

## УКРАЇНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ КУРС ЛІТЕРАТУРНОГО РЕДАГУВАННЯ (ЗАДУМ АВТОРА - ТЕКСТ - СПРИЙМАННЯ ЧИТАЧА)

*У статті проаналізовано сформовані в дисципліні «Літературне редагування» поняття: моделювання комунікативного акту, адекватність сприймання тексту, моральність тексту, напруга викладу, плани у викладі, патогенний текст, читацьке сприймання, ясність. Джерело основних ідей, покладене в їх основу, - уявлення про процес сприймання і створення тексту, про типи реципієнтів Арістотеля, О. Потебні, Т. Прокоповича, Л. Булаховського, А. Федорова.*

1. Наукової дисципліни під назвою «літературне редагування» немає в більшості країн світу. Американська «Effective writing» [1, 2, 3] є набором конкретних рекомендацій, в якому, хоч як це дивно, аналізові системи читач - твір - автор у теоретичному плані уваги не приділяється. Більше елементів такого аналізу можна простежити у німецьких виданнях типу «Schprache und Praxis» [4, 5].

У колишньому Радянському Союзі у зв'язку зі специфікою його ладу сформувались окремі наукові напрями, відсутні в країнах Заходу, зокрема «літературне редагування».

Коли в світі вимоги щодо побудови тексту здебільшого ставили до автора, 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 [6].

Попри те, що московські, київські та львівські вчені часом видавали спільні книжки (див., напр., [9]), російська школа літературного редагування традиційно спиралася на канонізовані вимоги до тексту і, отже, практично зводилась до культури мовлення. Українська ж із 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 про-

цесом, який в СРСР позначали терміном «редагування» [7, 8, 9, 10, 11, 12].

Українське літературне редагування формувалося чи підсвідомо, чи свідомо, 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 задуму й створення тексту автором зумовила виділення у творі самостійних і несамостійних мовленнєвих рівнів, а також використання понять про комунікаційну або інформаційну ситуацію, уявлення про авторський і читацький контексти.

2. Поняття про комунікативний акт позначається цим терміном лише у 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 нині посіла в житті суспільства комунікація, відроджують давню «Риторіку» багато в чому в новому обличчі. Однак, сумлінно переказуючи різноманітні риторичні класифікації, практично оминають ту засаду, яка лежить в основі Арістотелевої риторичної теорії і дає змогу 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 метою всього [13, с. 29], і, отже, промова (вона

в розумінні Арістотеля містить водночас не лише «власне промову», а також слухача й оратора, що й 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 її хотів би сприймати оратор. Необхідність використання спеціальних прийомів у промовлянні, які для Арістотеля виступають як стиль, пов'язана саме із «зіпсутістю» слухача, особливостями його налаштованості і свідомості.

Звідси впливає друга особливість Арістотелевої концепції, яку нині недостатньо враховують. 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, більше того, водночас позбавлені бажання й уміння міркувати, прислухатися до протилежних їхнім емоцій, - потребує промов - однозначно похвальних 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, потребують 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 на основі психології сприймання, подолання психологічних обмежень, пов'язаних із сприйманням адресата.

«...Якщо ми маємо навіть найточніші знання, - писав Арістотель, - усе-таки нелегко переконувати окремих людей, говорячи на підставі цих знань, тому що [оцінити] промову, побудовану на знанні, є справою освіти, а тут [перед натовпом] це неможливо. Тут ми неодмінно повинні будувати свої докази так, щоб вони були загальнодоступними» [14].

Дальша цитата з «Риторики» розкриває прийнятій Арістотелем спосіб аналізу.

«Я називаю періодом фразу, яка сама по собі має початок і кінець і розміри якої легко визна-

чити. Такий стиль привабливий і зрозумілий. Він привабливий тому, що являє собою протилежність промові незакінченій і завдяки цій закінченості слухачеві шораз здається, що він щось схоплює; а нічого не передчувати й 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 найлегше запам'ятовується. Тому всі запам'ятовують вірші краще, ніж прозу, бо у віршів є число, яким вони вимірюються. Період повинен вмщувати у собі й думку...

Ні канони (складові періодів.- *М. Ф.*), ні самі періоди не повинні бути ні скороченими, ні довгими, бо коротка фраза часто змушує слухача оступатися: справді, коли слухач, іще прямуючи вперед, до тієї межі, що про неї він має своє уявлення, раптом мусить зупинитися, коли промова урветься, він наче оступається, зустрівши перешкоду. А довгі періоди змушують слухачів відставати, подібно до того, як буває з людьми, що прогулюючись, виходять за визначені межі: вони в такий спосіб залишають позаду тих, хто прогулюється з ними разом» [15].

Або ж таке: «При всякому недотриманні міри ліками [має слугувати] відоме [правило], що людина мусить сама себе виправляти, бо коли оратор усвідомлює те, що робить, його слова здаються істиною. Крім того, не [слід] одночасно вживати всі схожі між собою засоби, тому що в такий спосіб у слухача виникає недовіра» [16].

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 (зауважимо, незалежно від того, прославляє він когось чи ганисть).

Оратор низького стилю, орієнтуючись на потреби суддів, повністю виключає емоції, не обмежує себе щодо кількості фактів, які наводяться, адже суддя має знати абсолютно все, що стосується певної справи. Основне для нього - згрупувати факти, щоб полегшити сприймання чи запам'ятовування, а також не згадувати вже відоме судді. Сам Арістотель найбільше поважав низький стиль, вважаючи його справедливим, але при тому додавав, що від низького стилю доводиться відмовлятися завжди, коли маємо справу із зіпсутістю читача.

Оратор середнього стилю виголошує дорадчі промови, які мали б 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. Натомість основною складовою промови оратора середнього стилю є міркування.

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

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

3. Є дві причини того, що в Україні дослідження, пов'язані з обробкою літературної форми твору після його написання (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 т. ч. й на один і той самий текст. Не випадково, що вчених навіть звинуватили в тому, що вони ідеалісти, бо... обстоюють погляди Олександра Потебні [17].

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

Як зазначає А. Молдаван [18,19], занепад і відродження риторики не могли не позначитися на розвитку людини і суспільства. Реабілітація цього предмета в системі освіти почалася наприкінці середньовіччя, в т. ч. 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.

Важливим елементом риторики було вчення про підготовку промови, в якому виділялися моменти задуму, його композиційного відтворення і добору аргументів, а також його літера-

турної обробки. (Подібний підхід зберігся до початку ХХ століття і поширювався не лише на ораторське мистецтво. Лев Толстой навіть запрограмував собі, що кожен твір твориться тричі: збір матеріалу, послідовний виклад його, літературна обробка [20, т. 46, с. 294].)

Цікаві виділені Т. Прокоповичем типи розповіді, зокрема історична, котра нагадує сучасну журналістську, на відміну від риторичної, що більше схожа на публіцистичну.

«Іншою є історична розповідь, а ще іншою - риторична, хоч і тут і там - виклад однієї і тієї самої події. Адже історик розповідає інакше, ніж оратор. Історик, завданням якого є передати пам'яті нащадків завершену подію, менше займається розповіддю. Він мусить зберігати тільки те, що стосується пізнання справи. Отже, йому досить розповісти ясно, правдоподібно й 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» [21].

По суті, йдеться про різницю між переконуючою та інформаційною мовами, що в наш час розрізняються як публіцистична та інформаційна.

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. Овсяннико-Куликовський, О. Білецький, Л. Булаховський).

У мовознавстві серйозні розробки комунікативних характеристик тексту, зокрема такої важливої характеристики, як ясність, постійно вів в Україні в середині минулого століття Л. Булаховський [22], обґрунтовуючи, що секрет ясності полягає у здатності організувати думку - в чіткому і послідовному плануванні тексту, в тому, що ті чи інші факти й ідеї позначаються виразно, в тому, що той, хто говорить чи пише, відчуває, що належить уже до свідомості читача або слухача як відоме з минулого досвіду або з прочитаного. Нарешті, секрет ясності полягає, за Л. Булаховським, в умінні висувати на перший план головне і показувати другорядне лише, так би мовити, «за необхідним мінімумом».

Розпочав роботу над теорією літературного редагування з позицій читачького сприймання Р. Іванченко [23, 24, 25].

Р. Іванченко, шукаючи нейропсихологічних обґрунтувань явища ясності, докладно розвинув

такі поняття, як плани в тексті, з яких випливає очікуваність (або неочікуваність) продовження, зрозумілість слів у даному контексті, напруга викладу, тобто кількість інформації, 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 неясності пояснював як мовну недбалість, вважаючи, що «ясність - це пряма реакція на звичність елементів та їх сполучень у фразі» [27]. Р. Іванченко піддав уважному аналізу випадки порушення ясності через невдале виділення або, навпаки, пропуск смислових складників тексту. На його думку, невдале центрування уваги відбувається 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 [28].

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 насторожують його» [29].

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» [30].

За Іванченком, процес розуміння не можна уявити без того спільного досвіду, на якому зріє 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 [31].

Розглядаючи сприймання тексту як процес, Р. Іванченко зосереджує увагу на «направле-

ності 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, із 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, відоме і невідоме. Мовець знає, що він хоче сказати. Але мовлення існує в часі й він усе 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» [32]. 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. Різуна: «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 [33, с. 6]».

У статті «Поняття тексту в журналістиці» В. Різун пише: «У журналістикознавстві текстотворення розглядається як мистецтво спілкуватися з аудиторією, зазначається, що текст для газети - закінчений твір, який залишається розтиражувати і відправити передплатникам чи розпродати.

Питання про текст і текстотворення в українському журналістикознавстві, зокрема київської школи учених, є актуальним питанням, яке вимагає детального опрацювання» [34, с. 186]. Останнім часом на цю тему видано чимало статей у виданнях Інституту журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка.

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» [35, с. 9]. Трохи далі 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» [36, с. 9].

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 [див., напр., 37] починає виглядати своєрідним твором чи текстом. У 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 чулки це ніби **кусок тексту** (підкреслено нами.- М. Ф.), який свідомо загублений в рамках офіційної культури» [38, с. 23].

Другим моментом, в якому спостерігається часом неосмислене достатньо перетинання з міркуваннями Арістотеля, особливо щодо мовлення, орієнтованого на охлос, є різноманітні види публік рілейшинз та іміджмейкерства [39, 40].

У пошуках джерел ефективності реклами вивчають процеси сприймання рекламних повідомлень, знову ж таки звертаючись, як колись Арістотель, передусім до психологічних процесів - у наш час налаштованості, мовної картини світу й інформаційної забезпеченості реципієнта і відповідно до цього побудови тексту рекламного повідомлення (пор., наприклад, відому формулу сприймання реклами - АІДА: що від-

повідає англійським словам, які позначають увагу (Attention), інтерес (Interest), прийняття рішення (Decision), дію (Action) [41]). Щоправда, в теорії літературного редагування ця формула залучається для опису будь-якого процесу читання лише з урахуванням того, що саме міститься у свідомості читача, а що - в тексті. Ясна річ, що розташування елементів цілком різне для реклами, художньої літератури, наукових, інформаційних та інших текстів. Кожного разу обгрунтовується обрана рекомендація [42].

7. Проблеми, що пов'язані з літературним редагуванням, мають вплив як на журналістикознавчі, так і на лінгвістичні дисципліни. Відомий український журналістикознавець А. Москаленко у 1993 р. писав: «Ряд авторів висловлює вимогу вдосконалити «технологію» журналістських матеріалів, їх стиль і тон. Читача не задовольняє безапеляційна директивність, тексти менторського тону з нескінченно повторюваними «слід поліпшити», «необхідно врахувати», «треба домогтися», «зобов'язані виконати».

На думку проф. О. Сербенської, «...нині стає очевидним, що процес осмислення стилю усного і писемного мовлення, який десятиліттями культивувався, йде принаймні по таких основних напрямках: згідне його висміювання (до речі, в останній час воно дещо стихає), пошуки причин його виникнення і довголітньої живучості, про які принагідно говориться поки що в рамках публіцистичних виступів з приводу проблем економіки, екології, моралі та ін., усвідомлення того, що трудно, дуже трудно знайти сьогодні, в умовах розбурханих пристрастей, правильний тон розмови з людьми, утвердження тих начал, які виявляються конструктивними» [43].

Нещодавно з'явилася докладна розробка мови української науково-технічної літератури в її функціонально-стилістичному аспекті Н. Непійводи [44]. Характерно, що результатом цієї розробки став poradnik для авторів [45].

Цілком оригінальним і надзвичайно повним щодо різних стилів є дослідження Ф. Бацевича «Основи комунікативної девіатології» [46].

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 [47], у 1996 р. Ю. Сильвестров - «Семантично-стилістичні та прагматичні особливості російського рекламного тексту на матеріалі газетної реклами» [48], а роком

пізніше - К. Святик «Прагматичний потенціал експресивного слова і його реалізація в російській газетній комунікації» [49]. 1998 р. в Києві захищена дисертація Т. Коць [50] «Функціональний аспект лексичної норми в засобах масової інформації (на матеріалах газет 90-х рр. ХХ століття)».

Останнім часом проблемі тексту постійну увагу приділяє видання «Мова і культура», у 6-му номері якого за 1999 р. вміщено цікаву статтю О. Лефтерової «Асоціативно-образний апелят як різновид метакомпонента при непрямих пресупозиціях і його реалізація в авторському тексті» [51]. 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 у книзі «Патогенний текст» [52] першими в Україні розпочали становлення нового дослідницького напрямку в науці про масову комунікацію, що стосується опрацювання вже не тексту повідомлення, а тексту масової інформації в цілому, 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 пошуковим способам нейтралізації патогенного тексту. Окрім певних організаційних заходів (цензура), вирішального значення надається конкуруючій ідеї, альтернативному текстові. У цьому сенсі найбільшої уваги заслуговує досвід світових релігій, зокрема християнства» [53, с. 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 відкриється 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, у 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 б 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 аргументи 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» [54, с. 5-6].

Далі вони пишуть: «Текст, як і вірус, може «жити» й розмножуватись, лише потрапивши в організм, точніше, в психіку людини. За своєю природою текст, як і вірус, не здатний до самостійного зростання. Як і вірус, проникаючи в людську свідомість, він стимулює мозок до продукування нових масивів тексту. Тобто множить, експлуатуючи людські ресурси.

Наростання текстової маси відбувалося протягом усієї людської історії і сьогодні, схоже, йде за законом геометричної прогресії - чим більша маса тексту, тим швидше і потужніше вона збільшується. Нині людство сягнуло стану, який прийнято позначати як інформаційне суспільство. Планетарна інформаційна мережа, включно з електронними та сателітарними mass media, уможливує існування Світового Тексту як своєрідного організму. Коли повернутися до аналогії з вірусом, то треба уявити, що він в усіх своїх різновидах розмножився до таких гігантських розмірів, що творить суперструктуру, яка диктує правила гри так званим вищим істотам.

Ми, здається, наближаємося до усвідомлення того, що текст давно вже перестав бути просто забавкою в наших руках або засобом нашого самовираження. Мовляв, схочу - напишу декілька букв чи вимовлю кілька звуків, а не схочу, то й не буде їх. Окремо взята людина, звичайно, може дати обітницю мовчання, тобто не продукувати усного тексту. Ще легше відмовитися від знарядь письма.

Проте щодо людства в цілому (як і щодо окремих, достатньо великих людських спільнот) мусимо визнати програмувальну функцію сприйнятих свідомістю текстів. Текст запрограмує людську поведінку. І тут небагато важить той факт, що первісний текст, прототекст - продуктсвідомості» [55, с. 15-16].

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» [56, с. 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 - способи нейтралізації патогенного тексту («людина контролює текст») - організаційний

метод, альтернативно-конкуренційний метод, парадоксальне мислення [57].

9. На завершення знов повернемося до надзвичайно важливої для теорії літературного редагування риторики, але вже сучасної.

За класичною риторикою, адресат, слухач, людина, на яку розраховує ритор, передовсім істота раціональна (охлос, хоч його й багато, для неї маргінальний). Адресат сучасної риторики згідно з її вихідними засадами є суб'єктом символотворюючої діяльності. Тобто його діями керують не розмірковування, а сформовані активно діючі міфи. З чого, як легко помітити, впродовж майже всього ХХ ст. користались і політики, і рекламисти, й іміджмейкери [58]. Цим керується і не може не керуватися сьогодні преса, здійснюючи вплив на читача.

Для класичного ратора людина живе у світі, де всі мають виходити з єдиних законів. Такий підхід властивий і релігійній моралі. Натомість, у позбавленому її суспільстві не виникає і не може виникнути подібного уявлення. Зрештою, не лише з цих причин, а й унаслідок різновекторної активності різних суспільних шарів сучасна риторика розглядає людське суспільство як фрагментарне й активно виробляє правила впливу на кожний його фрагмент.

Дивним, але досить виразним фактом є те, що відносини між ратором та аудиторією у класичній риторичі були, так би мовити, антагоністичні (нагадаємо, що, за Арістотелем, оратор застосовував стиль з тією метою, щоб подолати «зіпсутість» слухача). Натомість у сучасній риторичі взаємини між ратором і аудиторією, сказати б, кооперативні. Згадаємо, наприклад, тут термін «ідентифікація» (адресанта з адресатом).

У класичній риторичі комунікація є однібічно спрямована - оратор впливає на слухача, хай і враховуючи його особливості. В сучасній риторичі комунікація передбачається двобічна - оратор не просто враховує особливості слухача, а й приймає і використовує його символи, міфи і лексику.

Нарешті, принципова різниця між класичною і сучасною риторикою містить дещо неочікуване: класична риторика розглядала як основну мету - переконування слухача, сучасна риторика вважає своєю метою вплив на нього. Що, зрештою, не так уже й дивно, коли згадати, наприклад, рекомендації В. І. Леніна агітаторові брати один найвиразніший і найвідоміший приклад, як-от смерть від голоду безробітної родини, щоб дати лише одну ідею - ненависті до капіталізму, залишаючи подальший розгляд пропагандисту [59, т. 6, с. 66, 67].

О. Зарецька зазначає: «Цікаво, що всіма природними мовами вироблений механізм фізичної допомоги людям у розумінні (дешифруванні) тексту. Мається на увазі надмірність як загальномова універсалія...»

Той факт, що дуже часто ми на інтуїтивному рівні забороняємо собі у певній ситуації іронію стосовно іншої людини, дозволяючи їй стосовно себе, означає наявність внутрішнього бар'єра, і цей бар'єр, як правило, - людяність. Обережність теж може бути бар'єром: ви з досвіду знаєте, що жарти часом погано закінчуються. Що менше ви будете глузувати з інших людей, то більше ваш комунікативний рівень буде відповідати загальнолюдській нормі. Єдиний шлях прилучення до

норм людського гуртожитку - постійні зусилля кожної людини перемогти в собі гординю, що можна зробити тільки індивідуально (мало хто може в цьому допомогти)» [60].

Українські лінгвісти також проявляють нині значний інтерес до проблем риторики. Зокрема, Л. Мацько зробила висновок, що «культура мови і риторика пов'язані між собою як перший необхідний етап оволодіння мовою і другий (риторика) як наступний, що передбачає вже комплекс цих якостей, їх комбінації у видах публічного мовлення» [61, с. 14].

Нагадаю, що основу методологічних настанов української теорії літературного редагування ми знаходимо в риторичі Арістотеля.

1. *Barbara Seale*. *Wrighting Efficiently. Step by step Composition Course*.-Princetonhall, 1978.
2. *Usset G., Mead C. D., Charvat W.* *Prentice-Hall Handbook for Writers*.- N. Y., 1978.
3. *Sherman Th. A.* *Modern Technical Writing*.- L., 1966.
4. *Schprache und Praxis*.- Leipzig, 1985.
5. *Schprachkommunikation*.-Berlin, 1984.
6. *Сикорский Н. М.* *Теория и практика редактирования*.- М., 1971.
7. *Феллер М. Д.* *Лінгвістика і книгознавство // Поліграфія і видавничасправа*. Вип. 3.-Львів, 1967.
8. *Феллер М. Д.* *О литературном редактировании: специфика и основные понятия // Книга. Исследования и материалы*. Сб. 16.-М., 1968.
9. *Сенкевич М. П., Феллер М. Д.* *Литературное редактирование. Лингвостилистические основы*.- М., 1968.
10. *Былинский К. И.* *Основы и техника литературной правки*.- М.-Л., 1944.
11. *Былинский К. И., Розенталь Д. Э.* *Литературное редактирование*.-М., 1961.
12. *Феллер М. Д.* *Эффективность сообщения и литературный аспект редактирования*.- Львів, 1978.
13. *Риторика Аристотеля*. Пер. *О. Платоновой*. - СПб., 1850.- С.29.
14. Там само. С. 17-18.
15. *Аристотель*. *Риторика // Античные риторика*.- М., 1978.
16. Там само.
17. *Феллер М. Д., Иванченко Р. Г.* *О литературном редактировании // Издательское дело. Книговедение*.- 1971.- № 6. (Відповідь Р. Абдуліну).
18. *Молдаван А.* *Судова риторика*.- К., 1998.
19. *Молдаван А.* *Риторика загальна і судова*.- К., 1999.
20. *Толстой Л. Н.* *Полн. собр. соч.*
21. *Прокопович Ф.* *Філософські твори в 3-х томах, т. 1. Риторичне мистецтво*.- К., 1969.
22. *Иванченко Р. Г.* *Рукопис у редактора*.- К., 1963.
23. *Иванченко Р. Г.* *Літературне редагування*.-К., 1970.
24. *Иванченко Р. Г.* *Літературне редагування, вид. 2-ге*.- К., 1983.
25. *Иванченко Р. Г.* *Робота редактора над точністю слова і стилістю викладу*.-Львів, 1964.
26. *Булаховський Л.* *Виникнення і розвиток літературних мов // Булаховський Л. А. Вибрані твори в 5-ти т., т. 1*.- К., 1975.
27. Там само.
28. *Иванченко Р. Г.* *Літературне редагування, вид. 2-ге*.- К., 1983.
29. Там само.
30. Там само.
31. Там само.
32. Там само.
33. *Різун В.* *Аспекти теорії тексту // Різун В., Мамалига А., Феллер М.* *Нариси про текст. Теоретичні поняття комунікації тексту*.-К., 1998.
34. *Різун В.* *Поняття тексту в журналістиці // Вісник Львів, ун-ту, сер. Філологічна, вип. 28*.- Львів, 2000.
35. *Почепцов Г. Г.* *Коммуникативные технологии двадцатого века*.-М., 1999.
36. Там само.
37. Там само.
38. Там само.
39. Там само.
40. *Почепцов Г. Г.* *Имиджмейкерство*.-М., 1999.
41. *Handbuch der Werbung*.- Berlin, 1977.
42. *Москаленко А.* *Теория журналистики*.- К., 1998.
43. *Сербенська О.* *Іван Франко про мовотворчість письменників*.-Львів, 1999.
44. *Непийвода Н. Ф.* *Мова української науково-технічної літератури (функціонально-стилістичний аспект)*.- К., 1997.
45. *Непийвода Н.* *Сам собі редактор. Порадник з української мови*. - К., 1996.
46. *Бацевич Ф.* *Основы коммуникативной девиатологии*.- Львів, 2000.
47. *Кисельов О. П.* *Структура, семантика і прагматика газетно-журнальної статті на країнознавчу тему: На матеріалі французької і російської преси*.- Автореферат дисертації... канд. філол. наук.-К., 1994.
48. *Сильвестров В.* *Семантично-стилістичні та прагматичні особливості російського рекламного тексту на матеріалі газетної реклами*- Автореферат дисертації... канд. філол. наук.-К., 1996.
49. *Святник К.* *Прагматичний потенціал експресивного слова і його реалізація в російській газетній комунікації*.- Автореферат дисертації... канд. філол. наук.-К., 1997.
50. *Коць Т.* *Функціональний аспект лексики в засобах масової інформації*.- Автореферат дисертації... канд. філол. наук.-К., 1997.
51. *Лейтєрова О.* *Асоціативно-образний апелює як різновид метаконструкції при непрямій характеристиці і його реалізація в авторському тексті // Мова і культура*.- 1999.- № 6.
52. *Потятинник Б., Лозинський М.* *Патогенний текст*.- Львів, 1997.
53. Там само.
54. Там само.
55. Там само.
56. Там само.
57. Там само.
58. *Почепцов Г. Г.* *Имиджмейкерство*.-М., 1999.
59. *Ленин В. И.* *Полн. собр. соч.: В 50-ти т., т. 6*.- М., 1959.
60. *Зарецька Е. Н.* *Риторика: теория и практика речевой коммуникации*.-М., 1998.
61. *Мацько Л. І.* *Лінгвістична риторика // Наука і сучасність*.- Т.4. - К., 1999.

*M. D. Feller*

UKRAINIAN UNIVERSITY COURSE IN LITERARY EDITING  
(AUTHOR - TEXT - READER'S UNDERSTANDING)

*The article deals with the notions introduced in the subject «Literary editing»: the modelling of communicative act, the adequacy of text understanding, the morality of the text, the tension of presentation, plans in presentation, pathogenic text, reader's understanding, clarity. The source of main ideas laid as their basis is the awareness the process of understanding and creating the text; the types of recipients of Aristotle, O. Potebnya, T. Prokopovych, L. Bulahovsky, A. Fedorov.*