зробити їх більш ефективними, необхідно об’єднати їх у рамках нової дисципліни, яку можна було б назвати інформаційною екологією, екологією масової комунікації або, ширше, екологією ноосфери (Потятинник, Лозинський 1997: 27).

На жаль, така наука і така вузівська дисципліна поки що не розроблені, але автори запропонували дві засади, а в назвах розділів і підрозділів можна побачити розкриття їхнього змісту. Книга відбиває з одного боку типологію патогенних текстів: “текст контролює людину (ідентифікація і патологія патогенного тексту)” – цензура, насильство, порнографія, тоталітарна ідеологія та пропаганда і, нарешті, за старими звичками оксюморонний вислів “патогенність свободи”, а з другого боку, способи нейтралізації патогенного тексту (“людина контролює текст”) – організаційний метод, альтернативно-конкурентний метод, парадоксальне мислення.

## summary

### Σ Ukrainian University Course of Word Editing (the Text – the Author's Level – the Reader's Perception)

372

In the former Soviet Union *the task of the editor* was not just to *prepare* a piece of writing and its text but sometimes to *make* significant changes *in* it. For this reason, in Russia, where the of word editing originated as a university course, the difference between studies in standard's speaking and in of word editing was not serious. In the meantime, of word editing in Ukraine from the very beginning was focused on the communication process transferring the piece of writing and its text from the author to the reader and *also its goal was to* ensure the maximal possible adequacy of the perception of the author's message by the reader. *It was focused also* on the editing as a comparison and on the filling a gap between the author's message (the author's level) and the reader's perception through making necessary corrections.

The theory of word editing in Ukraine had its roots in certain aspects of rhetoric proposed by Aristotle, which are scarcely mentioned now. In Aristotle's view, the content of an address (which is now to referred as a communication act) speaker – address (in Aristotle's word's, the address itself) should be supplemented with two crucial points: first of all, the listener is the paramount target and the most important thing, while “the style” of the address depends on the *depravity of the listener*, his ability or inability to understand the address if no style was employed. Secondly, Aristotle's rhetoric is psychologically motivated. The categories of listeners, addresses and speakers are defined by three psychological factors in the listener's perception: a) unequivocal pathos, emotions; b) the ability and readiness to make judgement on the basis of examples, factual knowledge is important for the second type of the listener; c) the readiness to accept complete knowledge regardless of any pathos.

Ukraine used to have extremely powerful tradition of teaching rhetoric stemming from Feofan Prokopovych who paid special attention to the psychological aspect of listener's perception of the address as well as the author's work on it.

Significant part of the concept of the Ukrainian of word editing is dedicated both to modern theories of adequate translation and to the communication act, as well as the tradition of Ukrainian linguistics which views communication as the process of getting across not only textual elements from the author's address but rather creating the thought in “the reader's mind” by them.

To this end, the characteristic of clarity was proposed as the ability to organize the thought of clear and consistent *structure* of the text. Looking for neuro-psychological explanation of the phenomenon of clarity, R. Ivanchenko analyzed the notions of “perspective in the text” – *its expectable or unexpectable development*; of the amount of information associated with every sense unit; elliptic narration etc.

One of the crucial points of word editing is the analysis of the text creation process, by author and by the addresses.

## Література

- Бацевич 2000: **Бацевич Ф.** Основи комунікативної девіатології. – Львів: Нац. ун-т. ім. І. Франка – 236 с.
- Булаховський 1975: **Булаховський Л.** Виникнення і розвиток літературних мов. – Ін: Булаховський Л. А. Вибрані праці в 5-ти тт. – Т.1. Загальне мовознавство – Київ: Наукова думка – 495 с.
- Былинский 1944: **Былинский К. И.** Основы и техника литературной правки. – Москва – Ленинград: Гизлегпром. – 100 с.
- Былинский, Розенталь 1961: **Былинский К. И., Розенталь Д. Э.** Литературное редактирование – Москва: Искусство. – 340 с.
- Іванченко 1967: **Іванченко Р. Г.** Рукопис у редактора. – Харків: Редвидділ Книжкової палати УРСР. – 215 с.
- Іванченко 1970: **Іванченко Р. Г.** Літературне редагування (посібник для спеціальності “Журналістика”). – Харків: Ред-вид відділ Книжкової палати УРСР. – 360 с.
- Іванченко 1983: **Іванченко Р. Г.** Літературне редагування. – Вид. 2 – Київ: Вища школа. – 297 с.
- Іванченко 1962: **Іванченко Р. Г.** Робота редактора над точністю слова і стислістю викладу. – Київ: Вид-во кду. – 48 с.
- Кисельов 1994: **Кисельов О. П.** Структура, семантика і прагматика газетно-журнальної статті на країнознавчу тему на матеріалі французької і російської преси. Автореферат. – Київ. – 18 с.
- Коць 1997: **Коць Т.** Функціональний аспект лексики в засобах масової інформації. Автореферат. – Київ. – 18 с.
- Лефтерова 1999: **Лефтерова О.** Асоціативно-образний апелят як різновид метакомпоненту при непрямій характеристиці і його реалізація в авторському тексті. – Ін: Мова і культура. – № 6. – С. 15–22.
- Молдаван 1999: **Молдаван А.** Риторика загальна і судова. – Київ.
- Москаленко 1998: **Москаленко А.** Теорія журналістики. – Київ: Експрес-об’ява. – 344 с.
- Непийвода 1997: **Непийвода Н. Ф.** Мова української науково-технічної літератури (функціонально-стилістичний аспект). – Київ: Міжнародна фінансова агенція. – 303 с.
- Непийвода 1998: **Непийвода Н.** Сам собі редактор. Порадник з української мови. – Київ. – 260 с.
- Потятинник, Лозинський 1997: **Потятинник Б., Лозинський М.** Патогенний текст. – Львів: Місіонер. – 295 с.
- Почепцов 1999: **Почепцов Г. Г.** Коммуникативные технологии двадцатого века. – Москва: Рефлекс-бук, Киев: Ваклер. – 352 с.
- Почепцов 1998: **Почепцов Г. Г.** Имиджелогия. Теория и практика. – Киев. – 392 с.
- Прокопович 1969: **Прокопович Ф.** Філософські твори в 3-х томах/ – Т.1. Риторичне мистецтво. – Киев. – 600 с.
- Риторика Аристотеля 1850: **Риторика Аристотеля.** Перевод О. Платоновой – СПб. – 220 с.
- Різун 1998: **Різун В. В.** Аспекти теорії тексту. – Київ: РВВ Київський університет, Різун В., Мамалига А., Феллер М. Нариси про текст. Теоретичні поняття комунікації і тексту. – Київ – 335 с.
- Різун 1995: **Різун В. В.** Літературне редагування. Підручник. – Київ: Либідь. – 240 с.
- Різун 2000: **Різун В. В.** Поняття тексту в журналістиці. – Ін: Вісник Львів ун-ту, сер. Філологічна. – Вип. 28. – Львів. – С. 180–192.

373

МАРТЕН Д. ФЕЛЛЕР

- Сенкевич, Феллер 1968: **Сенкевич М. П., Феллер М. Д.** Литературное редактирование (Лингвостилистические основы). – Москва: Высшая школа. – 367 с.
- Сикорский 1971: **Сикорский Н. М.** Теория и практика редактирования. – Москва: Высшая школа. – 367 с.
- Сильвестров 1996: **Сильвестров В.** Семантично-стилістичні та прагматичні особливості російського рекламного тексту на матеріалі газетної реклами. – Автореферат. – Київ. – 18 с.
- Феллер 1978: **Феллер М. Д.** Эффективность сообщения и литературный аспект редактирования. – Львів: Вища школа. – 200 с.
- Феллер 1998: **Феллер М. Д.** Текст і зображення як модель комунікативного акту. – Київ. – 123 с.

**374**

 **СІМА 2002**