**ЕСТЬ ЛИ ИНЫЕ ГИПОТЕЗЫ, КРОМЕ СИНДРОМА НЕДОСТРОЕННОГО ЗАБОРА**

**ПРЕДПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ПРИЧИНЫ НЕЗАВЕРШЕНИЯ ТЕКСТОВ**

Для России характерен синдром "недостроенного забора": полуработающий, но до конца никогда не собираемый радиолюбителем приемник; никогда не прекращающийся ремонт, который, согласно определению классика жанра М.М. Жванецкого, "... невозможно закончить, но можно прекратить"; хронические обещания "продолжить движение по пути демократических реформ".

Аналогичная проблема существует в искусстве: нередко мало-мальски подкованный зритель, просмотрев лишь половину фильма, в состоянии предсказать концовку.

Заметим, что согласно экспериментальным данным, в русскоязычных текстах (научно-популярных, рекламных, публицистических и т.п.) интересных ОКОНЧАНИЙ встречается в 10-12 раз меньше (!), чем аналогичных АНОНСОВ и НАЧАЛ. Почему так? Если откровенно - точно неизвестно.

На наших учебных семинарах получен следующий перечень гипотез, стремящихся объяснить этот эффект:

**Гипотеза-1:**

Автор просто устает к концу работы, который часто совпадает и с окончанием материала (Примечание: далеко не каждый Автор пишет ОКОНЧАНИЕ отдельно.);

**Гипотеза-2:**

в газетах и еженедельниках часто сокращение материала идет в спешке и "с конца";

А вот присланные гипотезы:

**Гипотеза-3 Анны Еселевой:**

"Попытаюсь предложить вариант объяснения с энергетической точки зрения.

Любой процесс, любая ситуация порождаются тем или иным энергетическим импульсом (иначе говоря, причиной). В зависимости от заряда (чаще всего эмоционального, т.к. это - основной источник энергии) процесс разворачивается, длится, угасает с той или иной проявленностью. Если есть источник подпитки, он влияет на процесс, усиливает его, изменяет естественное течение. Если эту картинку спроецировать на процесс написания текста, это выглядит так: возник первоначальный импульс, порождающий желание (или необходимость) создать текст.

Естественно, НАЧАЛО наиболее выигрышно - энергия пока максимальна. (Увы, энтропия!) И если потом заниматься серединой, то понятно, что достается окончанию. НО! Если процесс создания подпитывается какими-то событиями (причинами) - что бывает нечасто! - именно окончание может оказаться сильнее.

Ввиду особой важности окончания, можно предложить варианты:

Создать начало и план текста. Создать окончание. И только потом создавать середину.

Сразу начать с окончания.

А, может, традиционно начать с начала?

ЭНТРОПИЯ - вот главный враг окончания!"

**Гипотеза - 4 Юрия Багрина:**

"Ответить подробно не могу, но хочу написать, что представляется существенным моментом при объяснении причины. [ ... ]

Обычно на написание материала отводится определенный срок - к выпуску номера, к дате, до окончания денежного запаса…

Принимаясь писать, хочется делать материал основательно, "на уровне" и вначале так и подходишь к написанию - больше обдумывания, сравнения с другими, поиски материалов, деталей, подбор слов и т.д. По мере движения к концу усиливается цейтнот времени, и соответственно все менее можешь позволить себе доводок, подбирания оптимальной фразы, поиска совершенства для выражения мысли и т.д. В самом конце - аврал. Это все, конечно, накладывается на вкус и способности к написанию именно вступлений, сути или окончаний и др., но одна из причин - неумение равномерно распределить время на написание частей материала".

- День Киева

**Гипотеза - 5 Виктории Николаевой:**

"Ближе всего лично для меня версия Анны Еселевой: ЭНТРОПИЯ - вот главный враг окончания!

Хочу добавить, что здесь есть еще момент "наслоения" новых эмоций. Действует простая схема. Ты работаешь над Проектом № 1 (статья, рекламный текст...), но твое окружение (новые проекты, идеи, контакты...) подбрасывает тебе идею Проекта № 2 и твоя голова УЖЕ заполнена чем-то новеньким, а значит - руки чешутся написать все "оригинальное и еще неведомое людству", ведь по Проекту № 1 это уже сделано, а значит сливки сняты! Наверное - это не есть хорошо, но это так."

ООО "Школа", г. Киев

ЗА ГИПОТЕЗЫ СПАСИБО, ОДНАКО...

Мы благодарим Авторов гипотез.

Но, кажется, что приведенные гипотезы лишь частично объясняют эффект, ранее названный в Анкете:

"Остается непонятной причина "Икс", ибо даже в Собраниях сочинений признанных Авторов окончания зачастую слабее начал, а этих Авторов уже не сокращали и, явно имелась возможность отредактировать тексты..."

Более того: над сценарием фильма работает масса людей и, наверное, всегда можно найти еще "творчески неуставшего" сценариста...

Каковы же истинные причины "недостроенного забора" в текстах/сценариях?

**САМОЕ ТРУДНОЕ В ОКОНЧАНИИ**

А что же является по мнению рекламистов наиболее трудным в создании окончания текста/сценария?

Вот рейтинг наиболее трудных проблем, полученных при проведении опроса на нашем сайте по адресу: /vote (в опросе участвовало 65 человек). Участвовавшие в опросе могли выбирать и указывать несколько проблем.

Статистика ответов (по мере нарастания сложности проблемы):

Проблемы ОКОНЧАНИЯ текста и/или сценария для меня НЕ существует... Это элементарно - 3 клика.

Подытожить весь материал, сделать "свернутый вывод" из всего текста - 8 кликов.

Сделать компактный вывод в конце - не проблема. Проблема в том, чтобы прочитанный или просто просмотренный Читателем текст ЗАПОМНИЛСЯ ему - 19 кликов.

Подытожить весь материал для меня не проблема... Проблема - дать эмоциональную окраску, передать Читателю некое ощущение - 20 кликов.

Проблема в том, чтобы Читатель прочитал ОКОНЧАНИЕ, захотел еще раз перечитать весь текст или его фрагмент (скажем, из начала или середины)... - 22 клика.

Подытожить не проблема... Проблема - чтобы Читатель ЗАПОМНИЛ байку ("речевой модуль") в конце текста/сценария и потом ее добровольно пересказывал... - 22 клика.

Проблема в том, чтобы сделать такой текст (сценарий), чтобы при неоднократном прослушивании или просматривании аудио- или видеоролика, Клиент находил в нем новые смыслы... - 33 клика.

Данные проведенного электронного голосования хорошо согласуются с опросами участников серии наших семинаров "Прикладная журналистика" в 1992-1993 г.г., а также рядом опросов на семинарах по public relations в 1998-1999 г.г.: главная трудность позиционирования идей, товаров и/или услуг начинается на 2-3 уровне.

Мы благодарим всех, кто уже высказал своё мнение - это поможет в работе над новыми версиями компьютерной программы "Приемы журналистики и public relations".

Помните: согласно психологическому "эффекту края", человеку свойственно лучше запоминать то, что было в начале и конце. Например, совсем просто запомнить то, что упомянутая программа предлагает от нескольких десятков до сотен вариантов окончаний текстов/сценариев.

**Список литературы**

И.Л. Викентьев. Есть ли иные гипотезы, кроме синдрома недостроенного забора?