

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ РЕДАКТОРА НАД НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫМ ТЕКСТОМ (на материале журнала «Вокруг света»)

В работе рассматриваются аспекты работы редактора над научно-популярным текстом. Определяется логичность изложения, способы создания доступности и занимательности научно-популярной статьи.

Ключевые слова: *научно-популярный текст, читательский адрес, редактор, прецедентный текст, доступность и занимательность текста,*

Редактор при подготовке к печати научно-популярного издания стремится, с одной стороны, сохранить в нем научную основу, с другой – сделать текст максимально понятным широкой читательской аудитории.

С целью выявления особенностей работы редактора над научно-популярным текстом в данной работе мы изучили статью из журнала «Вокруг света» «На дизайн ужасные, классные внутри: 10 автомобилей со странным внешним видом» [1].

Главная тема рассматриваемой публикации – знакомство читателей с марками редких автомобилей. Главная тема подразделяется на микротемы, каждая из которых соответствует описанию конкретной марки автомобилей.

Выбор заголовка публикации является важным аспектом работы редактора над научно-популярным текстом. Так, в анализируемой статье используется трансформированный прецедентный заголовок – «*На дизайн ужасные, классные внутри...*», привлекающий внимание читателя.

Содержание заголовка раскрывается в лиде: «*Глядя на тот или иной автомобиль, не всегда понимаешь, что хотел сказать дизайнер. Все-таки, как ни крути, при выборе машины ее экстерьер – далеко не последний аргумент. Впрочем, даже самые страшные транспортные средства иногда становятся народными любимцами. Вот лишь десятка автомобилей с весьма неоднозначным внешним видом*».

В основном тексте данной статьи активно используется оценка в описании автомобилей для того, чтобы более детально передать их внешний вид. Оценка выражается, как правило, при помощи качественных прилагательных. Например: «*Этот забавный автомобиль внешне чем-то напоминает бегемота: массивный, тяжелый, с неуклюжими пропорциями. Обзорность его оставляет желать лучшего. Зато он тяжелый – никакой боковой ветер не причинит ни малейшего дискомфорта водителю. А задние сиденья идеально ровно складываются в пол. ННР на удивление не очень прожорлив, а разгоняется хоть и медленно, но зато до впечатляющих 240 км/ч и более!*»; «*Вообще-то это отличный семейный автомобиль с тремя сиденьями спереди и отменной обзорностью*».

Редактор при подготовке текста следит за логичностью изложения, а также оценивает способы создания доступности и занимательности в публикации.

Так, факты преподносятся в занимательной и доступной форме. Активно используются риторические вопросы и восклицания. Например: *«Не правда ли, этот одноместный электромобиль больше напоминает ботинок, нежели транспортное средство? Еще его называли Pizza Butt и Jelly Bean.»*; *«Угадайте, что должен напоминать покупателю оригинальный дизайн этого транспортного средства? Роскошную яхту!»*; *«ННР на удивление не очень прожорлив, а разгоняется хоть и медленно, но зато до впечатляющих 240 км/ч и более!»*.

Доступности изложения материала способствуют и элементы разговорной речи. Например: *«К тому же Lagonda стала первым автомобилем в мире, имевшим встроенный компьютер и цифровую приборную панель – правда, и то и другое постоянно ломалось»*; *Более того, «Куб» получил награду за лучший дизайн! Так что, как говорится, на вкус и цвет...»*.

Таким образом, редакторская подготовка данного текста позволяет привлечь внимание читателя к интересным фактам о странном внешнем виде автомобилей.

ЛИТЕРАТУРА

Веселова, М. «На дизайн ужасные, классные внутри: 10 автомобилей со странным внешним видом» // Вокруг света. № 3 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vokrugsveta.ru/article/313322/>