

## Функциональные особенности путеводителя как типа текста: редакторский анализ

Научный руководитель – Аверина Елена Викторовна

*Поликутина Дарья Михайловна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра редакционно-издательского дела и информатики, Москва, Россия

*E-mail: dpolikutina@gmail.com*

Каждый день человек потребляет огромное количество информации из различных источников, что говорит о стремительном увеличении роли самого процесса ее получения. В условиях современного мира и темпа жизни мы не всегда замечаем, сколько времени уделяем на использование такого типа текста, как путеводитель.

Мы хотим рассмотреть путеводитель как тип текста, обладающий рядом полезных для общества функций: креолизации текста [5], справочной (информационной), просветительской (рекламной). А также провести функционально-стилистический анализ и классифицировать путеводители по разным видам и направлениям, основываясь на их изначальном назначении.

Очевидно, что на данный момент мы не можем рассматривать текст как «линейную, семантически гомогенную сущность» [6], так как это идет вразрез со многими представлениями о процессах познания, порождения и восприятия текста [Дедова, 2003; Ковалева, 2001; Чаплыгина, 2002, Шехтман, 2005]. Именно поэтому изучение любого типа текста, в том числе путеводителя, выходит на уровень рассмотрения совокупности различных явлений, благодаря которым появляются понятия «нелинейный», «семиотически осложненный текст», а также «поликодовый текст» [Артемова, 2002; Анисимова, 2003; Валгина, 2003; Ковалева, 2001; Елина, 2003; Сонин, 2005]. В связи с этим, для удобства при изучении текстов лингвисты ввели новые термины, одним из которых и является «креолизованный текст».

С точки зрения редакторского анализа, креолизованный текст — весьма сложная структура сразу по нескольким причинам. Во-первых, текст и изображение должны не перебивать друг друга, а сосуществовать, организуя при этом взаимодействие, направленное на решение определенной задачи. В случае с путеводителем, например, — просвещение и затем привлечение аудитории. Во-вторых, семантически изображение, сопутствующее какому-либо слову или тексту, характеризуется «значительно меньшей определенностью, расплывчатостью, размытостью своих границ» [Анисимова 2003: 11] [3]. Следовательно, редактор должен определить, достаточно ли четко смысл, передаваемый изображением, соответствует смыслу текста и наоборот, и необходимо ли данное сочетание вообще. Таким образом, одна из основных задач при редактировании путеводителя, в котором использован креолизованный текст, — убедиться в том, что «вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное воздействие на адресата» [3]. Отметим, что наличие фотографий, рисунков, схем, чертежей является неотъемлемой частью любого путеводителя.

Учитывая информационную и просветительскую функции данного типа текста, редактор должен обращать особое внимание на фактологичность, точность и актуальность информации. Именно поэтому любые виды путеводителей должны постоянно обновляться. Печатные издания необходимо дополнять или изменять под пристальным контролем

редактора посредством регулярного перевыпуска с учетом всех изменений объекта или места, которому данный путеводитель посвящен. С электронными версиями путеводителей редактору работать зачастую проще, так как данный формат предполагает возможность внесения поправок в режиме «онлайн». Единственной сложностью для редактора может стать насыщенность путеводителя гиперссылками. В этом случае появляется необходимость не только проверять их активность, что является довольно длительным занятием, но и следить за достоверностью и актуальностью информации на сайте-источнике.

В Толковом словаре русского языка под редакцией С.И. Ожегова сказано, что путеводитель — это «справочник о каком-нибудь историческом месте, музее, туристском маршруте» [7], но путеводитель нередко используется и в качестве инструмента рекламы или создания имиджа какого-либо объекта. При этом выделяются два основных типа изданий: рекламно-справочные или справочно-рекламные и авторские, которые могут быть как информационно-справочными, так и справочно-энциклопедическими [2]. В обоих случаях путеводители имеют примерно одинаковую структуру и композицию, значительное отличие заключается только в расположении и наполненности информативных блоков. Данные блоки исследователи так же подразделяют на два вида: базовые и вариативные [2]. В так называемом «базовом» блоке присутствует все то, что мы ожидаем увидеть в совершенно любом путеводителе: карты (как графические схемы, так и фотографические снимки со спутников), различные интересные объекты и достопримечательности с краткой или дополненной исторической справкой, экскурсионные предложения и маршруты, места для развлечений и отдыха, отметки гостиниц, кафе и так далее. В «вариативном» блоке может присутствовать все то, использования чего в базовом блоке составители по каким-то причинам решили избежать: обращение к читателю в формате предисловия, расширенная информация о местах, указанных в базовой части (например, отзывы о кафе или гостинице), сведения об авторах и благодарность коллегам и спонсорам [5].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что мы имеем дело с типом текста, редакторский анализ которого обязателен не только до выпуска самого издания путеводителя, но и после. А в отношении электронных версий путеводителей — редакторский контроль идет постоянно.

### Источники и литература

- 1) Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. - М.: Academia, 2003. — С. 128.
- 2) Бахвалова Л.Е. Путеводитель как инструмент формирования имиджа города (на примере путеводителей по городу Ярославлю) Ярославский педагогический вестник – 2012 – № 4 – Том I (Гуманитарные науки)
- 3) Ворошилова М. Б. Креолизованный текст: аспекты изучения Политическая лингвистика. - Вып. 20. - Екатеринбург, 2006. — С. 180-189.
- 4) Марьянчик В. А. Стиль медиатекста как реализация взаимодействия автора и адресата. М.: Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2010.
- 5) Протченко, А. В. Путеводитель как тип текста (на материале английских путеводителей) [Текст] / А. В. Протченко // Вестник Самарского государственного педагогического университета, посвященный 60-летию Победы. – Самара, СГПУ, 2005. – С. 121–137.
- 6) Протченко А. В. Типологические и функционально-стилистические характеристики англоязычного путеводителя. / Вестник Самарского государственного педагогиче-

ского университета, посвященный 60-летию Победы. – Самара, СГПУ, 2006. — С. 6.

- 7) Ожегов, Сергей Иванович [Электронный ресурс] URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=25341>