

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт филологии, культурологии и межкультурной коммуникации
Кафедра межкультурной коммуникации,
риторики и русского языка как иностранного

**Специфика литературного редактирования в коммерческой и
образовательной практике**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой

дата

подпись

Исполнитель:
Романова Екатерина Вячеславовна,
обучающийся ЛЛ-41 группы

подпись

Руководитель:
Руженцева Наталья Борисовна,
д-р филол.наук, профессор

подпись

Екатеринбург 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические основы редактирования рекламных и учебных текстов.....	7
1.1. Виды туристической рекламы.....	7
1.2 Понятие о литературном редактировании. Специфика редактирования текстов в туристической рекламе	20
1.3. Учебные тексты в системе подготовки к единому государственному экзамену.....	25
Глава 2. Типы ошибок.....	27
2.1 Типология ошибок	27
2.1.1. Ошибки в текстах коммерческого дискурса.....	31
2.1.2. Ошибки в текстах образовательного дискурса	37
Глава 3. Методические рекомендации	44
3.1. Диагностический эксперимент	44
3.2 Обучающий эксперимент.....	54
3.2.1 Тексты туристического дискурса	54
3.2.2 Тексты образовательного дискурса	60
3.3. Итоговый эксперимент.....	73
Заключение.....	81
Список использованных источников	84

Введение

В современных рыночных условиях повышается насыщенность потребительского рынка товарами и услугами. Реклама находит новое значение и отличается рядом специфических черт, с помощью которых активизируется процесс продажи, повышается число продаж. Будучи средством конкурентной борьбы, реклама обостряет ее, способствуя повышению качества обслуживания, формирования нового товара или услуги.

В наши дни, когда темпы развития рекламы в России значительно отстают от темпов развития самого рынка услуг, расширения ассортимента и роста конкурирующих фирм, проблема качества создания, внедрения и востребованности рекламы, несомненно, является актуальной. В то же время, часть руководителей предприятий до сих пор пренебрегают вопросами выбора актуальных для конкретного товара и конкретных условий форм распространения рекламы, и, как следствие, вопросами разработки и реализации актуальных рекламных кампаний, что, несомненно, влияет на их конкурентоспособность. Не остались в стороне от данной тенденции и предприятия сферы туризма.

Туристический дискурс относится к сфере услуг и является масштабной и динамической отраслью в области экономики, что способствует формированию индустрии гостеприимства. Туристическим фирмам приходится решать сложные проблемы, такие как поиск рынка, привлечение новых клиентов и сохранение постоянных, поддержание конкурентоспособности фирмы и др.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что для российских туристических предприятий рекламная деятельность приобрела значение в условиях рыночной конкуренции. Разнообразие туристических фирм в современной России требует грамотной разработки и осуществления

рекламной политики, целью которой является привлечение максимального числа потребителей и получение стабильных доходов. Одним из активных каналов рекламной коммуникации современных туристических фирм выступает полиграфическая реклама и в связи с рыночной конкуренцией необходимость её совершенствования не вызывает сомнения.

Цель и задачи исследования. Цель работы заключается в оптимизации способов коррекции недочетов в коммерческой и образовательной практике текстообразования. Цель исследования определила его задачи:

1. Рассмотреть сущность и понятие рекламы, охарактеризовать специфику полиграфической рекламы.
2. Представить виды туристической рекламы;
3. Провести критический анализ текстов туристической полиграфической рекламы;
4. Выявить недочеты, наиболее характерные для текстообразования туристической рекламы;
5. Охарактеризовать учебные тексты;
6. Провести критический анализ текстов образования, созданных школьниками;
7. Наметить пути редактирования текстов;
8. Представить систему методических рекомендаций для редактированных текстов в туристической рекламе и школьной практике.

Предмет исследования – типовые ошибки и недочеты при текстообразовании в коммерческой и образовательной практике. **Объект исследования** – тексты полиграфической рекламы в сфере туризма и тексты сочинений учащихся.

Теоретическо-методологической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых в области менеджмента, рекламы и связей с общественностью, маркетинга в туризме и собственно литературного редактирования. Сущностные основы рекламы рассмотрены в

работах российских и зарубежных авторов: Акберова Т.Б., Антипова А.С., Водопьянова Н.А., Гурьяновой О.В., Куликовой А.В., Лещук Н.С., Поляковой А.Н. и др. Вопросы планирования и организации рекламной деятельности рассмотрены такими известными учеными как Голуб Б.И., Денисова Е.С., Котлер Ф., Морозова И.Н., Маркова В.Д., Мудров., Музыкант В.Л., Кожина М.Н., Сковородников А.П., Старов С.А., Ульянов А.А., Уткин Э.А., Феофанов О.А., Шуванов В.И.

Практическая значимость работы заключается в возможности использовать её результаты для решения практических задач редактирования полиграфической продукции и школьных сочинений.

Структура работы. Цель и задачи работы определили ее структуру. Работа состоит из введения, трех глав (двух теоретических и одной дидактической), заключения, списка использованных источников. В первой теоретической главе представлен обзор отечественных и зарубежных исследований в области рекламы, маркетинга, теории связей с общественностью. Во второй главе рассматриваются основные типы ошибок в коммерческом и образовательном дискурсе. В дидактической главе представлены рекомендации (на материале путевого очерка и путевой зарисовки). В ходе дипломной работы был проведен критический анализ 13 текстов туристического дискурса, и 13 текстов образовательного дискурса.

Методы: описания и обобщения, экспериментальный метод, контекстуальный анализ.

Глава 1. Теоретические основы редактирования рекламных и учебных текстов

1.1. Виды туристической рекламы

Очень часто, покупая тот или иной товар, мы даже не задумываемся, откуда мы о нем знаем и почему покупаем именно его. «Узнавание» того или иного товара, а так же повышение доверия к нему происходит под воздействием рекламных технологий [Денисова 75: 15].

Мир рекламы яркий и интересный. Без него мы, возможно, никогда и не узнали бы обо всех тех современных устройствах и технологиях, которые делают нашу жизнь удобнее и проще [Гальцов 2011: 11].

Попытки дать определение рекламы предпринимались многими теоретиками и практиками. Приведём определения термина «реклама» в трактовке различных авторов (табл.1) [Бове и Арнес: 1995: 5] [Ламбен 1996: 50] [Сендидж, Фрайбургер и Мориарти 1989: 64] [Уэллс, Бернет, Мориарти 2001: 35] [Россистер, Перси 2000: 15][Харрис 2001: 128] [Феофанов 2001: 55][Ромат 2001: 84].

Таблица 1

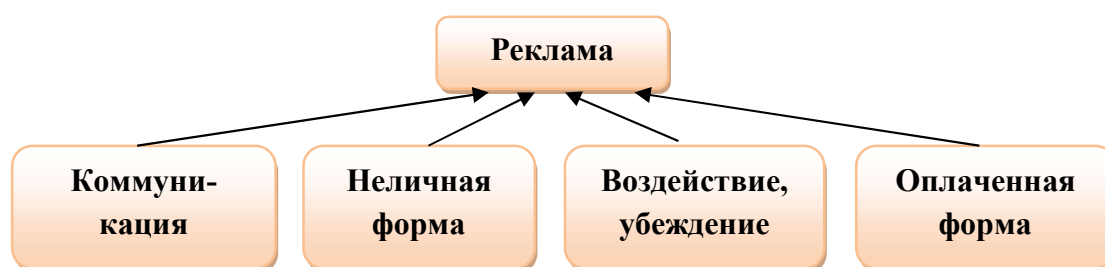
Автор (источник)	Определение	Определяющее слово
К.Бове и У.Арнес	Реклама - это передача информации, которая обычно оплачивается и имеет убеждающий характер (идеи, услуги)	Неличная; убеждение
Ж.-Ж.Ламбен	Реклама - односторонняя коммуникация, исходящая от спонсора, желающего прямо или косвенно поддержать действия фирмы	Коммуникация
Ч. Сэндидж	Реклама – одна из многочисленных	Коммуникация;

	форм коммуникации которая представляет потребителю товары и услуги исходя из качества первых, а так же переводит идеи на язык нужд и запросов потребителя	запросы потребителей
У. Уэллс, Дж. Бернет и С.Мориарти	Реклама – это оплачиваемая, неличная коммуникация, которая используя средства массовой информации с целью влияния на аудиторию осуществляется конкретным спонсором, фирмой.	Неличная; коммуникация; убеждение; оплаченная
Д.Росситер и Л.Перси	Реклама – это косвенная форма влияния на аудиторию посредством убеждения, основывается на информационном или эмоциональном описании превосходства данного продукта или услуги. Задача рекламы заключается в создании у покупателей благоприятного впечатления о продукте ил услуге, убеждение в необходимости покупки	Убеждение
Р. Харрис	Реклама - тип коммуникации, предназначенный для убеждения	Коммуникация; убеждение
О. Феофанов	Реклама – это система психологических воздействий на сознание потребителей для активного продвижения на политическом, социальном, экономическом рынках объектов рекламы, будь то товар или	Воздействие

	услуга. Применяется имиджмейкерами в целях создания позитивного портрета фирмы, организации, политического лица.	
Е. Ромат	Реклама – это уникальная область социальных коммуникаций между рекламодателями и потребителями (различные аудитории рекламных обращений), целью которых является активное воздействие на покупателя.	Коммуникация; воздействие

Из сказанного выше можно сделать вывод, что во всех определениях есть схожие элементы, представленные на рис.1:

Рис. 1.



Мы предлагаем взять за основу следующее определение рекламы: «Реклама – форма неличной массовой коммуникации, в которой создается и распространяется оплаченная рекламодателем информация о товарах, услугах, призванная побудить потребителей к нужным рекламодателю выбору и поступку» [Пядышева, Прохоров 2008: 80].

В настоящее время используются разнообразные формы распространения рекламы, соотносимые с носителями информации для воздействия на объект рекламы. Виды рекламы разнообразны, именно поэтому разные авторы приводят много различных классификаций по различным признакам. Например, профессор Ф.Г. Панкратов, который

является доктором экономических наук, классифицирует виды рекламы следующим образом:

- по назначению: реклама рассчитывается на оптовых или розничных покупателей или на различные социальные группы (пенсионеры, женщины, ведущие домашнее хозяйство, дети, спортсмены, мужчины, женщины);
- по месту применения: средства рекламы можно подразделить на внешние, которые используются вне оптового и розничного предприятия и внутренние, которые используют на самом торговом предприятии [Панкратов:2009: 27].

Формы распространения рекламы используются в зависимости от назначения технических средств. Профессор Ф.Г. Панкратов приводит следующую классификацию: реклама в прессе, печатная реклама, аудиовизуальная, витринно-выставочная (оконные и внутримагазинные, витрины в розничных торговых предприятиях, витрины и товарные выставки на оптовых базах, ярмарках, биржах), реклама на радио [Старов 2012: 103].

В настоящее время популярность набирает реклама в Интернете. Интернет-реклама является медиаканалом, преимуществом которого является то, что покупатель, заходя на сайт потенциального рекламодателя, сразу начинает знакомство с предприятием, его устройством, узнает о предоставляемых услугах или товарах. Автоматизированная система поиска помогает быстро находить интересующую потребителя информацию, сравнить товар по характеристикам «цена-качество», узнать о наличии товара, о следующем завозе [Уткин 2011: 91].

Реклама в прессе обеспечивается публикациями в различных газетах и журналах и всевозможных рекламных приложениях (или вкладышах издания). Реклама в прессе может иметь вид рекламы в учебных или справочных изданиях, которых характеризуются наличием огромной аудитории и большой долговечностью [Морозова 2008: 7].

Печатная реклама может располагаться на таких носителях как буклет, проспект, листовка, календарь, открытка и другие обширные виды печатной продукции. Чаще всего печатная реклама располагается в каталогах, в том числе и туристических. Особенности перечисленных выше носителей информации являются: дешевизна, оперативность. Некоторые носители (например, календари) позволяют обеспечить довольно длительный рекламный контакт с получателем; отсутствие информации о конкурентах на конкретном носителе и др [Коркова 2012: 27].

Такой тип рекламы как экранная, часто используется в качестве носителей: видеоролики, слайды и т.д. Преимущества такого типа рекламы заключаются в полноте представления (задействуются сразу несколько каналов восприятия: визуальный и аудиальный), явления рассматриваются в динамике, что способствует высокой степени вовлеченности потенциального покупателя в происходящее на экране. Достоинство экранной рекламы заключается и в личностном характере рекламного обращения [Маркова 2003: 55].

Часто коммерческие организации отдают предпочтение рекламе на радио, или радиорекламе. Её главным преимуществом является то, что этот тип рекламы является одним из наиболее быстро развивающихся направлений рекламной деятельности. К достоинствам радио, как средства передачи рекламы следует отнести, широкий формат частотности, избирательности, охвата, а также живой характер обращения, оперативность, относительно не высокий уровень рекламных тарифов [Коркова 2012: 30].

Наружная реклама используется для создания имиджа фирмы или предприятия. В качестве основных носителей такого вида рекламы можно рассматривать рекламные щиты (англ. bileboard), вывески на остановках (bus sheltor), электронно-механические щиты с периодически, сменяющимися изображениями (prismairsion), световые короба (cify light), световые короба на опоре (city light on pole), стационарные панно на зданиях – брандргауэры, пространственные конструкции [Денисова 2005: 67].

Все рассматриваемые медиаканалы имеют как свои достоинства, так и недостатки (табл.2), которая составлена на основе работ Баженова и Панкратова [Панкратов, Баженов 2009: 21].

Таблица 2

Преимущества и недостатки основных средств распространения рекламы на
торговых предприятиях

Средства рекламы	Преимущества	Слабые стороны
Газеты	Оперативность, масштабность аудитории, высокая достоверность, относительно низкие расходы на один контакт и др.	Кратковременность существования; низкое качество воспроизведения; незначительная аудитория «вторичных читателей»; помещается рядом с рекламой других отправителей
Журналы	Высокое качество воспроизведения; длительность существования; многочисленность «вторичных читателей»; достоверность	Длительный временный разрыв между покупкой места и появлением рекламы; соседство рекламы конкурентов
Телевидение	Широта охвата; многочисленная аудитория; высокая степень привлечения внимания; сочетание изображения, звука и движения; высокое эмоциональное воздействие	Высокая абсолютная стоимость; перегруженность рекламой; мимолетность рекламного контакта; слабая избирательность аудитории
Радио	Массовость аудитории;	Ограниченность звукового

	относительно низкая стоимость одного рекламного контакта	представления; невысокая степень привлечения внимания; мимолетность рекламного контакта
Печатная реклама	Высокое качество воспроизведения; значительная продолжительность контакта у некоторых носителей (плакаты, настенные и карманные календари); отсутствие рекламы конкурентов на конкретном носителе и др.	Относительно высокая стоимость, образ «макулатурности»
Наружная реклама	Высокая частота повторных контактов; невысокая абсолютная стоимость; слабая конкуренция	Отсутствие избирательности аудитории; невозможность контакта с удаленными аудиториями; ограничения творческого характера
Реклама на транспорте	Многочисленность аудитории; возможность на долго удерживать внимание получателя; гибкость; возможность расширения географии целевой аудитории; широкий охват	Краткосрочность контакта (наружная реклама на транспорте); достижение только специфических аудиторий
Сувенирная реклама	Сувениры утилитарные предметы, имеющие самостоятельную ценность; долговременность пользования сувенирами; высокая способность добиться	Слишком ограниченное место для размещения обращения; высокие расходы на единичный контакт; ограниченность тиража

	благорасположения получателя; наличие вторичной аудитории	
--	--	--

В рамках выпускной квалификационной работы особое внимание мы уделяем полиграфической рекламе. Полиграфическая реклама включает в себя следующие виды печатной продукции:

1. Листовка – издание небольшого формата без сгибов. Данный вид полиграфической продукции не требует огромных материальных вложений. Исполнение листовки может быть цветным или чёрно-белым, односторонним или двусторонним [Ульянов 2007:38].

2. Проспект – издание небольшого формата, отличающееся от листовки наличием иллюстраций и многостраничностью.

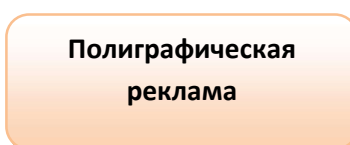
3. Каталог – издание, которое чаще всего содержит краткие сведения о продукции или услугах коммерческих фирм. Каталог отличается от проспекта наличием подробно изложенной информации о товарах или услугах.

4. Буклет – тип издания, имеющий один или несколько фальцев, содержащее красочные иллюстрации. Размеры буклетов разнообразны, но существует одно условие: в развернутом состоянии его размер не должен превышать размер типографского листа.

5. Бродсайт – издание большого формата, рассчитанное на пересылку по почте. Бродсайт при отправлении складывается пополам, а конверт для него не требуется [Старов: 2012: 71].

6. Флайер – красочный пригласительный билет, обычно обещающий или бесплатное посещение мероприятия, или значительную скидку на вход [Кривоносов 2002: 22].

Полиграфическая реклама дает широкие возможности бизнесу, которые представлены на рис.2. «Достоинства полиграфической рекламы».





Рассмотрим подробнее особенности туристической рекламы (табл.3), опираясь на работу А. Чумикова, М. Бочарова [Чумиков, Бочаров 2010: 87].

Таблица 3

Особенности туристической рекламы

Объект	Особенность
Информация	Одной из важных функций рекламы в туристической практике является предоставление потенциальным клиентам подробной информации об услугах фирмы. Чем больше информации о преимуществах того или иного курорта, города, отеля получает потребитель, тем вероятнее, что он обратится именно в данную фирму.
Визуальные средства	Сфера рекламы – одна из лучших сфер для того, чтобы убедить клиента воспользоваться услугами данной компании, приобрести путевку. Этот вид рекламы использует яркие визуальные образы, потому что именно они оказывают огромное влияние на человека, убеждают его приобрести путевку именно у этой конкретной фирмы. В туристической рекламе именно этот прием действует безотказно, чтобы убедить покупателя достаточно продемонстрировать ему яркие фотографии курорта – море, песчаный пляж, шикарный отель и т.д.

Экономический фактор	Большая часть отечественных потребителей выбирают место для отдыха опираясь на экономический фактор. Именно поэтому в рекламе нужно демонстрировать экономические выгоды для клиентов в виде скидок, акций, розыгрышей, подарков и т.д. Нужно стараться убедить потребителя в том, что ваша фирма может предоставить качественные услуги по демократическим ценам. Оптимальное отношение цена-качество привлекает потенциальных клиентов во всех сферах, а не только в туризме.
Достоверность информации	К сожалению, главное правило бизнеса «не обещай того, чего не можешь выполнить» сейчас нарушается многими туристскими компаниями. При организации рекламы нужно проследить, чтобы она содержала правдивые сведения о предоставляемых фирмой услугах.

По мере развития маркетинга рекламная деятельность становится более сложной, многоуровневой и многоструктурной. В то же время в мировой и отечественной практике отсутствует единая классификация видов туристической рекламы, что затрудняет осуществление маркетинговых коммуникаций [Рубинштейн: 1989: 28].

Один из возможных вариантов классификации, который может быть полезен для практической деятельности, представлен в таблице 4, которая сделана на основе работы В. Музыканта [Музыкант 2009: 23].

Таблица 4

Классификация видов туристической рекламы

Признак классификации	Вид рекламы
Объект рекламирования	Товарная Престижная

Направленность	Реклама возможностей Реклама потребностей
Характер и особенности рекламного обращения	Информативная Убеждающая Напоминающая
Охватываемая территория	Локальная Региональная Общенациональная Международная
Источник финансирования	От отдельной туристской фирмы Совместная
Средства распространения	В прессе Печатная Аудиовизуальная Радио-и телереклама Рекламные сувениры Прямая почтовая Наружная Выставки и ярмарки Компьютеризованная

Отдельно следует выделить и рассмотреть классификацию туристической рекламы по целям и содержанию. В этом ключе рекламу туристической компании подразделяют на внешнюю и внутреннюю (см табл.5), которая сделана на основе работ А. Д. Кривоносова [Кривоносов 2002: 22].

Таблица 5

Классификация туристической рекламы по целям и содержанию*

Вид туристической рекламы	Описание
Внешняя реклама туристической компании	Обращена на потенциального потребителя, находящегося за пределами турфирмы. Главная задача этого вида рекламы в агитации огромного количества потенциальных клиентов и побудить их воспользоваться услугами конкретной туристической фирмы.
Внутренняя реклама	Задача этой рекламы заключается в продаже максимального количества дополнительных услуг клиентам туристической фирмы. Доходы турфирмы от продажи дополнительных услуг (помимо продажи туров) порой достигают 30-40%.

*-разработано автором

Весь спектр туристической рекламы может быть разделён на группы в зависимости от её средств: печатная; аудиореклама; телевизионная; наружная; реклама на транспорте; реклама в Интернете [Слободянюк 2008: 85].

Перечислим оптимальные каналы и средства рекламы в области туризма. Наиболее популярный и эффективный канал в средствах массовой информации – электронный. Данный вид канала активно используется в рекламе туристических услуг. Преимущества канала заключаются в наглядности изображения, силе живого слова, возможности выбора программ при оценке качества телепередачи. Нужно отметить, что наиболее оптимальным временем суток для рекламы в электронных СМИ являются периоды в 7.00-9.30 и в 17.00-22.30. Эффективностью обладают и рекламные ролики которые появляются во время просмотра популярных передач и фильмов [Музыкант 2009: 77].

Реклама туристских фирм и отдельных видов туристских услуг в региональных средствах массовой информации (прежде всего в местной печати и на телевидении) более эффективна, чем в центральной (федеральной) прессе – это объясняется нашей отечественной «спецификой», когда граждане более охотно и внимательно читают местную региональную газету, чем «Известия» [Шуванов 2005: 77].

Туристические фирмы активно используют в целях агитации и радио. Выгодной стала реклама на «авторадио» [Чумиков, Бочаров 2010: 78].

Прямая почтовая рассылка рекламы турагенств по системе «директ мейл» имеет смысл только в том случае, если в качестве адресатов выбраны постоянные и платежеспособные клиенты данной туристской фирмы.

Туристические фирмы активно используют и наружную рекламу. Она используется в виде наружных плакатов и щитов, транспарантов, рекламы на транспорте и на стенах зданий. Преимуществами такого вида рекламы являются массовый характер аудитории и наглядность и быстрота восприятия информации [Федотова 2008: 23].

Маркетинг – реклама используется туристическими фирмами в качестве малой формы рекламы. К примеру, это могут быть бизнес-сувениры (авторучки, папки, брелоки, и т. п. с изображением реквизитов турфирмы и предоставляемых ею услуг).

Таким образом, современный туризм невозможно представить без рекламы – самого действенного инструмента в попытках туристского предприятия донести информацию до клиентов, модифицировать их поведение, привлечь внимание к предлагаемым услугам, создать положительный имидж предприятия, показать его общественную значимость. Поэтому эффективная рекламная деятельность служит важнейшим средством достижения целей стратегии маркетинга в целом и коммуникационной стратегии в частности.

1.2 Понятие о литературном редактировании. Специфика редактирования текстов в туристической рекламе

Понятие «редактирование» буквально означает «приведенный в порядок». Это часть литературной деятельности, которая непосредственно связана с подготовкой текстового материала к публикации. Процесс редактирования в общем виде сводится к неоднократному прочитыванию текста и его исправлению. В современной редакторской деятельности остается актуальной такая технология редактирования, как редактирование с применением распечатки текста, в которой работает непосредственно редактор. Главной задачей редактора является всесторонний критический анализ содержания и формы текста, целью которого является его правильная оценка и доведение до совершенства [Васильев 2008: 15].

Работая над текстом, редактор должен наиболее полно выявить общественную значимость произведения. Предметом редактирования на ТВ может быть самый разнообразный материал, начиная от текстов различных жанров до иллюстраций видеоряда. Не нужно забывать, что редактор несет полную ответственность за подготовленный к публикации или эфиру материал. Решение и оценка редактора может послужить «приговором» для текста.

Редактирование – процесс творческий, его во многом определяют индивидуальные особенности и вкусы редактора. В редакторской практике сложилась единая методика редактирования. Методика редактирования- это система рациональных приемов, которые используются для устранения погрешностей авторов.

Подготовительный этап

Этот этап можно охарактеризовать как организационно-творческий. Он включает в себя: определение темы произведения, соответствующей профилю издательства, телеканала, радиостанции; рубрики, проекты, а также выбор автора и работу с ним по уточнению и корректировке задания.

Выбор темы определяется общественно-социальной значимостью, актуальностью, своевременностью ее освещения. На этапе подготовки так же выбирают и выразительные средства, которые далее будут применены в тексте произведения.

При подготовке новых проектов помимо заявок и предложений журналистов надо учитывать пожелания специалистов, мнения читателей, зрителей, слушателей, результаты рейтингов.

На этом этапе редактор должен окончательно выбрать жанр будущего произведения и форму его подачи [Голуб 2001: 44].

Творческая заявка. Этот аспект редактирования автор представляет исходя из своей инициативы. В ней должны раскрываться в оптимальной для автора форме вопросы, которые, в дальнейшем, найдут свое воплощение в будущем произведении. В случае, если творческая заявка не раскрывает в полной мере идею будущего произведения, редактор может предложить автору составить подробный сценарий в форме плана, в котором автору предлагается сформулировать тему, цель работы, представить иллюстративный материал и указать последовательность изложения материала.

После одобрения творческой заявки автора, начинается период активного взаимодействия автора с редактором. В этот период редактор проверяет фактический материал, уточняет первоисточники, утверждает монтаж (вариант расположения текста) с точки зрения максимального раскрытия темы произведения [Мудров 2008: 34].

Завершение подготовительного этапа знаменуется получением от автора рукописи (подлинника текста, написанного от руки или переписанного на пишущей машинке). Начинается этап собственно редактирования.

В процессе редактирования можно выделить две стороны: научное редактирование (работа с содержанием произведения), и литературное редактирование (работа редактора с композиционным планом, логикой изложения материала, определение стиля произведения) [Голуб 2001: 45].

Редакторский анализ и правка текста

Работа над текстом проводится редактором в следующей последовательности: критический анализ текста (определение вида правки) и собственно правка текста [Коркова 2012: 63].

Критический анализ текста представляет собой всестороннее изучение текста, его характеристику, это критика авторского произведения целью которой является выявление недочетов материала и умножение его достоинств. Анализ текста позволяет определить истинную ценность материала [Григорьева 2009: 15].

На первой стадии редактор становится критиком авторского материала, его рецензентом, поэтому стоит отметить, что редактор должен обладать широким кругозором и понимать главное, существенное в произведении, его основную идею. Субъективизм редактора при критическом анализе произведения неуместен. Нужно предостеречь редактора от навязывания автору своей точки зрения, от вмешательства в стиль произведения. Единственный критерий, который позволяет редактору судить об удачности произведения – это его достоинство [Мудров 2008].

Специалист по литературному редактированию профессор К.И. Былинский выделил четыре основные вида правки:

1. Правка-вычитка.
2. Правку-сокращение.
3. Правка-обработка.
4. Правка-переделка.

В процессе критического анализа редактор составляет логико-композиционную схему, чтобы отследить смысловую последовательность изложения и соответствует ли содержание теме. Далее следует проверка

композиционных блоков произведения (частей), их соразмерности, допустимых отступлений в последовательности событий.

Дальнейшую работу редактора с авторским оригиналом можно разделить на следующие этапы:

1. Проверка фактического материала;
2. Литературная правка текста;
3. Выбор подходящего по стилю и жанру заголовка будущего произведения [Гаймакова 2001: 161].

Работа над композицией

Работая над композицией будущего произведения редактор должен учитывать: соразмерность композиционных блоков, соответствие материала выбранной теме, соответствует ли композиция стилю и жанру произведения.

Работая над композицией нужно решить три задачи:

- 1). Добиться, чтобы материал располагался, таким образом, при котором тема его будет освещаться в полной мере;
- 2). Стараться, чтобы материал был выстроен логически, чтобы одна смысловая часть получала логическое продолжение в другой. Редактор должен проследить выстраивание принципа системности изложения фактов;
- 3). Нужно подобрать такую структуру, которая позволила бы добиться максимального эмоционально-художественного воздействия на аудиторию [Гаймакова 2001: 16].

Проверка фактического материала

Фактический материал – это основа концепции автора. Начиная работать с фактическим материалом, редактор должен определить верность принципа отбора фактов, используемых в будущем произведении. Один из самых популярных приемов проверки фактического материала – это внутритекстовое соотнесение, уточнение терминов, проверка по авторитетному источнику [Мудров 2008: 45].

Внимательными нужно быть к цифровому материалу и цитатам. Часто авторы прибегают к цитированию по памяти, что приводит к наличию в

материале фактических ошибок. Нередко цитаты повторяют высказываемую ранее мысль. Цитата должна быть уместной и содержать логически законченную, выраженную в лаконичной форме мысль [Былинский 1970: 78].

Литературная обработка текста

Литературная правка ведется в ходе всего процесса редактирования. Текст рукописи должен состоять из правдивых, простых и ясных выражений, которые рассчитаны на широкую публику. Литературная правка начинается с определения жанра и стиля произведения.

Основные приемы:

1. Замена неудачного или неточного словосочетания;
2. Проверка согласования членов предложения;
3. Проверка управления;
4. Упрощение сложных предложений;
5. Устранение канцеляризов, речевых штампов [Гаймакова 2001: 98].

Редактор должен соотносить средства выразительности со стилем и жанром будущего произведения, отличать неграмотные или неправильные обороты от необычных, но вполне допустимых, присущих этому автору [Мудров 2008: 46].

Выбор названия

Заглавие текста должно наиболее полно представлять проблематику, идею текста, отвечать его внутреннему содержанию. Слова, входящие в заглавие должны нести смысловую нагрузку и, самое главное, однозначно выражать содержание понятий [Былинский 1970: 79].

Этап подбора названия будущему произведению является завершающим этапом редактирования текста. Далее следует производственный этап, который зависит от особенностей технологического процесса в различных видах СМИ.

Таким образом, редактирование – это всесторонний критический анализ содержания и формы произведения с целью его правильной оценки и

усовершенствования. Оно помогает добиваться высокого профессионализма материалов печати, радио, телевидения.

Совершая правку текста редактор обязан иметь: литературный опыт, художественный вкус и широкий кругозор.

Общая методика редактирования представляет собой три этапа: подготовительный этап, редакторский, производственный.

Редактор может приступить к правке текста только после того, как несколько раз ознакомиться с ним. Он обязан соблюдать границы допустимого вмешательства в авторский материал, стремясь сохранить индивидуальность автора [Гаймакова 2001: 103].

1.3. Учебные тексты в системе подготовки к единому государственному экзамену.

Единый государственный экзамен (ЕГЭ) — это форма государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего общего образования (ГИА). При проведении ЕГЭ используются контрольные измерительные материалы – КИМы, представляющие собой комплексы заданий стандартизированной формы, а также специальные бланки для оформления ответов на задания. ЕГЭ проводится письменно на русском языке (за исключением ЕГЭ по иностранным языкам). Контрольные измерительные материалы (КИМ) представляют собой комплексы заданий стандартизированной формы, выполнение которых позволяет установить уровень освоения федерального государственного образовательного стандарта. КИМы разрабатываются Федеральным институтом педагогических измерений (ФИПИ), включают в себя задания с краткими и развернутыми ответами. Обратимся к контрольным измерительным материалам по русскому языку. Проанализировав задания, объединим их в следующие тематические группы: задания на определение функционально-смыслового типа речи; задания на определение понимания лексического значения слова, разграничение

синонимов, антонимов, омонимов, знания фразеологических оборотов; задания на определение типов связи между предложениями в тексте; задание на определение средств выразительности в тексте; порождение собственного текста. Обратимся к материалу исследования – сочинения учащихся школ.

Выводы по главе 1

1. Реклама – один из самых действенных инструментов, предназначенных для того, чтобы:

- донести информацию до широкой публики, потенциальных покупателей;
- создать положительный имидж фирмы или предприятия;
- привлечь внимание покупателей к предлагаемым услугам.

2. Редактирование представляет собой всесторонний критический анализ содержания и формы произведения с целью его правильной оценки и усовершенствования. Мы рассмотрели понятие «литературное редактирование» и определили виды правки (правка-обработка, правка-сокращение, правка-вычитка и правка-переделка) и их назначение.

3. Мы рассмотрели типы наиболее распространенных ошибок и выяснили, что наиболее повторяющиеся ошибками являются орфографические и пунктуационные ошибки, которые нуждаются в правке-вычитке с элементами обработки.

Глава 2. Типы ошибок

2.1 Типология ошибок

Приведём типологию ошибок, разработанную А.П. Сковородниковым и другими авторами.

Типология А.П. Сковородникова

А.П. Сковородников рассматривает следующие типы ошибок:

1. Речевые ошибки – немотивированное отступление от норм литературного языка, нарушения правильности литературной речи:

К данному типу ошибок относятся:

- стилистические – ошибки, связанные с употреблением слов, без учета их стилистической окрашенности;
- словообразовательные – ошибки, связанные с нарушением словообразовательных норм русского языка. К ним относятся: неправильное использование аффиксов; образование по нормативным словообразовательным моделям новых слов; изменение звучания незнакомого для носителя языка слова связанное со стремлением наделить это слово внутренней формой; неверное образование грамматических форм слова.
- орфоэпические – это ошибки, связанные с нарушением норм литературного произношения и обусловленные воздействием диалектов, жаргонов, просторечий. Различают: акцентологические ошибки; ошибки в области согласных; ошибки в отдельных грамматических формах; ошибки, связанные с употреблением слов иноязычного происхождения.
- лексические – тип речевых ошибок, связанный с нарушением точности, ясности, логичности употребления слов. Различают: употребление

слова в несвойственном ему значении, нарушение норм лексической сочетаемости, расширение или сужение значения слова, ошибки в употреблении омонимов, антонимов, не устраненная контекстом многозначность.

- грамматические – ошибки, связанные с нарушением норм грамматики. Различают: грамматико-морфологические (неправильное образование и употребление форм слов) и грамматико-синтаксические (неверное построение словосочетаний и предложений).

2. Неязыковые ошибки – ошибки в употреблении слова. К ним относятся:

- орфографические – тип ошибок, связанный с нарушениями норм орфографии: ошибки в написании согласных и гласных букв; ошибки в слитном, раздельном или дефисном написании слова; ошибки в написании строчных и прописных букв; ошибки при переносе слова с одной строки на другую; ошибки в графических сокращениях.

- графические – разновидность ошибок, связанных с графикой: пропуски букв; перестановки букв; замена одних буквенных знаков другими; неверная передача звука; ошибки в графическом оформлении цитат.

3. Стилистические ошибки – тип ошибок, связанный с нарушением стилистических норм. К стилистическим ошибкам относятся только грамматико-стилистические – ошибки, возникающие при таком употреблении грамматических форм, которые приводят к нарушениям стилистических норм.

4. Коммуникативные ошибки – это ошибки, связанные с нарушением коммуникативных качеств речи, или их отдельных элементов. К коммуникативным ошибкам относятся:

- Фактические – разновидность неязыковых ошибок, заключающаяся в том, что говорящий или пишущий, недостаточно хорошо владея

информацией по обсуждаемой теме, приводит факты, противоречащие действительности.

- Композиционные ошибки – вид ошибок, связанных с нарушением последовательности и смысловой связности изложения: отсутствует логическая связь с основной частью изложения; нагромождения лишних фактов; неудачные смысловые ходы между предложениями; основная часть содержит ненужные сведения, неоправданно растянута, содержит смысловые повторы, непоследовательна и хаотична, плохо раскрывает основную мысль; концовка содержит новую для адресата информацию, отвечает лишь части материала, совсем не мотивирована материалом.

- Логические ошибки – ошибки связанные с нарушением логической правильности речи, возникающие в результате нарушения законов логики, могут допускаться как в одном предложении, так и в тексте.

- Коммуникативно-прагматические – ошибки, состоящие в нарушении коммуникативно-прагматической нормы, понимаемой как совокупность прагматических условий эффективности коммуникативного акта. К наиболее частым нарушениям критериев целесообразности относят: неоправданное употребление заимствованных слов; плеоназм; тавтология. [Музыкант: 2009 105]

Обратимся к классификации М.Н. Кожиной.

Автор разделяет ошибки на две группы:

1. Стилистические ошибки – ошибки, связанные с нарушением норм функциональных стилей;

2. Нестилистические ошибки – ошибки, не связанные с нарушением норм функциональных стилей. К этому виду ошибок относятся:

- речевые ошибки – ошибки, связанные с нарушением норм употребления слов. словоупотребления. Речевые ошибки подразделяются на

следующие подтипы: лексические (без учета значения), словообразовательные (нарушение норм словообразования), стилистические (смешение разностилевой лексики).

К стилистическим ошибкам относятся:

1. Ошибки, возникающие в результате слабого владения стилем языка. К таким ошибкам относятся: немотивированное повторения в узком контексте одного слова, тавтология, плеоназм и слова-паразиты;

2. Ошибки, возникающие в результате неразвитого языкового чутья. К таким ошибкам относятся: неоправданное использование выразительных средств (создание неудачных метафор, сравнений);

3. Ошибки, возникающие в результате нарушения стилевых норм. К таким ошибкам относятся: речевой штамп – неоправданное использование элементов официально-делового стиля речи в других функциональных стилях; расщепление сказуемых – замена глагола глагольно-именным сочетанием слов; нанизывание форм родительного падежа; широкое использование в одном стиле языковых средств, типичных для другого функционального стиля.

4. Лексические – ошибки, связанные с нарушением лексических норм. К таким ошибкам относятся: употребление слова без учета его значения; нарушение семантической и лексической сочетаемости; смешение паронимов (генетически родственных слов, имеющих структурное сходство и принадлежащих к одной части речи) и паронимов (генетически неродственных слов, имеющих звуковое сходство и принадлежащих к одной части речи); ошибки, связанные с употреблением фразеологических оборотов без учета их значения.

5. Словообразовательные – ошибки, связанные с нарушением норм словообразования. К таким ошибкам относятся: ошибки, связанные с неудачным словотворчеством и отсутствием разграничения приставок.

6. Морфологические ошибки – тип ошибок, связанных с нарушением норм употребления частей речи. К таким ошибкам относятся: нарушения при образовании грамматических форм разных частей речи; Ошибки в склонении имен числительных; неправильный выбор временных или видовых форм образования причастий; ошибки при образовании форм инфинитива.

7. Синтаксические ошибки – тип ошибок, связанный с нарушением норм синтаксической сочетаемости, согласования, управления и норм построения простого и сложного предложения. К таким ошибкам относятся: дублирование подлежащего; смешение полной и краткой формы прилагательных в роли именной части сказуемого; ошибки при употреблении однородных членов предложений; ошибки, связанные с нарушением грамматической основы однородности; неправильного употребления союзов, эффект обманутого ожидания в сложных предложениях. [Кожина 1983: 34]

2.1.1. Ошибки в текстах коммерческого дискурса

Рассмотрим примеры текстов, взятых из туристических каталогов.

План анализа:

1. Стилъ, подстилъ, жанр;
2. Фактические ошибки;
3. Логические ошибки;
4. Композиционные ошибки;
5. Речевые ошибки;
6. Определение видов правки.

ТЕКСТ 1

1. Греция – неповторимая страна причудливых морских побережий, уютных долин, оливковых рощ, страна красивейших пейзажей и **щедрых людей**. Здесь небо необыкновенно синее, солнце ласковое и жаркое, воздух наполнен ароматом моря и душистых трав. 2. Именно здесь родилась величайшая цивилизация, отголоски которой сквозь века и сегодня учат гармонии и процветанию.

3. Это страна долголетия, и в ней, как в древнем придании о хорошем вине, соединены глоток солнца и моря, мудрость тысячелетий и привкус вечной тайны. 4. У Греции есть свои живительные и **по истине** божественные «**эликсиры**», которыми она так манит к себе: чудесный климат, восхитительно-успокаивающая природа, великое наследие истории, культуры и все удобства цивилизации наших дней. 5. Путешествия во времени становятся возможны и просты: легко попасть из настоящего в прошлое и обратно, лишь перемещаясь из одной части города в другую, с острова на остров.

1. Рекламный текст, подстиль: рекламно-информационный, жанр: публикация из рекламного каталога;

2. Фактические ошибки: нет;

3. Логические ошибки: нарушена логическая связь между абзацами (предложения 2-3), неоправданное деление текста на абзацы, пропуск логического звена (предложение 2), употребление словосочетания «божественные эликсиры» в не свойственном ему значении (4 предложение);

4. Композиционные ошибки: нарушение композиционной рамки, отсутствие заголовка, отсутствие заключения, непрочность связи с композиционными блоками;

5. Орфографические ошибки: (*по истине*, 5 предложение);

6. Речевые ошибки: *«учат производству»* (предложение 5);
7. Вид правки: правка логической структуры текста, правка-обработка.

ТЕКСТ 2

САНТА СУСАННА (SANTA SUSANNA)

1. Санта Сусанна – очаровательный, старинный городок в 60 км к северо-востоку от Барселоны, в 44 км к югу от Барселоны. 2. Окруженный сосновым лесом, этот курорт с **просторными** желто-золотистыми песчаными пляжами шириной до 50 м **ведет более спокойную и размеренную жизнь**. 3. Санта Сусанна богата восхитительными видами: расположенный на 7 возвышенностях, как многие великие города, этот город позволяет практически из любой его части увидеть линию побережья с синей гладью, моря и колоритные окрестности.

4. Здесь будет комфортно семьям с детьми и ценителям **безмятежного** приморского **релакса**: **действительно** можно дышать свободно, здоровым, хвойно-морским воздухом. 5. Поклонники морских прогулок могут совершить экскурсию на катере вдоль золотисто изумрудного побережья, любителей более активного отдыха на волнах и под водой ждет дайвинг и водные виды спорта.

6. Оживленная прогулочная набережная города с магазинчиками, сувенирными лавками, прибрежными ресторанами, кафе и барами, ночными клубами и развлечениями соединяет курортную зону Санта Сусанны с соседним городком Мальграт де Мар (Malgrad de Ma), **расположенный** в 8 км восточнее.

1. Рекламный текст, подстиль: рекламно-информационный, жанр: публикация из рекламного каталога;
2. Фактические ошибки: отсутствуют;
3. Логические ошибки: расчленение одной микротемы на два абзаца, смысловая недостаточность (2 предложение);

4. Композиционные ошибки: нарушение композиционной рамки, отсутствие заключения;

5. Речевые ошибки: смешение разностилевой лексики (4 предложение), неблагозвучие (2 предложение);

6. Вид правки: правка-обработка.

ТЕКСТ 3

ПОДГОРИЦА

1. Подгорица **является столицей Республики Черногории**, транспортным узлом, хозяйственным центром и местом расположения многочисленных **учреждений**, имеющим **республиканское значение в области администрации, культуры, науки, образования, здравоохранения и информации**, а также музеев и галерей. 2. Подгорица **разделена на 21 самоуправляемый район**.

3. Находясь на пути, соединяющим побережье и материк, на железной дороге Белград-Бар, Подгорица стала транзитным центром. 4. Туннель «Созина» - самый длинный в Черногории – значительно сокращает путь из центра страны к морю. 5. Здесь находится церковь Святого Георгия **под Горицей**, старый мост Визиря и Сахат-башня.

6. Из эпохи династия Петровича – возникновения новой Подгорицы, сохранился Дворец короля Николы (1891 год). 7. Вблизи Подгорицы находится крепость Медун, монастырь Джребаоник, монастырь Челия Пиперска и известные археологические раскопки Мартиничка Градина, относящаяся к первой половине 10 столетия, которую упоминает Константин Порфирогенет.

1. Рекламный текст, подстиль: рекламно-информационный, жанр: публикация из рекламного каталога;

2. Фактические ошибки: отсутствуют;

3. Логические ошибки: расщепление одной микротемы на несколько абзацев (5-6 предложения);

4. Композиционные ошибки: нарушена композиционная рамка, заключение отсутствует;

5. Речевые ошибки: нарушение согласования (предложение 2,3);

6. Вид правки: правка-обработка.

ТЕКСТ 4

БОКА КОТОРСКА РИВЬЕРА

1. Бока Которска является самой изрезанной частью Адриатического побережья с одним **их** самых живописных заливов Средиземного моря. 2. Бокакаторская бухта интересна как своим происхождением, так и своим внешним видом.

3. В бывшей долине реки возникли заливы – Топланский, Тиватский, Рисанский и Которский, а в местах прорыва этой исконной реки возникли проливы – Кумборский и Вериге. 4. Боку каждый видит по-своему – художники, поэты, авторы путевых заметок, ученые, однако, все считают её чем-то особенным, **необыденным**. 5. Некоторые церковные авторы называют Боку Которску Заливом святых. 6. Которско-Рисанский залив внесен в сокровищницу мирового природного и культурного наследия ЮНЕСКО.

7. Самые драгоценные черты западной и восточной цивилизации встретились здесь — где, если верить поэтам, начинается красота Средиземноморья. 8. Впрочем, в пользу этого утверждения свидетельствуют и здешняя природа (безмятежная изумрудная гладь залива и величественная мощь гор), и удивительная древняя архитектура городов, расположившихся в этой части побережья.

9. Бока-Которская Ривьера — это популярнейшая курортная зона, куда приезжают не только для того, чтобы насладиться качественным летним отдыхом, заняться спортом (водными видами, а также альпинизмом, трекингом, параглайдингом), но и чтобы поправить здоровье. 10. Страдающие аллергией или заболеваниями дыхательных путей охотно едут в Прчань, где располагается институт лечения этих **недугов**. 11. И, конечно же, нельзя не упомянуть сокровище Бока-Которской Ривьеры — курорт Игало,

где находится знаменитый во всем мире Институт физиотерапии и реабилитации им. Милошевича, в котором помогают больным ревматизмом, неврологическими, кожными, гинекологическими и кардиологическими заболеваниями. 12. Великолепная экология, мягкий климат и пышная природа Средиземноморья — все это Бока-Которская Ривьера: место, куда хочется непременно вернуться.

1. Рекламный текст, подстиль: рекламно-информационный, жанр: статья из рекламного каталога;

2. Фактические ошибки: отсутствуют;

3. Логические ошибки: нарушено деление на абзацы;

4. Композиционные ошибки: сращение абзацев (10-11-12 предложения);

5. Речевые ошибки: опечатка (1 предложение), нарушение в использовании паронимов (предложение), смешение разностилевой лексики (10 предложение);

6. Пунктуационные ошибки (предложение2);

7. Определение вида правки: правка-обработка и логическая правка текста.

Текст 5

ОТДЫХ НА ОЗЕРЕ ИССЫК_КУЛЬ + УЩЕЛЬЕ «КАРАКОЛ»

1. Туристам предлагается уникальная возможность совместить отдых на озеро Иссык-Куль с отдыхом в горах, совершив остановку в горном отеле «Каприз-Каракол», который расположен в 7 км от г. Каракол в одноименном ущелье. 2. Во время отдыха туристы смогут совершить пешую или конную прогулку по живописному горному ущелью, прокатиться на квадроциклах или кресельной канатке, которая поднимет на высоту 3040м., откуда открывается неповторимый вид на красоты окружающих гор и жемчужину Кыргызстана – озеро Иссык-Куль. 3. Во время ужина туристы смогут познакомиться с фольклором киргизского народа

4. На территории отеля расположен юртовый городок **кыргызских** кочевников, где туристы смогут поужинать, приобрести национальные сувениры и сделать фотографии на память.5. Посетив горнолыжную базу летом, Вы захотите вернуться сюда же зимой, покататься на лыжах или сноуборде!

1. Рекламный текст, подстиль: рекламно-информационный, жанр: публикация из рекламного каталога;

2. Фактические ошибки: отсутствуют;

3. Логические ошибки: отсутствуют;

4. Композиционные ошибки: нарушение границ композиционных блоков;

5. Речевые ошибки: нанизывание форм родительного падежа (2 предложение), опечатка (4 предложение), использование разговорной лексики (2 предложение), нарушение правил согласования (2 предложение);

6. Вид правки: правка-обработка.

Материал взят из рекламных каталогов туристических фирм: «Балкан», «География», «Три кита», «Натали Турс».

2.1.2. Ошибки в текстах образовательного дискурса

На примере школьных сочинений рассмотрим ошибки в текстах образовательного дискурса.

Режим доступа: <http://russkiy-na-5.ru/sections/219>

ТЕКСТ 1

1.Как найти пути взаимопонимания между людьми разных возрастных поколений и **мировозренческих** позиций? 2.Именно *эту* проблему затрагивает **Е. Корневский** в тексте.

3.*Эта* проблема актуальна сегодня, как никогда, и известный писатель не обошел ее вниманием.4. **Е. Корневский** рассказывает историю о семидесятидвухлетнем москвиче, который написал письмо в журнал. 5.В письме он говорит, что внук *со своим внешним видом, со своей речью,*

взглядами, мыслями сильно отличается от предыдущих поколений.6. Поэтому, особенно страшно, по мнению автора, что дети перестали уважать своих отцов, их религию и обычаи и что мир **поистинне** рушится.

7.Автор считает, что проще найти виноватых, чем постараться понять причины расширившейся пропасти между отцами и детьми.

8.Размышляя над текстом я понял, насколько прав автор.

9.Действительно, проблема отцов и детей остается актуальной и в наше время. 10.Я считаю, что как дети так и отцы должны уважать друг друга. 11.Без уважения друг к другу пропасть между поколениями будет неимоверно расширяться.

12.Так в рассказе "Недоросль" Фонвизина госпожа Простакова — грубая, алчная помещица, она любит своего единственного сына Митрофана и готова ради него на все. 13.Но сын отворачивается от неё в самую трагическую минуту. 14.Этот пример показывает нам, что родители стараются все делать **на благо** детям. 15.Но дети, к сожалению, не всегда это могут оценить и понять.

16.Не обошел стороной проблему отцов и детей писатель Н.В. Гоголь в повести "Тарас Бульба".17. Бульба считал, что только тогда воспитание Остапа и Андрия может быть завершённым, когда они познают боевую премудрость и станут его достойными наследниками.18. Однако измена Андрия сделала Тараса убийцей, он не смог простить сыну предательства. 19.Только Остап согрел душу отца своим мужеством в бою, а **за тем** и во время казни. 20.Для Тараса товарищество оказалось выше всех кровных связей.

21.Хочется верить, что читатели задумаются над проблемой, затронутой в тексте Е. Кореневского, потому что взаимоотношение между поколениями одна из главных причин, как дальше будет развиваться мир.

План анализа:

1. Фактические ошибки: автор текста - женщина, это видно по форме фамилии (1,4 предложения), «Недоросль» – это комедия в пяти действиях, а не рассказ;

2. Логические ошибки: отсутствуют;

3. Композиционные ошибки: отсутствуют;

4. Речевые ошибки: орфографические ошибки (1,6, 19 предложение), пунктуационные (6, 8, 10, 12, 18, 21 предложения), нарушена лексическая сочетаемость слова (6 предложение), неправильное употребление фразеологизма (13 предложение), неоправданные повторы (2-3 предложения).

5. Вид правки: правка-обработка с элементами правки-вычитки.

ТЕКСТ 2

1.Каждый человек понимает счастье **по разному**. 2.Но существует ли само понятие, как счастье вообще и достижимо ли оно для человека?3. Этой проблеме посвятила свой текст Н.Коршунова.

4.Чтобы привлечь внимание читателя, автор рассказывает о достаточно любопытном исследовании, проведенном психологами Робертом Мак-Крейем и Ричардом Дэвидсоном, подошедшие к данной проблеме с разных сторон. 5.Результаты исследований доказали, что уровень счастья у каждого человека остается неизменным **в течении** всей жизни, то есть в человеке с рождения заложена способность к счастью, которая **зависет** от его характера.

6.Точка зрения автора на рассматриваемую проблему определена ясно: "Уровень счастья" каждого человека "связан в основном с его личностью, а не с обстоятельствами жизни". 7.Н. Коршунова считает, что не случай решает счастливую жизнь, а склонность к счастью самого человека.

8.Я не раз задумывался о данной проблеме и приходил к выводам близким к позиции автора. 9.Счастливая жизнь, по мнению одного, не может быть такой с точки зрения другого человека, если оба имеют совершенно разные характеры.

10.Говоря о данной проблеме, невольно вспоминается один из величайших поэтов русской литературы, а именно М.Ю. Лермонтов. 11.Всё его творчество пронизано отчаянной безысходностью, грустью и одиночеством.12. Сложно поверить, что человека, написавшего такие

глубокие и меланхоличные по своей сути стихотворения может осчастливить какие-либо яркие моменты и благосклонные обстоятельства.

13.В противовес вышесказанному хочется рассказать о совершенно иной личности, а именно о Наташе Ростовой из романа-эпопеи "Война и Мир" Л.Н. Толстого. 14.Этот удивительный персонаж с оптимистическими взглядами умеет видеть жизнь яркой и радостной.15. Она действительно счастлива, и буквально заражает этим Андрея Болконского, переживавшего в тот момент духовный кризис.

16.В заключение надо отметить, что даже если есть люди, которые настроены на жизнь пессимистично, нельзя отчаянно ждать конца, а нужно искать духовного обновления и надеяться на истинное счастье, ведь быть может, все люди одинаково склонны к счастью, просто многие не замечают этого.

1. Фактические ошибки: отсутствуют;
2. Логические ошибки: отсутствуют;
3. Композиционные ошибки: отсутствуют;

4. Речевые ошибки: орфографические (1, 5 предложение), пунктуационные (1, 8 предложение), синтаксические – сложность в согласовании определений (12 предложение);

Вид правки: правка-вычитка.

ТЕКСТ 3

1.Бюрократизм, безответственность, бездействие... 2.К сожалению, эти проблемы вечны и, что самое ужасное, наиболее актуальны сейчас. 3.Я думаю, что именно наплевательскому отношению к работе, к людям, к обществу и посвящена статья Р. Рождественского.

4.Я целиком и полностью разделяю позицию автора: «Самый страшный и самый распространённый стереотип в нашей стране – это стереотип безответственности». 5.Вот именно: стереотип, привычка, ведь всё это уже давно никого не удивляет. 6.Кроме того, Рождественский говорит, что в этой ситуации виноваты все мы, а не только чиновники, которых так любят ругать.

7.Вспомним классику, хотя бы произведение Н.В. Гоголя «Мёртвые души». 8.Ведь там дело было даже не во власти, которая недосмотрела, допустила лазейку в законе. 9.*По сути дела* никого из помещиков особо не волновало, почему это Чичиков покупает у них вроде бы как уже умерших крестьян.10. Главное, что молодой авантюрист готов заплатить, а зачем они ему нужны, да какая разница!11. Спихватилась только Коробочка, да и то из-за страха продешевить.

12.Когда это было?13.Два века назад, а проблема осталась. 14.Прошёл ледяной дождь, и многие люди остались без света на долгое время.15. Некоторые районы Подмосковья даже встречали Новый год без света! 16.На дворе XXI век, и зима в России не впервые.

17.Всё в наших руках. Изменить ситуацию в лучшую сторону получится, только когда каждый из нас что-нибудь для этого сделает. 18.Не подумает, не скажет, не посетует, а именно осознает и сделает!

1. Фактические ошибки: отсутствуют;
2. Логические ошибки: отсутствуют;
3. Композиционные ошибки: отсутствие деления текста на композиционные блоки;
4. Речевые ошибки: пунктуационные (9 предложение);
5. Вид правки: правка-вычитка.

ТЕКСТ 4

- 1.Что такое дружба? 2.Я считаю основа дружбы — это доверие.
- 3.Дружить — значит свободно делиться тем, что важно для меня.

4.В данном тексте автор затрагивает проблему одиночества и дружбы. 5.Как и всё дорогое, дружбу вовсе **непросто преобрести**. 6.За неё можно заплатить лишь ответной дружбой. 7.Бывает так, что ты хочешь с кем-нибудь подружиться, но пройдёт очень много времени, прежде чем этот человек станет твоим другом. 8.Ведь завоевать дружбу сложно: о ней нужно заботиться.

- 9.Автор считает, что истинная дружба строится на любви.

10.Я согласен с мнением автора и хотел бы добавить, что дружба более уязвима чем любовь. 11.Ведь дружба **основанна** на доверии. 12.Если человек не может доверять другу, то всё — дружба разбита.

13.Примером ненастоящей, дружбы "от нечего делать" является дружба Онегина и Ленского.14. Абсолютной противоположностью является дружба Пьера Безухова и Андрея *Балконского*. 15.Людей, имеющих общие взгляды на жизнь.

16.**Взаключении** хочется пожелать всем людям быть хорошими друзьями. Ведь дружба огромная сила которой нужно дорожить и укреплять.

1.Фактические ошибки: неправильное написание фамилии героя произведения;

2. Логические ошибки: отсутствуют;

3. Композиционные ошибки: отсутствуют;

4. Речевые ошибки: орфографические (4, 11, 16 предложения), пунктуационные (2, 10, 13, 16 предложение) синтаксические, нарушение правил управления (16 предложение);

Вид правки: правка-вычитка.

ТЕКСТ 5

1.Вероятно, каждый человек соприкасался с разными формами искусства. 2.Искусство неразлучно идёт с человеком рука об руку.

3.В тексте В. Астафьев поднимает проблему влияния искусства на человека. 4.Как влияет искусство на человека?

5.Автор показывает, как в различных жизненных обстоятельствах полонез Огинского пробудил в герое совершенно разные чувства. 6.Этим писатель подводит к мысли, что искусство может воздействовать на человека абсолютно по-разному.

7.В. Астафьев считает, что искусство может вызвать целый спектр эмоций, чувств, мыслей, оказать влияние на человека.

8.Я согласен с позицией автора, ярким примером персонажа, занимавшегося искусством, является Шерлок Холмс Артура Конана Дойла.9.

Сыщик играл на скрипке, потому что игра помогала ему думать. 10.Я думаю, что в этом случае музыка не вызывала эмоций, а помогала привести в порядок мысли.

11.Также, большое действие на человека могут оказать боевые искусства. 12.Испокон веков люди, которые практикуют какой-либо из видов этих искусств, отличаются дисциплинированностью, некоторой философией.

13.Наверное в большинстве случаев параллельно с физическими качествами в таком человеке развивается и понимание правильного использования силы во благо, он не станет использовать её без веских причин.

14.Таким образом, хотелось бы сделать вывод: сложно представить человечество без искусства, оно играет довольно важную роль в жизни множества людей.

1. Фактические ошибки: отсутствуют;
2. Логические ошибки: отсутствуют ;
3. Композиционные ошибки: отсутствуют;
4. Речевые ошибки: пунктуационные (13, 11 предложение);
5. Вид правки: правка-обработка с элементами правки-вычитки.

Глава 3. Методические рекомендации

3.1. Диагностический эксперимент

Проанализируем несколько сочинений для определения наиболее характерных ошибок учащихся (порождение собственного текста).

ЗАДАНИЕ 1

Исходный текст

На задворках нашего села стояло на сваях длинное помещение из досок. Я первый раз в жизни здесь услышал музыку — скрипку. На ней играл Вася-поляк. О чём мне рассказывала музыка? О чём-то очень большом. На что же это жаловалась она, на кого гневалась? Тревожно и горько мне. Хочется заплакать, оттого что мне жалко самого себя, жалко тех, что спят непробудным сном на кладбище! Вася, не переставая играть, говорил: «Эту музыку написал человек, которого лишили самого дорогого. Если у человека нет матери, нет отца, но есть родина, он ещё не сирота. Всё проходит: любовь, сожаление о ней, горечь утрат, даже боль от ран, — но никогда не проходит и не гаснет тоска по родине. Эту музыку написал мой земляк Огинский. Написал на границе, прощаясь с родиной. Он посылал ей последний привет. Давно уже нет композитора на свете, но боль его, тоска его, любовь к родной земле, которую никто не может отнять, жива до сих пор».

— Спасибо вам, дяденька, — прошептал я.

— За что, мальчик?

— За то, что я не сирота.

Восторженными слезами благодарил я Васю, этот мир ночной, спящее село, а также спящий за ним лес. В эти минуты не было для меня зла. Мир был добр и одинок так же, как я. Во мне звучала музыка о неистребимой любви к родине! Енисей, не спящий даже ночью, молчаливое село за моей спиной, кузнечик, из последних сил работающий наперекор осени в крапиве,

отливающей металлом, — это была моя родина. Прошло много лет. И вот однажды в конце войны я стоял возле пушек в разрушенном польском городе. Кругом пахло гарью, пылью. И вдруг в доме, расположенном через улицу от меня, раздались звуки органа. Эта музыка разбредила воспоминания. Когда-то мне хотелось умереть от непонятной печали и восторга после того, как я послушал полонез Огинского. Но теперь та же музыка, которую я слушал в детстве, преломилась во мне и закаменела, особенно та её часть, от которой я плакал когда-то. Музыка так же, как и в ту далёкую ночь, хватала за горло, но не выжимала слёз, не прорастала жалостью. Она звала куда-то, заставляла что-нибудь делать, чтобы потухли эти пожары, чтобы люди не ютились в горящих развалинах, чтобы небо не подбрасывало взрывами. Музыка властвовала над оцепеневшим от горя городом, та самая музыка, которую, как вздох своей земли, хранил в сердце человек, никогда не выдавший родины и всю жизнь тосковавший о ней.

(По В. Астафьеву)

Сочинение

Вероятно, каждый человек соприкасался с разными формами искусства. Искусство неразлучно идёт с человеком рука об руку.

В тексте В. Астафьев поднимает проблему влияния искусства на человека. Как влияет искусство на человека?

Автор показывает, как в различных жизненных обстоятельствах полонез Огинского пробудил в герое совершенно разные чувства. Этим писатель подводит к мысли, что искусство может воздействовать на человека абсолютно по-разному.

В. Астафьев считает, что искусство может вызвать целый спектр эмоций, чувств, мыслей, оказать влияние на человека.

Я согласен с позицией автора, ярким примером персонажа, занимавшегося искусством, является Шерлок Холмс Артура Конана Дойла. Сыщик играл на скрипке, игра помогала ему думать. Я думаю, что в этом случае музыка не вызывала эмоций, а помогала привести в порядок мысли.

Также, большое действие на человека могут оказать боевые искусства. Испокон веков люди, которые практикуют какой-либо из видов этих искусств, отличаются дисциплинированностью, некоторой философией. Наверное в большинстве случаев параллельно с физическими качествами в таком человеке развивается и понимание правильного использования силы во благо, он не станет использовать её без веских причин. Таким образом, хотелось бы сделать вывод: сложно представить человечество без искусства, оно играет довольно важную роль в жизни множества людей.

Комментарий к сочинению: Автор данного сочинения не совершил орфографических, речевых и языковых ошибок, но в данном тексте присутствуют пунктуационные ошибки. Проблема исходного текста сформулирована верно, без искажений исходного текста. Выбран неудачный комментарий - прочитав его, мы не приблизились к пониманию того, в чём заключена проблема исходного текста. Позиция автора исходного текста отражена верно. Выражение точки зрения и первый аргумент соединены в одно предложение, что привело к невнятному изложению своей точки зрения ученика. Второй аргумент вообще не имеет отношения к пониманию и интерпретации проблемы исходного текста. Работа не имеет целостности, связности, приведенные аргументы уводят в сторону от понимания проблемы исходного текста, автору не удалось воплотить целостного замысла.

ЗАДАНИЕ 2

Исходный текст

В редакции мне сказали: поскольку вы всё равно едете в деревню и будете там некоторое время жить, поинтересуйтесь, пожалуйста, телевизором. Я обещал. Было у меня, конечно, и некоторое своё отношение к телевизору. Я тотчас вспомнил свой разговор с одним английским фермером, гостеприимством которого я однажды воспользовался. Он назвал тогда телевизор бедствием, в особенности для молодых его дочерей.

— Телевизор вырабатывает пассивность! — горячился фермер. — Вы только подумайте, мои дочери, вместо того чтобы упражняться на скрипке

или фортепиано, вместо того чтобы читать и развивать своё воображение, вместо того чтобы коллекционировать бабочек или лекарственные травы, вместо того чтобы вышивать, сидят целыми вечерами, уставившись в это серое пятно. Время проходит, всем кажется, что все заняты делом или, по крайней мере, умело используют досуг. Но потом серое пятно гаснет и — всё. Пустота. Ничего не осталось, ничего не прибавилось: ни умения играть на скрипке, ни умения кататься верхом...

Считая, что в формировании грядущих поколений телевизоры играют не первую роль, я всё же однажды написал статью «Творец или зритель?» в том смысле, что если раньше в деревне пели сами, то теперь только слушают, как поют, если раньше плясали сами, то теперь только смотрят, как пляшут, и так далее, то есть вырабатывается постепенно потребительское отношение к искусству вместо активного, живого, творческого.

Теперь же предстояло поинтересоваться, как потребляют, что потребляют и каковы пожелания в области потребления.

С такими-то данными и с вопросником в кармане я оглянулся вокруг, встав посреди нашей деревни. В ней сейчас тридцать три дома. Над одиннадцатью крышами поднимаются антенны. Первый телевизор куплен в 1959 году, последний — неделю назад.

Оказалось, что по степени интереса на первом месте стоит кино. Затем постановки, то есть спектакли. На третьем месте — футбол, «Клуб путешественников», пение, концерты, «Огонёк».

Интересно, что, так сказать, наименьшее количество очков, а именно по круглому нулю, получили, с одной стороны, симфоническая и всякая оркестровая музыка и даже опера, а с другой стороны, беседы по агротехнике и вообще специальные сельскохозяйственные передачи. Над этим стоит задуматься. Представьте себе передачу об основах стихосложения. Думаете, её стали бы слушать и смотреть поэты? Отнюдь. Она была бы интереснее всем непоэтам, желающим коснуться тайны чуждой профессии. Так и рассказ об уборке чая или культивации почвы интереснее городскому человеку.

(По В. Солоухину)

Сочинение

В наше время все больше и больше людей становятся «потребителями». Они не хотят ничего создавать, чему-то учиться, они хотят лишь только пользоваться дарами чужого труда.

В. Солоухин поднимает проблему потребительского отношения к труду.

Я думаю, эта проблема становится актуальней с каждым днем. Многие не обладают какой-то поистине великой целью в жизни, поэтому их мечта ограничивается тем, что бы ничего не делать и получать все, что нужно для роскошной жизни.

Автор считает, что бесконечный поток готовой информации вырабатывает пассивность. Таким образом получается, что люди тратят время впустую, вместо того чтобы использовать его на развитие, обучение чему-либо.

Я согласен с мнением автора, на мой взгляд, жизнь потребителя нельзя назвать полноценной, они не понимают, каких удовольствий лишают себя, даже если обладание материальными благами так важно для кого-то, значительно приятней осознавать, что ты добился и создал все это своими руками. Ярким примером персонажа, не желавшего созидать, является Манилов из произведения «Мертвые души» Н.В. Гоголя. Он только и может что мечтать, обсуждать что-то, он не способен принимать какие-либо решения, не говоря уже о совершении действий.

В повседневной жизни можно привести в пример использование разнообразных гаджетов молодежью. По моему мнению, какая-то польза в них все-таки есть: иногда полезно отдохнуть, развлечься, но на деле это переходит все границы. Вместо того, чтобы получать образование подростки прямо на уроках играют, слушают музыку. Зачем учиться? Это ведь не так просто, как включить телефон и получить удовольствие от игры.

Хотелось бы сделать вывод: для яркой и настоящей жизни человек должен обладать желанием творить, а не только получать удовольствие.

Комментарий: Автор сочинения допустил орфографические, пунктуационные, языковые и речевые ошибки. Кроме того, проблема исходного текста сформулирована ошибочно. Складывается впечатление, что работа написана по другому исходному тексту. Получается, что экзаменуемый предлагает трактовку содержания текста, которую принять невозможно, поскольку автор работы сконцентрировался на том, о чём Вл. Солоухин не писал. Как результат неверно понятой проблемы текста - комментарий не имеет прямого отношения к проблемам исходного текста. Позиция автора исходного текста отражена верно, но комментарий не имеет отношения в двум предыдущим абзацам. В тексте выражено не отношение к позиции автора, а отношение к проблемам, обсуждаемым ранее. В сочинении нарушена целостность работы и логика изложения материала. Фактологическая точность соблюдена.

ЗАДАНИЕ 3

Исходный текст

Недавно прочитал в журнале статью своего коллеги. Говоря о нашем обществе, о наших многочисленных проблемах, он порадовался, что нынешние россияне освободились от предрассудков, от ханжества, которое так мешало нам раньше. Вот тут, мне кажется, нужно кое-что уточнить. Что понимается под предрассудками? Если понимать под предрассудками суеверия, ничем не оправданные предубеждения, то, конечно, такие предрассудки достойны осуждения. Но вот Пушкин пишет в письме Чаадаеву: «...я далеко не восторгаюсь всем, что вижу вокруг себя; ...как человек с предрассудками – я оскорблён...» И, согласитесь, вряд ли он имеет в виду суеверия, чёрных кошек и «пережитки прошлого». *Предрассудки* у него – это не нечто нелепое, отжившее. В данном случае Пушкин говорит о том, что «включается» *перед рассудком*. До него. Раньше него. О том, что живёт в сознании человека всегда, что составляет его эмоциональную и подсознательную память, что заложено в него прошлым, что не зависит от воли. И что же это за *предрассудки*? Да всё те же понятия допустимого и

недопустимого, возможного и невозможного, справедливого и несправедливого, благородного и бесчестного. Рассудочное, оценочное осмысление происходящего наступит потом, и кто знает, какими выводами и умозаключениями оно закончится. Но *предрассудок* уже сработал, уже настроил человека определённым образом, и нельзя не принимать его во внимание. Теперь о ханжестве. В любом толковом словаре пишут, что ханжа – это «лицемер, прикрывающийся добродетельностью и набожностью». Всё так, и ханжество – штука действительно неприятная, но... Нам-то сегодня о ханжестве только мечтать можно! Нам ещё до него добраться нужно! Нам ещё дожить надо до времён, когда у нас чиновники и просто граждане смогут выговаривать нужные высокие слова, понимая их смысл. Ханжа хоть и не всегда, но должен совершать действия в соответствии с теми высокими понятиями, которые его вынуждают провозглашать общественное мнение. А вот ждать благородных дел и честных решений от человека, убеждённого, что благородных помыслов и честности не существует в природе, просто бесполезно. Нет, с ханжой ещё можно ужиться, а вот с откровенным и принципиальным «сверхчеловеком», человеком без предрассудков... На Западе разбогатевший человек обязательно занимается благотворительностью. Не потому, что он такой святой. А потому, что пусть попробует не заняться! Нет, уголовно его преследовать не будут, а вот изгоем, не допускаемым в приличное общество, обязательно сделают. Вот о чём речь. Как нам ввести в нашу жизнь высокие понятия долга и чести, совести и служения народу. Чтобы, борясь с ханжеством, не впасть в дикость.

(По И. Серкову)

Сочинение

Текст И. Серкова, прочитанный мною, очень интересный. В нём автор пытается ответить на вопросы: "Что хуже ханжество или цинизм? С чем нужно бороться в первую очередь?" Размышляя над актуальной во все времена проблемой ханжества, И.Серков говорит о том, что современное общество избавилось от предрассудков и в то же в то же время перестало

ценить такие понятия как честь, долг и совесть. Автор считает, что ханжа, хоть и не всегда, вынужден совершать благородные поступки, а от циника не стоит ждать хотя бы подобия благородства, поэтому прежде всего нужно противостоять цинизму. Я полностью разделяю позицию автора данного текста. Ханжество и цинизм связаны между собой. И человеку, которому присущи эти качества, будет не легко находиться в окружении общества, так как в нём будут презирать лицемерие и нигилизм. Ярким примером этому может служить пьеса А.Н.Островского "Гроза", в которой автор в качестве ханжи описывает Кабаниху. Богатая калиновская купчиха всё делает "под видом благочестия". Внешне она очень набожна. Однако, как замечает Кулигин, Кабаниха нищих оделяет, а домашних заела совсем. ну и так дал ее... Таким образом, давая оценку образу Кабанихи, можно понять, как взаимные отношения самодурства и цинизма могут довести до самых трагических последствий.

Комментарии: Автор данного текста допустил орфографические, пунктуационные, языковые и речевые ошибки. Проблема исходного текста сформулирована верно. В тексте отсутствует абзацное членение, что не позволяет однозначно определить, какая его часть является комментарием к проблеме, а какая – выражением позиции автора. Позиция автора исходного текста отражена верно. Отсутствует второй аргумент. Предлагаемый автором сочинения вывод логически не связан с предыдущим текстом. Сочинение написано понятно, связно и последовательно, но в нём нет абзацного членения, имеются логические ошибки. Мысли формулируются точно и ясно.

ЗАДАНИЕ 4

Исходный текст

Воспалённое состояние Поли, а главное, её сбивчивая, двусмысленная речь — всё подсказывало худшие догадки, много страшнее, чем даже плен Родиона или его смертельное ранение.

— Да нет же, тут другое совсем, — содрогнулась Поля и, отвернувшись к стенке, вынула из-под подушки смятый, зачитанный треугольничек.

Впоследствии Варя стыдилась своих начальных предположений. Хотя редкие транзитные эшелоны не задерживались в Москве, но вокзалы находились поблизости, и Родиону был известен Полин адрес. Конечно, командование могло и не разрешить солдату отлучки из эшелона в Благовещенский тупичок, тогда почему же хоть открытки не черкнул своей-то, любимой-то, проездом в действующую армию?..

Итак, это была первая фронтовая весточка с более чем двухнедельным запозданием. Во всяком случае, сейчас выяснится, с какими мыслями он отправлялся на войну. Варя нетерпеливо развернула листок, весь проткнутый карандашом, — видно, писалось на колене. Пришлось к лампе подойти, чтобы разобрать тусклые, полузаконченные строки.

Варя сразу наткнулась на главное место.

"Пожалуй, единственная причина, дорогая моя, почему молчал всё это время, — негде было пристроиться, — кратко, с неожиданной полнотой и прямолинейно, как на исповеди, писал Родион. — Мы всё отступаем пока, день и ночь отступаем, занимаем более выгодные оборонительные рубежи, как говорится в сводках. Я очень болел к тому же, да и теперь не совсем ещё оправился: хуже любой контузии моя болезнь. Самое горькое — то, что сам я вполне здоров, весь целый, нет пока на мне ни единой царапины. Сожги это письмо, тебе одной на всём свенте могу я рассказать про это, — Варя перевернула страничку.

Происшествие случилось в одной русской деревне, которую наша часть проходила в отступлении. Я шёл последним в роте... а может, и во всей армии последним. Перед нами на дороге встала местная девочка лет девяти, совсем ребёнок, видимо, на школьной скамье приученная любить Красную Армию... Конечно, она не очень разбиралась в стратегической обстановке. Она подбежала к нам с полевыми цветами, и, так случилось, они достались мне. У неё были такие пытливые, вопросительные глаза — на солнце полуденное в тысячу раз легче глядеть, но я заставил себя взять букетик, потому что я не трус, матерью моей клянусь тебе, Поленька, что я не трус. Зажмурился, а

принял у неё, покидаемой на милость врага... С тех пор держу тот засохший веничек постоянно при себе, на теле моём, словно огонь за пазухой ношу, велю его в могилу положить на себя, если что случится. Я-то думал, семь раз кровью обольюсь, прежде чем мужчиной стану, а вот как оно происходит, всухую... и это купель зрелости! Дальше две строчки попались вовсе неразборчивые. —И не знаю, Поленька, хватит ли всей моей жизни тот подарок оплатить..."

—Да, он очень вырос, твой Родион, ты права... — складывая письмо, сказала Варя, потому что при подобном строе мыслей вряд ли этот солдат оказался бы способен на какой-либо предосудительный поступок.

Обнявшись, подружки слушали шелест дождя и редкие, затухшие гудки автомашин. Темой беседы служили события истёкшего дня: открывшаяся на центральной площади выставка трофейных самолётов, незасыпанная воронка на улице Весёлых, как они уже привыкли её называть в обиходе между собой, Гастелло, чей самозабвенный подвиг прогремел в те дни на всю страну.

(Л. Леонов)

Сочинение

Это отрывок, из произведения русского писателя и общественного деятеля Леонида Максимовича Леонова. Он поднимает проблему, как девушка читала письмо с фронта. Это было письмо от её любимого. Он писал его на коленке потому, что на фронте у него не было других условий. К тому-же он болел.

Однажды, в деревне произошёл случай, который парень описал в письме. А ему было стыдно отступить. Ему девочка подарила цветы, и он их хранил запазухой.

Я согласен с автором текста. Это было тяжелое время. А девушка обижалась, что солдат ей не пишет. О войне написано много книг. Мне нравится стихотворение "Жди меня" К. Симонова. Женщинам тоже было тяжело во время войны. Особено на фронте. Это описал Б. Васильев в своём фильме "А зори здесь тихие".

А подруга сказала героине, что её друг очень вырос. Из письма было понятно, что он "вряд ли способен на какой-либо придусудительный поступок".

Комментарий: В данном сочинении допущены все виды ошибок, не сформулирована, не прокомментирована проблема исходного текста, не отражена позиция автора. Учащийся сформулировал проблему, не прокомментировал отношение к ней писателя, и заявил формально о своем согласии с автором исходного текста.. Он привёл два примера произведений о войне, но подобрал их по сходству темы, а не проблемы. Допущены фактические неточности. Язык работы беден. Ни точностью, ни выразительностью не отличается.

Таким образом, в приведенных выше примерах сочинений наиболее частотными являются ошибки:

- орфографические;
- пунктуационные.

Данные виды ошибок требуют правки-вычитки.

- композиционные.

Данный вид ошибок требует исправления логической структуры текста.

- ошибки, связанные с неумением учащихся формулировать, аргументировать и комментировать проблему автора исходного текста.

Эти ошибки требуют коррекции тезисно-аргументативной организации текста.

- речевые ошибки.

Данный вид ошибок требует правки-обработки.

3.2 Обучающий эксперимент

3.2.1 Тексты туристического дискурса

ЗАДАНИЕ 1

Ознакомьтесь с текстом, обозначьте дефекты и выполните правку-обработку.

ЮГ ТЕНЕРИФЕ

На юго-западе Тенерифе расположен один из самых популярных и престижных курортов Европы – Коста-Адехе. Именно здесь сосредоточены самые современные гостиничные комплексы. Туристы, стремящиеся отдохнуть у моря в комфортной и спокойной обстановке, без сомнения, оценят развитую инфраструктуру и высокий уровень сервиса Коста-Адехе. Экскурсии, посещение выставок и музеев, покупки в престижных торговых центрах и уютных магазинчиках сделают пребывание в Коста-Адехе не только приятным, но и очень насыщенным. Любители активного отдыха получают массу впечатлений от укрощения волн на серфе, скольжения по волнам под парусом, от бешеной скорости водных мотоциклов и полета на парашюте. Поклонникам подводного плавания во всей красе откроется дно Атлантического океана с его богатой подводной флорой и фауной. А для любителей вечерних развлечений откроют свои двери различные рестораны, дискотеки, казино и концертные залы.

ЗАДАНИЕ 2

Ознакомьтесь с текстом. Выполните правку-вычитку и логическую правку текста. Что, на ваш взгляд, отсутствует в данном тексте.

Гран-Канария - остров, где круглый год светит солнце, а жизнь не замирает ни на минуту, где можно отлично провести время с друзьями или насладиться отдыхом с детьми, где вас ждут казино и торговые центры, SPA и салоны красоты, яхт-клубы и центры занятий водными видами спорта. Остров, манящий золотистыми песками пляжей, завораживающий красотой пейзажей, поражающий контрастами, изумляющий неожиданными открытиями и подкупающий своим гостеприимством.

ЗАДАНИЕ 3

Ознакомьтесь с текстом. Составьте логико-композиционную схему текста. Выполните правку-обработку.

Клубный сезон царит на Ибике с начала июня по конец сентября, а с октября по май курорты острова – отличное место для путешественников,

предпочитающих спокойный отдых под ярким средиземноморским солнцем. Ибица – самый шумный, молодежный и тусовочный курорт Средиземного моря. Остров славится на весь мир ночными клубами и дискотеками, вечеринками со знаменитостями, отличными пляжами и великолепными отелями. Юг острова и столица – Сан-Антонио – главные центры бурной ночной жизни, а север Ибицы подходит для романтического уединения или отдыха с детьми.

ЗАДАНИЕ 4

Ознакомьтесь с текстом. Проведите анализ смысловой структуры, устраните лексические и смысловые повторы. Выполните правку-сокращение. Проанализируйте фактический материал.

Лансароте – один из самых красивых островов Канарского архипелага, он славится уникальными вулканическими ландшафтами. Потрясающие воображение разноцветные вулканические конусы, поля застывшей лавы Лансароте привлекают на остров любителей необычной природы и ярких фотографий. При этом остров обладает отличной туристической инфраструктурой, туристы найдут здесь и шумные курорты с казино, и прекрасные чистые пляжи, и великолепную спортивную базу для занятий водными видами спорта.

Пуэрто-дель-Кармен – главный курорт Лансароте, здесь множество апартаментов на любой вкус, есть отели, шумные кафе и бары, а также дискотеки, которые закрываются позже всех на острове. Любителям бурной ночной жизни лучше всего останавливаться именно на этом курорте Лансароте. На главной улице Авенида де лас Плайас находятся не только магазины и рестораны, но и единственное на острове казино. Пляжи Пуэрто-дель-Кармен занимают более 6 км побережья, три из них удостоились Голубого флага. Курорт расположен в центральной части острова на восточном побережье, всего в 10 минутах езды от аэропорта Арресифе.

Курорт Коста-Тегисе – настоящий рай для вин серферов и кай теров, расположен на восточном побережье острова Лансароте. Четыре больших

пляжа Коста-Тегисе идеально подходят для любителей водных видов спорта, а на Плайя-де-Кучерас в июне проходит подготовка к чемпионату мира по виндсерфингу.

Тегисе был построен специально для приема туристов, так что его инфраструктура прекрасно развита. Даже рыбацкая деревня, расположенная в центре городка, выстроена специально по проекту архитектора Сезара Манрике. Это второй по величине курорт острова. Множество баров, ресторанов и кафе помогут отдохнуть после дня, полного солнца, моря и ветра.

Плайя-Бланка – современный курорт, расположен на самом юге острова Лансароте. Отлично подходит для семейного и спокойного отдыха. Прекрасная планировка курорта позволяет отдохнуть в тишине даже в пик сезона. Отличные дикие пляжи с белым песком привлекают на Плайя-Бланка молодых туристов.

ЗАДАНИЕ 5

Ознакомьтесь с текстом. Придумайте заголовок. Составьте логико-композиционную схему текста и выполните правку-сокращение.

Фуэртевентура – великолепный остров, где вас ждет идеальный отдых на одних из самых лучших пляжей Европы. Рельеф Фуэртевентуры нетипичен для Канарских островов – здесь нет высоких гор, и большая часть территории занята пологими песчаными равнинами. Из-за близости к Африке на острове множество дюн и отличных пляжей. На Фуэртевентуре можно отдыхать как в крупных курортах с отличной инфраструктурой, так и в тихих поселках, где часами можно гулять по пустынным пляжам. Калета-де-Фусте – один из самых крупных курортов на Фуэртевентуре. Естественный песчаный пляж здесь всего один, но он хорошо защищен от ветра и волн, так что подходит и для купания с детьми. В небольших лагунах есть также пляжи с насыпным песком, но само побережье курорта каменистое. Больше всего в Калета-де-Фусте понравится молодежи – здесь есть, чем заняться дайверам, любителям виндсерфинга, а по вечерам можно

отправиться в бары с живой музыкой, боулинг или даже посмотреть актуальный блокбастер в многозальном кинотеатре.

Калета-де-Фусте находится на восточном побережье острова, совсем рядом с аэропортом. Всего за 15 минут туристы смогут добраться из воздушного порта до своих гостиниц самых разных категории: от недорогих апартаментов до роскошных сетевых «пятизвездочников».

Хандия – самый южный полуостров Фуэртевентуры с гористым ландшафтом и потрясающими длинными белопесчаными пляжами. Самый большой пляж Хандии растянулся на 30 километров! Курорт отлично подходит любителям водных видов спорта, особенно поклонникам виндсерфинга, а также тем, кто любит уединенный отдых. От международного аэропорта Фуэртевентуры до отелей Хандии можно добраться за час с небольшим.

ЗАДАНИЕ 6

Ознакомьтесь с текстом, исправьте грамматические и другие ошибки. Выполните правку-переделку.

Сочи – современная столица русского юга, главный город-курорт Краснодарского края. Новая инфраструктура, большой выбор качественных отелей, в том числе и всемирно известных мировых брендов, масштабные спортивные сооружения возведенные к Олимпиаде-2014, привлекают на курорт десятки тысяч туристов. В Сочи вы найдете не только отличную культурно-развлекательную программу, но и прекрасные возможности для проведения деловых встреч и конференций.

Город-курорт Сочи и соседние курортные поселки – Мацеста, Красная Поляна, Дагомыс, Адлер, Хоста – входят в состав так называемого «Большого Сочи».

Горнолыжные курорты Сочи: Красная Поляна, Роза Хутор, Газпром и Горки Город предоставляют туристам великолепную возможность попробовать себя на олимпийских трассах и получить удовольствие от катания по отличному снегу. Ведь мягкий климат и влажный морской воздух

обеспечивает склоны прекрасной погодой и большим количеством «пухляка». Развитая инфраструктура позволяет весело провести отпуск с семьей или большой компанией друзей. Здесь вы найдете более 100 км трасс разного уровня сложности, 39 подъемников, сно-у-парки, вечернее катание, горнолыжные школы и прокат всего необходимого снаряжения.

ЗАДАНИЕ 7

Выполните правку-вычитку данного текста.

АНАПА - один из самых известных бальнеологических курортов Краснодарского края, расположен в красивой неглубокой бухте. Вода здесь прекрасно прогревается с мая по октябрь, поэтому Анапа - излюбленное место для отдыха с детьми. Здесь большое количество санаторий, работает круглый год, а также пансионатов, домов отдыха и гостиниц.

Анапа - не только пляжный курорт, но и город с древнейшей историей, начавшейся еще в эпоху античности. Город завоевывали генуэзцы, татары, турки, а в Великую Отечественную войну он оказал такое упорное сопротивление немецким войскам, что ему было присвоено звание «Город герой».

ЗАДАНИЕ 8

Обозначьте нарушения в логико-композиционной структуре текста.

Выполните правку-переделку. Придумайте заголовок.

Туристам будет интересно посмотреть на уникальный Морской музей, восстановленный исторический квартал Рыбная деревня, готический Кафедральный собор, где находится усыпальница Иммануила Канта. Калининград – самый западный областной центр России, расположен при впадении реки Преголи в Калининградский залив. Крупный транспортный центр, Калининград располагает собственным международным аэропортом Храброво, железнодорожным и автобусным вокзалами, речным и морским портами. Здесь же расположен штаб Балтийского флота ВМФ России. Чтобы искупаться в море, жители города и туристы отправляются в

приморские курортные городки Зеленоградск или Светлогорск. Добраться до них можно за один час на автобусе, электричке или такси. В Зеленоградске начинается знаменитая Куршская коса – старейший национальный парк-заповедник России, который тянется 98 километров до города Клайпеда в Литве.

Разница во времени с Москвой составляет минус один час. Несмотря на то, что Калининград находится совсем рядом с Балтикой, у самого города выхода к морю нет.

3.2.2 Тексты образовательного дискурса

ЗАДАНИЕ 1

Ознакомьтесь с текстом, обозначьте дефекты, выделите в тексте абзацы, выполните правку-обработку.

Однажды, в возрасте пяти лет, меня на некоторое время увезли из родного дома. После очередной ссоры и временного расставания отец и мать уехали мириться в Париж, оставив меня и моего старшего брата в Стамбуле. Брат остался в Нишанташи, в родовом доме семейства Памуков, с бабушкой и прочими родственниками, а меня отправили в Джихангир к тете (маминой сестре). В этом доме, обитатели которого встретили меня любовью и улыбками, на стене в белой рамке висел небольшой детский портрет. Время от времени тетя или ее муж, показывая на него, с улыбкой говорили мне: «Посмотри-ка, это ведь ты!». Симпатичный большеглазый мальчик, изображенный на рисунке, действительно был немного похож на меня, и на голове у него была точь-в-точь одна из тех кепок, в которых я выходил на улицу. И все же я понимал, что это не совсем мой портрет. (В действительности это была репродукция европейского рисунка, изображающего «хорошего мальчика» в стиле китч.) Я все думал, не может ли это быть какой-то другой Орхан, живущий в другом доме?

ЗАДАНИЕ 2

Ознакомьтесь с текстом, выполните правку-обработку.

Утром мы с ребятами отправились на речку. Солнце уже осветило дальний лес и речку с низкими берегами. С лугов ветер доносил сладкий запах цветов и жужжание пчёл. Они спешили собрать медовый урожай. Мы пришли на речку. И вдруг огромная лиловая туча появилась на горизонте. Она быстро приближалась из-за леса. Тревожно зашевелились, зашептались листья кустарников. Слегка повеяло сыростью. Становилось всё темнее. Замолкли птицы. Резкие порывы ветра зарябили воду в реке и погнали листья. Хлынул проливной дождь. Мы побежали домой, но вымокли до нитки. Мы так и не успели поигать у речки.

ЗАДАНИЕ 3

Ознакомьтесь с текстом. Какие композиционные блоки, на ваш взгляд, отсутствуют в данном тексте?

ИНДОНЕЗИЯ

Экзотические пляжи Индонезии радуют своим разнообразием. Здесь вы найдете и классические пляжи «баунти» с белоснежным песком и кокосовыми пальмами, места для пляжных тусовок, где всегда звучит музыка и собираются веселые компании, и чудесные пляжи с черным вулканическим песком, чья прибрежная полоса, словно зеркало, отражает облака, солнце и счастливых людей.

ЗАДАНИЕ 4

Ознакомьтесь с текстом. Выполните правку-вычитку.

Эсто́ния (эст. Eesti), официальное название — Эсто́нская Респу́блика (эст. Eesti Vabariik) — государство, расположенное в Северной Европе, на восточном побережье Балтийского моря, омываемое водами Финского и Рижского разлива. На востоке граничит с Россией (протяжённость границы 294 км), на юге с Латвией (339 км). На севере, в Финском заливе, проходит морская граница с Финляндией. На севере и западе омывается водами

Балтийского моря. Является членом Европейского союза, Евразон, НАТО и участницей Шенгенского соглашения.

ЗАДАНИЕ 5

Ознакомьтесь с текстом, придумайте название. Какие виды ошибок допущены в данном тексте? Выполните правку-вычитку.

КРЫМ

С античных времён за полуостровом закрепилось название Таврика (греч. Ταυρικῆ), произошедшее от имени древнейших племён тавров, населявших южную часть Крыма. Современное название «Крым» стало широко использоваться только после XIII века, предположительно по названию города «Къырым», который после захвата Северного Причерноморья монголами являлся резиденцией наместника хана Золотой Орды. Возможно также, что название «Крым» произошло от Перекопского перешейка (русское слово «перекоп» — это перевод тюркского слова «qırım», которое означает «ров»). В период существования генуэзских колоний Крыма (1266—1475), ввиду большого числа армян, составлявших к 1400 году 2/3 числа всех жителей владений Генуэзской республики в Крыму, полуостров в источниках того времени стали именовать Морской Арменией (Armenia Maritime) или Большой Арменией (Armenia Magna)

ЗАДАНИЕ 6

Ознакомьтесь с текстом, составьте логико-композиционную схему, выполните правку-переделку.

Италию населяет замечательный народ, известный своим горячим южным темпераментом, открытостью, радушием, удивительной общительностью, непринужденностью и гостеприимством. Кто то метко подметил что каждый итальянец – это «театр одного актера», подразумевая, что жителям страны присущи индивидуальность, свободный стиль в одежде, неповторимая жестикуляция, эмоциональность. Кажется, что итальянцы абсолютно свободны и делают только то, что им нравится. И стоит ли удивляться, что сюда, на юг Европы, туристов притягивает словно магнитом.

Для путешественников в Италии есть всё, что только душа пожелает: обилие интересных мест, отличные пляжи, великолепные трассы, разнообразная и бесподобно вкусная кухня. Одним словом, добро пожаловать! Италия – удивительная страна, в которой переплелись история и современность, различные эпохи и богатое культурное наследие, традиции и самобытность. Памятники старины времен Рима, очаровывающая романтика Венеции, холмистая панорама Токсаны, южные склоны Альп, чудесная природа, солнце, море, воздух – всё это Италия! Имеющая уникальное географическое расположение в центральной части Средиземноморья, она стала колыбелью европейской цивилизации. Здесь, на Апеннинах, зародилась древняя Римская империя, давшая миру знаменитых ученых, талантливых художников и самое большое число достопримечательностей, составивших золотой фонд Всемирного наследия ЮНЕСКО.

ЗАДАНИЕ 7

Выполните правку-вычитку.

Испания — красочная, жизнерадостная, солнечная страна, расположенная на юго-западе Европы. Она занимает примерно 85% территории Пиренейского полуострова, а также Балеарские и Питиузские острова в Средиземном море и Канарские острова в Атлантическом океане. В Испании находится множество городов, история которых насчитывает не одно тысячелетие, произведений архитектурного искусства и чистых пляжей, что привлекает сюда, на эту благодатную землю путешественников из разных уголков мира. Высоты Пиренеев, Сьерра-Морена и Андалусских гор не оставляют равнодушными любителей активного отдыха: горнолыжные курорты с оборудованными трассами и великолепными пейзажами каждый год принимают сотни и тысячи отдыхающих. Страну фламенко и корриды, как ее еще называют, ежегодно посещает в среднем 30 млн туристов. Настоящим раем для пляжного отдыха можно назвать Канарские и Блеарские острова.

ЗАДАНИЕ 8

Ознакомьтесь с текстом. Какие логико-композиционные ошибки допущены в данном тексте? Выполните правку-сокращение.

Египет — государство в Северной Африке и на Синайском полуострове Азии, занимает 1 млн км² суши, а его население в основном сосредоточено по берегам Нила. Это страна морских курортов и древних достопримечательностей, пользуется особой любовью несмотря на все неурядицы, которые время от времени ее потрясают. Долгая и славная история Египта будоражит воображение современного мира. Древняя империя, процветавшая с 3200 г. до н. э. почти до появления христианства, была одной из величайших мировых цивилизаций. С начала XIX в., после того как Наполеон послал своих офицеров на разведку прибрежных территорий и получил первые рисунки наполовину занесенных песком статуй и колонн, интерес западного мира к Египту оставался неизменным. В 1922 г., когда Говард Картер заглянул в пыльную гробницу Тутанхамона и, по его словам, «увидел чудеса», он подтвердил неисчислимые богатства фараонов, а несколько месяцев спустя, после внезапной смерти спонсора раскопок лорда Карнарвона, общественное мнение было однозначным: люди считали виновным в этом проклятие, наложенное на мумию фараона. В наши дни псевдонаучные теории о происхождении и предназначении пирамид наполняют полки книжных магазинов и документальные телеканалы. Интерес к Египту и всему египетскому кажется неистощимым.

Тексты в образовательном дискурсе

2). Обучающая часть. Перед написанием сочинения учащимся предлагается ознакомиться с планом написания сочинения: 1. Введение 2. Постановка проблемы 3. Комментарий к проблеме 4. Позиция автора 5. Собственная позиция 6. Литературное доказательство 7. Доказательство из

жизни, личного опыта 8. Заключение. Для того, чтобы учащиеся эффективнее усвоили композицию сочинению, предлагаем ввести в сочинение фразы-клише.

Для введения:

1.(Тема, сформулированная в риторическом вопросе, вопросах). Эти вопросы всегда волновали человечество...., автор размышляет в своей статье

2. Начать с цитаты, в которой заключена главная мысль текста. (Прием «Ниточка») «(Высказывание),» — так начинается статья... Уже в первом предложении чётко выражена главная тема текста. О... много говорили и писали. Важность этой темы трудно переоценить: далеко не все люди понимают ... (Определить проблему в виде вопроса).

3. (Риторический вопрос). Этот вопрос встаёт перед каждым новым поколением, потому что человек не желает довольствоваться старыми ответами и стремится найти свою правду.

4. Люди часто размышляют о том, что ...

5. «...», — в этих словах, как мне кажется, выражается главная мысль текста Давайте задумаемся над смыслом этой как будто бы «хрестоматийной» и всем понятной фразы? (Вопросы. Затем нужно раскрыть сложность поставленных вопросов). Если спросить любого из нас ..., то наверное, мы ответим на этот вопрос утвердительно. Мы знаем, что...

Для формулировки проблемы) исходного текста:

1.В предложенном для анализа тексте автор затрагивает проблему...

2. В данном тексте автора волнует проблема...

3.Данный текст посвящён теме...

4.Проблема, которую хотел показать нам автор, такова...

5.Проблема, которую рассматривает автор, заключается в том, что...

8.Текст {указываем автора} заставил меня задуматься над проблемой...

Для комментирования проблемы:

1.Вопрос о ... (проблема) никого не может оставить равнодушным, он в большей или меньшей степени касается каждого из нас;

2.Рассуждая над проблемой автор обращается (пример и содержание текста)...

Для отражения позиции автора:

1. Позиция автора заключается в том, что...
2. Мне кажется, точка зрения автора выражена довольно чётко. Она заключается в ...
3. По мнению автора, ...
4. Основная мысль текста заключается в том, что...
5. Хотя позиция автора не выражена явно, логика текста убеждает читателя в том, что...

Для выражения своего мнения:

1. Я разделяю (не разделяю) точку зрения автора на проблему ...
2. Я придерживаюсь (не придерживаюсь) того же мнения на проблему ..., что и автор.
3. Я согласна (не согласна) с автором в том, что ...
4. Трудно (нельзя) не согласиться с автором текста в том, что ...

Для аргументации собственной позиции:

1. С использованием жизненного опыта:

- 1.1. Как часто приходится сталкиваться с ...
- 1.2. Разве не стали обычными (нормой жизни) такие явления, как ...?
- 1.3. Кто из нас не наблюдал, не оказывался свидетелем) того, как ...

2. Из читательского опыта

1. Данная проблема волновала многих великих русских писателей, в частности ...
2. Особенно остро эта проблема поставлена в произведениях ...
3. Злободневность темы, затронутой автором, доказывает и то, что русские писатели в своих произведениях обращались к ней.

Для заключения:

1. Автор хочет, чтобы... И это стремление определяет глубину и силу авторского воззвания.
2. Прочитав текст, понимаешь, что цель автора заключалась ... Автор стремился убедить нас в том, что сегодня, когда ... , важно помнить о том, что ...

3.Итоговая часть

После обучения редактированию собственных сочинений дети научились:

- формулировать тему, проблему, позицию автора исходного текста;
- развернуто комментировать проблему автора исходного текста;
- четко делить текст сочинения на композиционные блоки;
- правильно цитировать исходный текст.

Ниже приводятся примеры сочинений после обучению редактирования.

Сочинение 1

Автор: Ася Джигкаева

Какую роль играет творчество Пушкина в нашей жизни? Вот главная проблема, которая находится в центре внимания писателя Юрия Полякова.

Что значит для нас творчество Пушкина? В чем загадка поэта, без которого, по справедливым словам Ю. Полякова, не смогли обойтись ни декабристы, ни самодержцы, ни белые, ни красные, ни антисоветские, ни постсоветские? «Свет мысли» в произведениях великого поэта и сегодня помогает нам искать смысл собственной жизни и «отвечать на мучительные вопросы о судьбе Отечества». Личность поэта и его сочинения несут в себе «световой код», необходимый для национального самосознания русского народа.

Все понимают, что роль творчества А.С. Пушкина в жизни нашей страны невозможно переоценить, что представить себе русскую литературу, историю, русский народ, саму Россию без личности поэта невозможно. Но Ю. Поляков предложил очень точный образ, позволяющий глубже осмыслить загадку феномена Пушкина. Действительно, все сочинения великого поэта проникнуты светом, который «льется нам в душу, освещая самые ее потайные глубины». Именно в строках Пушкина люди всегда находили ответы как на самые трудные, так и на «порой до смешного сиюминутные вопросы». Юрий Поляков полагает, что именно имя Пушкина

и его творчество несут в себе пока «безуспешно искомую национальную идею», которая могла бы объединить и вдохновить Россию наших дней.

Я разделяю точку зрения автора. Мне также кажется, что в жизни каждого из нас Пушкин занимает особое место, потому что произведения поэта помогают нам находить ответы на самые сложные жизненные вопросы.

Я вспоминаю повесть А. С. Пушкина «Капитанская дочка». Петр Гринев, главный герой произведения, оказавшись в сложной жизненной ситуации, проявляет себя человеком мужественным и стойким. Он остается верен своей любви к Маше Мироновой до конца, не отказывается от своих принципов, помня завет своего отца. Гринев не соглашается перейти на сторону Пугачева, не может поступиться своими принципами. Это человек чести, на которого хочется равняться. Это произведение учит нас оставаться честными и быть верными своим принципам в любой жизненной ситуации.

Обратимся к замечательному стихотворению М.Ю.Лермонтова «Смерть поэта». Искренне скорбя об утрате «дивного гения» русской поэзии, Лермонтов обвиняет в смерти Пушкина не только Дантеса, но и весь высший свет: «пал, оклеветанный молвой». Для нас важно, что лермонтовские строки подчеркивают и всенародное значение творчества Пушкина:

Заброшен к нам по воле рока,
Смеясь, он дерзко презирал
Земли чужой язык и нравы;
Не мог щадить он нашей славы,
Не мог понять в сей миг кровавый,
На что он руку поднимал.

В заключение мне хотелось бы подчеркнуть, что в творчество А.С.Пушкина — это один из неиссякаемых источников нашей национальной культуры, это тот свет, которым освещена и наша жизнь.

Сочинение 2

Автор работы: Галина Ким

Допустимо ли ставить свои интересы выше интересов других людей, каковы последствия такого поведения для человека? Проблема совести — это одна из проблем, поднятых в тексте современного российского писателя К. Акулинина.

В наше время, особенно в больших городах, люди зачастую совсем не считаются с интересами и нуждами других, идут по жизни, расталкивая окружающих локтями. Автор обращается к, казалось бы, мелкому случаю, произошедшему в обычной районной больнице областного города: Никитин долго стоял в очереди к врачу, который почему-то никак не начинал прием, и, устав от мучившей его боли, решил дать взятку медсестре, чтобы пройти на прием к врачу без очереди. Однако что-то не позволило герою воспользоваться нечестно полученной привилегией. Медсестра дважды вызывает его, чтобы провести в кабинет, но в душе Никитина рождается неосознанное сочувствие к более слабым и беззащитным людям: больному ребенку, молодой измученной матери, инвалиду с костылем, которые тоже ждут своей очереди.

Автор призывает задуматься над тем, что каждый нормальный человек, ставящий свои интересы выше интересов других людей, неизбежно приходит к конфликту со своей совестью. И не имеет значения, в большом или в малом ты преступаешь нравственный закон, есть ли при этом у тебя какие-либо оправдания.

С позицией автора нельзя не согласиться. Эгоистичность и черствость становятся нормой современного человека. Часто в погоне за сиюминутным выигрышем мы не выбираем средств, не щадим слабых, стремимся обогнать всех хотя бы на полкорпуса. Но почему же тогда, добившись своего маленького успеха такой ценой, мы не чувствуем радости победы? Нам не дает покоя совесть.

Многие русские писатели обращались к проблеме испытания человека совестью. Так, у главного героя романа Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание», Родиона Раскольникова, была теория, согласно которой интересы некоторых людей («право имеющих») были выше интересов всех

остальных. Раскольников решает проверить, сможет ли он для доказательства правильности своей теории переступить через человеческую жизнь. И приводит свой замысел в действие, убивая старуху-процентщицу. Однако герой не смог вынести тяжести совершенного преступления: его замучила совесть, которая оказалась строже любого судьи.

Герой поэмы Н.А.Некрасова «Кому на Руси жить хорошо», деревенский староста Ермил Гирин, воспользовался своим положением, для того чтобы освободить от рекрутской повинности своего брата, и записал вместо него в рекруты другого жителя своей деревни. После этого Ермил очень раскаивался, хотел отказаться от должности и даже пытался покончить жизнь самоубийством – настолько жестокими для него оказались угрызения совести за совершённый проступок.

Конкуренция как двигатель развития современного общества все чаще заставляет нас оправдывать наше неуважение к окружающим необходимостью быть максимально эффективными, всюду успевать, добиваться своей цели любой ценой. Но когда ум с сердцем не в ладу, если живешь не по совести: без уважения к окружающим, не сочувствуя чужому горю и нужде, ты обречен на одиночество и нравственные муки.

Сочинение 3

Автор работы: Диана Гаркуша

Автор, рассматривая портреты детей, написанные великими художниками, задается вопросом, почему все их лица серьёзны. Действительно, ребенок не всегда беззаботен и весел. Присмотревшись к его жизни пристально, начинаешь осознавать, что, возможно, она не так проста. Почему же люди называют детство «золотой порой», почему они считают детскую жизнь лёгкой и безмятежной? Как сложился этот стереотип, эта «прочно затверженная формула»? В. Шефнер размышляет о том, можно ли доверять «мифу о золотом детстве».

Автор убеждён в том, что детство не всегда является таким счастливым, каким его представляют взрослые. Детство человека — фундамент его взрослой

жизни, поскольку именно в детстве человек закладывает свои знания и умения, свой характер. Мы постигаем мир, и это постижение влечёт за собой «ошибки, накладки, просчёты, недоумения». И «радость мгновенно сменяется новыми поисками и новыми ошибками». Когда человек преодолевает этот этап, он начинает считать его легким, простым.

Я совершенно согласна с автором. Я тоже считаю, что детство — это трудная пора, во время которой дети приобретают и усваивают новые знания, умения, навыки. Многие думают, что детство — это подготовка к жизни, а я считаю, что это сама жизнь, причём важнейший её этап — этап становления личности.

В повести Льва Толстого «Детство» писатель сожалеет об уходящих вместе с детством беззаботности, радости, искренности, непосредственности, так свойственных именно детскому восприятию жизни. Писатель был тонким знатоком детской психологии: им созданы замечательные образы детей, например, Николеньки Иртеньева, Володи, Катеньки. Толстой, как известно, называл детство своим самым любимым периодом жизни.

У великого актёра Чарли Чаплина было отнюдь не простое детство. Вместе с братом и матерью он жил в нищете, их постоянно выгоняли из квартир, он знал, что такое настоящий голод. Как признавался Чаплин в дальнейшем, именно благодаря своему тяжёлому детству он стал впоследствии знаменитым и богатым.

Да, «фундамент жизни» закладывается очень рано. Интересно, как сложится жизнь моих сверстников, будем ли мы «с высоты взрослых лет» вспоминать своё «золотое детство». Время покажет...

Таким образом, после обучения редактированию текстов, дети научились:

1. Грамотно выстраивать логико-композиционную схему сочинения;
2. Проверять фактические ошибки и избегать их;
3. Устранять орфографические, лексические, грамматические, стилистические ошибки;
4. Выполнять правку собственного текста.

3.3. Итоговый эксперимент

Для итогового контроля усвоения азов редактирования предлагаем обучающимся тест, состоящий из открытых и закрытых вариантов ответа и редактирования предложенного текста.

Вариант 1

1. Дайте определение термину «Лексическая ошибка» _____

2. Перечислите типы стилистических ошибок (не менее пяти) _____

3. Соотнесите виды правки с их определениями:

Правка-переделка	Используется, если есть дефекты формы, некорректное членение на абзацы, неудачный заголовок, неприемлемые начало и конец.
Правка-обработка	Сопровождает другой вид правки. Происходит за счет удаления длиннот и смысловых повторов. Используется самостоятельно, когда нужно сократить объем текста.
Правка-вычитка	Обязательная на завершающем этапе. Предполагает минимальное вмешательство в авторский оригинал. Используется, когда мало ошибок в тексте и после любого другого вида правки.
Правка-сокращение	Предполагает максимальное вмешательство редактора,

	используется, если нарушена смысловая структура, если текст плохо выстроен, имеет всякого рода ошибки
--	---

4. Какая из данных ошибок относится к синтаксическим?

1. Ошибки в склонении имен числительных;
2. Дублирование подлежащего;
3. Плеоназм;
4. Ошибки в образовании форм притяжательного местоимения.

5. Ознакомьтесь с текстом, определите вид правки, выполните редактирование.

Самый северный из семи эмиратов протянулся вдоль Персидского залива до границы с Оманом, проходящей по горному хребту. При въезде в эмират Расаль-Хайма взору открываются пальмовые рощи с обширными водоемами, чистое море и великолепие Хаджарских гор. Вдоль прибрежной зоны Расаль-Хайма расположились роскошные пляжные курорты.

На юго-востоке эмирата, в горном местечке Хатт, обнаружены горячие источники, и теперь тысячи туристов прилетают в бальнеологический курорт Хатт-Спрингс, чтобы насладиться целебными ваннами и поправить здоровье.

Вариант 2

1. Дайте определение термину «Синтаксическая ошибка» _____

2. Перечислите типы лексических ошибок (не менее пяти)

3. Соотнесите виды правки с их определениями:

Правка-переделка	Используется, если есть дефекты формы, некорректное членение на абзацы, неудачный заголовок, неприемлемые начало и конец.
------------------	---

Правка-обработка	Сопровождает другой вид правки. Происходит за счет удаления длиннот и смысловых повторов. Используется самостоятельно, когда нужно сократить объем текста.
Правка-вычитка	Обязательная на завершающем этапе. Предполагает минимальное вмешательство в авторский оригинал. Используется, когда мало ошибок в тексте и после любого другого вида правки.
Правка-сокращение	Предполагает максимальное вмешательство редактора, используется, если нарушена смысловая структура, если текст плохо выстроен, имеет всякого рода ошибки

4. Какая из данных ошибок относится к лексическим?

1. Смещение паронимов и паронимазов;
2. Употребление слова без учета его значения;
3. Неблагозвучие;
4. Синтаксическая контаминация.
5. Ознакомьтесь с текстом, определите вид правки, выполните редактирование.

Эмират Аджман расположен на побережье Персидского залива, в 8 км к северу от Шарджи. Он самый маленький из семи эмиратов: его площадь составляет всего 260 кв. км. Помимо собственно города Аджман,

княжество владеет еще двумя анклавами на суше: Манама и Масфут. Эмират не располагает запасами нефти, зато именно на его территории находятся минеральные источники, обеспечивающие питьевой водой все страны Персидского залива.

Одна из отличительных черт Аджмана в сравнении с другими эмиратами – это свободная продажа алкогольных напитков немусульманам. Здесь с пониманием относятся к туристам, не представляющим свой отдых без алкоголя.

Вариант 3

1. Дайте определение термину «Морфологическая ошибка» _____

2. Перечислите типы синтаксических ошибок (не менее пяти)-

3. Соотнесите виды правки с их определениями:

Правка-переделка	Используется, если есть дефекты формы, некорректное членение на абзацы, неудачный заголовок, неприемлемые начало и конец.
Правка-обработка	Сопровождает другой вид правки. Происходит за счет удаления длиннот и смысловых повторов. Используется самостоятельно, когда нужно сократить объем текста.
Правка-вычитка	Обязательная на завершающем этапе. Предполагает минимальное вмешательство в авторский оригинал. Используется, когда мало ошибок в тексте и после любого

	другого вида правки.
Правка-сокращение	Предполагает максимальное вмешательство редактора, используется, если нарушена смысловая структура, если текст плохо выстроен, имеет всякого рода ошибки

4. Какая из данных ошибок относится к стилистическим?

1. Употребление слова без учета его значения;

2. Плеоназм;

3. Нарушение норма сочетаемости;

4. Ошибки, связанные с нарушением образования грамматических форм разных частей речи.

5. Ознакомьтесь с текстом, определите вид правки, выполните редактирование.

Эмират Фуджейра расположен на берегу Индийского океана. Высокие скалистые горы Хаджар, занимающие значительную территорию, перемежаются с живописными долинами, а глубокие ущелья и песчаные пляжи делают Фуджейру чрезвычайно привлекательной для туризма. Коралловые рифы и чистое море ежегодно привлекают любителей подводного плавания со всего мира в международные дайвинг-центры эмирата.

Ряд роскошных пляжных курортов Фуджейры занял береговую линию вдали от городской суеты – между Диббой и Кор-Факканом. Гости этих отелей могут совершить экскурсию в живописное местечко Муссандам – «Землю фьордов», принадлежащую султанату Оман.

Пребывание в отелях Фуджейры подойдет для тех, кто по-настоящему любит природу, уединение и спокойный семейный отдых.

Вариант 4

1. Дайте определение термину «Стилистическая ошибка» _____

2. Перечислите типы морфологических ошибок (не менее пяти) _____

3. Соотнесите виды правки с их определениями:

Правка-переделка	Используется, если есть дефекты формы, некорректное членение на абзацы, неудачный заголовок, неприемлемые начало и конец.
Правка-обработка	Сопровождает другой вид правки. Происходит за счет удаления длиннот и смысловых повторов. Используется самостоятельно, когда нужно сократить объем текста.
Правка-вычитка	Обязательная на завершающем этапе. Предполагает минимальное вмешательство в авторский оригинал. Используется, когда мало ошибок в тексте и после любого другого вида правки.
Правка-сокращение	Предполагает максимальное вмешательство редактора, используется, если нарушена смысловая структура, если текст плохо выстроен, имеет всякого рода

	ошибки
--	--------

4. Какая из данных ошибок относится к морфологическим?

1. Ошибки в употреблении фразеологизмов;
2. Ошибки, связанные с нарушением образования грамматических форм разных частей речи;
3. Употребление слова без учета его значения;
4. Неудачное словотворчество.
5. Ознакомьтесь с текстом, определите вид правки, выполните редактирование.

Джумейра (Jumeirah) – зона отдыха и сосредоточение самых престижных пляжных курортов в Дубае. Здесь можно полюбоваться знаменитым отелем-парусником Burj Al Arab, прогуляться по торгово-развлекательному комплексу «Сук Мадинат» с множеством бутиков, ресторанов, кафе, посетить мечеть Джумейра – классический образец арабской архитектуры.

Те, кто остановился в городском отеле, могут добраться на такси или общественном транспорте на ухоженный муниципальный пляж Джумейра-Бич-Парк. Гладь этого залива – идеальное место для всех видов водного спорта, будь то серфинг, катание на гидроцикле или водных лыжах. На Джумейре построен знаменитый аквапарк «Вайлд Веди» с аттракционами для взрослых и детей.

От побережья вглубь залива протянулся поражающий воображение искусственный остров Пальма-Джумейра, на «ветвях» которого расположились жилые массивы и пятизвездочные курорты. Здесь находится новый, оборудованный по последнему слову техники аквапарк «Аквавэнчер».

Итоги эксперимента:

1. Уменьшилось число орфографических и пунктуационных ошибок;
2. Учитывается взаимосвязь логики и композиции;
3. Сократилось число композиционных ошибок, текст четко выстроен;

4. Сократилось число пунктуационных ошибок.

Заключение

Что для российских туристических предприятий рекламная деятельность приобрела важное значение в условиях рыночной конкуренции. Вместо централизованного планирования мы имеем свободу предпринимательской инициативы, вместо постоянного дефицита товаров и услуг – их избыточное предложение, вместо государственной монополии – жесткую конкуренцию товаропроизводителей.

Кроме того, современное изобилие туристических организаций в России требует разработки и осуществления рекламной политики, главная цель которой состоит в привлечении максимального числа туристов и получении стабильных доходов. Одним из активных каналов рекламной коммуникации современных туристических фирм выступает полиграфическая реклама и в связи с рыночной конкуренцией необходимость её совершенствования не вызывает сомнения. В рамках дипломной работы мы рассмотрели сущность и понятие рекламы, представили виды туристической рекламы и провели критический анализ туристических текстов. Выяснили, что редактирование представляет собой всесторонний критический анализ содержания и формы произведения с целью его правильной оценки и усовершенствования. Мы рассмотрели понятие «литературное редактирование», определили виды правки (правка-обработка, правка-сокращение, правка-вычитка и правка-переделка) и их назначение. Мы рассмотрели типы наиболее распространенных ошибок и выяснили, что наиболее повторяющиеся ошибками являются орфографические и пунктуационные ошибки, которые нуждаются в правке-вычитке с элементами правки - обработки.

Нами были рассмотрены классификации ошибок А.П. Сковородникова и М.Н. Кожинной, выявлены наиболее частотные ошибки, допускаемые школьниками в процессе текстопорождения. Предложен

план анализа. Разработаны методические рекомендации по выполнению того или иного вида правки на материале сочинений. Представлены варианты итоговых контрольных работ в целях усвоения школьниками редактирования и порождения текста.

Список использованных источников

1. Научная и учебная литература

- 1.Бове К.Л., Аренс У.Ф. Современная реклама. Творчество в составлении рекламных текстов. – М.: ДеНово, 1995.
- 2.Васильев Г.А. Рекламный маркетинг: учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, 2008.
- 3.Гаймакова Б.И. Основы редактирования телепередач. – М, 2001
- 4.Гальцов В. И. Восприятие рекламы. Маркетинг: теория. методика. практика. – М.: Вагриус, 2011.
- 5.Голуб И.Б. Стилистика современного русского языка. – М, 1997
- 6.Былинский К.И. Литературное редактирование: учеб. Пособие / К.И. Былинский, Д.Э. Розенталь. – М.:Финта: Наука. – 400с.- 2011.
- 7.Григорьева Н.Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. – СПб.: Питер, 2009.
- 8.Голуб И. Б. Стилистика русского языка. – 3-е изд., испр. – М.: Рольф, 2001.
- 9.Денисова Е.С. Потребительское поведение / Московская финансово-промышленная академия. – М., 2005.
- 10.Клифтон Р., Симмонз Д. Бренды и брендинг. – М.: Бизнес, 2012.
- 11.Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2012.
- 12.Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. – Спб.: Питер, 2009.
- 13.Котлер Ф., Рейн И., Хэмлин М. Брендинг. – М.: Гребенникова НД, 2012.
- 14.Кожина М.Н. Стилистика русского языка. – М.:Просвещение. 1983.
- 15.Коркова С.В. Брендинг: Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2012.
- 16.Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. 2-е изд., доп. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002.
17. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. / Пер. с франц. – СПб.: Наука, 1996.

- 18.Маркова В.Д. Маркетинг услуг. – М.: Финансы и статистика, 2003.
- 19.Мудров А.Н. Основы рекламы: учебник / А.Н. Мудров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, 2008.
20. Музыкант, В.Л. Маркетинговые основы управления коммуникациями. ATL- / BTL-реклама /брэнддинг / интегрированные маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов/ В. Л. Музыкант. – М.: Эксмо, 2009.
21. Морозова И.Слагая слоганы / И. Морозова. – М., 1998.
22. Панкратов Ф.Г., Ю.К. Баженов «Рекламная деятельность». – М., 2009.
23. Ромат Е.В. Реклама. – СПб: Питер, 2001.
- 24.Росситер Д.,Перси Л. Реклама и продвижение товаров. / Пер. с англ.- СПб.: Питер, 2001.
- 25.Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии: В 2 т. Т. 1. – М., 1989.
- 26.Сковородников А.П. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты. – М.: Финта: Наука 2005.
27. Слободянюк Э.П. Настольная книга копирайтера. М.: – Вершина, 2008.
- 28.Старов С.А. Управление брендами: Учебник. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2012.
29. Сэндидж Ч., Фрайбургер В., Ротцолл. Реклама. Теория и практика. / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1989.
- 30.Ульянов А. Словарь терминов по рекламе, маркетингу, Atl, Btl и PR. – М., 2007.
- 31.Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Рекламное дело. / Э.А. Уткин, А.И.Кочеткова – М.: Ассоциация авторов и издателей Тандем, 2011.
- 32.Уэллс У. Реклама: принципы и практика: пер. с англ. / У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти. – СПб.: Питер, 2008.
- 33.Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2001.
- 34.Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – СПб.: – Прайм – Еврознак, 2001.
- 35.Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. – М., Дело, 2010, 6-е издание.

36. Шевченко Д.А.Реклама, маркетинг, PR. М., 2012.
37. Шуванов В. И. Психология рекламы.: – М.: ЭКСМО, 2005.

2. Интернет-источники

38. «Бизнес-словарь» [Электронный ресурс] – режим доступа:
<http://www.businessvoc.ru>
39. Понятие, виды, стратегии рекламных кампаний [Электронный ресурс] –
режим доступа: <http://reftrend.ru/695>