



Министерство образования и науки Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Пермский национальный исследовательский политехнический университет**

**Гуманитарный факультет
Кафедра иностранных языков и связей с общественностью**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Методическое пособие по курсу
«Стилистика и литературное редактирование»**

Направление 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»

Профиль

**«Реклама и связи с общественностью в
коммерческой деятельности»**

Квалификация выпускника:

бакалавр

Выпускающая кафедра:

**Иностранных языков и связей с
общественностью**

Форма обучения:

очная

**Пермь
2015**

Методическое пособие по курсу «Стилистика и литературное редактирование» разработаны на основании:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 14 февраля 2010 г. номер приказа 30 по направлению подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью»;
- компетентностной модели выпускника ООП по бакалаврской программе «Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности», утверждённой «24» июня 2013 г.;
- рабочего учебного плана очной формы обучения, утверждённого 29 августа 2011 г.
- РПД по курсу «Стилистика и литературное редактирование»

Составитель	докт. филолог. наук _____	С.С. Шляхова
Рецензент	канд. филолог. наук _____	Л.А. Белова

Методическое пособие рассмотрено и одобрено на заседании кафедры иностранных языков и связей с общественностью _____ 20__ г., протокол № ____.

Заведующий кафедрой Иностранных языков и
связей с общественностью, ведущей
дисциплину

Д-р. филолог. наук, доц.

С.С. Шляхова

СОГЛАСОВАНО

Заведующий выпускающей
кафедрой Иностранных языков и связей с
общественностью

докт. филолог. наук, доц.

С.С. Шляхова

Курс: 2. Семестр: 3

Трудоёмкость:

- | | |
|--|-------|
| - кредитов по рабочему учебному плану: | 5 ЗЕ |
| - часов по рабочему учебному плану: | 180 ч |

Виды контроля:

Экзамен 3 -

Пособие включает темы практических занятий, темы для самостоятельного изучения, темы курсовых работ, индивидуальные задания, список вопросов для экзамена, список рекомендуемой литературы.

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Модуль 1

Раздел 1. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ СТИЛИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРНОГО РЕДАКТИРОВАНИЯ

ТЕМА 1. Предмет стилистики. Основные категории и разделы стилистики.

Понятие стиля

Предмет и задачи стилистики. Современное состояние стилистики как науки. Становление стилистики как науки. Проблема определения предмета стилистики. Стилистика и другие лингвистические дисциплины. Система стилистик в современной лингвистической науке: внешняя (сопоставительная) / внутренняя; современная / историческая; теоретическая / практическая. Понятие стилистики в современной лингвистике. Язык как совокупность подъязыков (субъязыков). Субъязык и стиль.

Стиль как предмет стилистики. Стиль, подстиль, жанр. Стиль как комплекс типичных признаков. Объем и понятие термина “стиль”. Стиль как речевой жанр, идиолект, функциональный стиль, экспрессивный стиль, стиль языка, стиль эпохи.

Дифференциальные признаки стиля: характер коммуникативной ситуации; коммуникативная сфера (сфера распространения); речевой жанр; функция; социально-функциональная разновидность языка (формы существования языка; подъязык; языковой вариант; субъязык; экзистенциональные формы; функциональные страты); степень стандартности; кодифицированности / некодифицированности; степень подготовленности и обработанности; степень индивидуализации; степень эмотивности; степень и характер образности; мера проницаемости для нелитературных элементов; мера проницаемости для иностилевых элементов.

Интегральные признаки стиля: обусловленность экстралингвистическими факторами; продукт выбора, осознанность и необходимость выбора, выбор, связанный с интенцией речи, эффективностью сообщения (одно значение отличается языковой формой); отбор и комбинация языковых средств, их трансформации; эффект необычности, новизны, особенности; отклонение от контекстуально обусловленной нормы.

ТЕМА 2. Природа стилевых явлений в языке. Коннотация

Природа стилевых явлений в языке, проблема их классификации. Стилистические средства языка. Коннотация и синонимия. Стилистическая “нейтральность” (гипермаркированность) языковых средств. Соотношение экспрессивного и функционально-стилистического. Понятие коннотации: проблема объема и терминологии.

Коннотативное значение языковых единиц. *Эмоциональный* компонент коннотации. *Оценочный* компонент коннотации (+, 0, –). *Экспрессивный* компонент (остранение; актуализация; эффект обманутого ожидания; отклонение от нормы; усиление признаков, входящих в семантическую структуру слова) коннотации. *Функционально-стилистический* компонент (характеристика условий коммуникации) коннотации. *Фоносемантический* (соотношение звучания и значения) и *мотивационный* (внутренняя форма) компонент коннотации. *Эмпирический* компонент коннотации: 1) определенный набор чувственных признаков (вкус, форма, цвет, вес, объем и пр.) (И. Стернин); 2) личные, индивидуальные знания о явлениях, доступных для чувственного восприятия (реальном или опосредованном) (Э. Кузнецова). *Социальный* компонент коннотации: 1) сведения о субъекте речи (Д. Шмелев, Т. Винокур); 2) степень архаичности / новизны; стилистическая возвышенность / сниженность; региональная / географическая характеристика языковых единиц; окраска языковых единиц, связанная с биологическими признаками носителя языка (П. Гиро). *Культурный, мировоззренческий, культурно-исторический* компонент (Е. Верещагин, В. Костомаров).

ТЕМА 3. Коммуникативный и прагматический аспекты стилистики.

Коммуникативная ситуация

Структура и признаки коммуникативного акта (конситуации):

1) социальный контекст (Т. А. ван Дейк): а) вид общения: личное – общественное; институциональное (формальное) – неформальное; б) национальность; в) территориальный вариант языка;

2) социокультурные и демографические признаки коммуникативного акта: возраст; пол; социальное положение; позиции общения (роли, статусы); отношения (превосходство, авторитет); уровень и качество образования;

3) параязыковые признаки коммуникативного акта: а) вокальные (паралингвистические): темп, ритм, громкость, тембр, паузация, особенности произношения, четкость артикуляции; б) невокальные: 1) кинесические: взгляд, мимика, жест; 2) проксемические: пространственное расположение; пространственно-временная позиция в акте общения;

4) психофизиологические, волевые, личностные признаки говорящих: физическое состояние (комплексия); состояние здоровья; волевые и иные качества характера; уверенность / неуверенность в себе; степень самооценки; настроение;

5) окказиональные признаки (внутренняя структура говорящего): а) установки, мотивы, отношения; б) знания, умения; в) потребности, желания, предпочтения; г) чувства, эмоции; д) личная предрасположенность к употреблению тех или иных форм; е) серьезный или шуточный настрой и пр.;

6) конкретная речевая интенция (цель речи): приказ, сообщение, эмоциональная оценка, заполнение коммуникативных пауз и пр.;

7) предмет коммуникативного акта: разговорный язык (не связан со специальной тематикой) – специальные языки (арго, жаргоны, сленги) (связаны со специальной тематикой) – язык художественной литературы (эстетически ориентирован);

8) канал связи: акустический (устная речь) – визуальный (письменная речь); одноканальная – многоканальная (слух, зрение); контактная – дистантная.

Специфика коммуникативного поведения русских: коммуникативные табу (речевые и тематические, жесткие и мягкие), коммуникативные стереотипы (жесткие и мягкие), стереотипные и неактуальные типы и разновидности общения, этикетные формы общения и др. Доминантные особенности общения русских (общительность, коллективность, доминантность, категоричность, эмоциональность, нелюбовь к официальному общению, бытовая неулыбчивость, многотемность и др.) и стилистические черты речи. Степень близости участников коммуникативного акта и степень сложности структуры высказывания. Коммуникативная ситуация (конситуация) и стилистические особенности речи.

ТЕМА 4. Нормативный аспект стилистики. Языковая, стилевая и стилистическая нормы. Литературное редактирование

Нормативный аспект стилистики. Литературно-языковая и стилистические нормы; их взаимоотношение. Понятие о литературном стандарте. Специфика стилистической нормы. Силевая и стилистическая нормы.

Ошибки стилистические (нарушение стилевых норм) и нестилистические (нарушение норм лексических, фразеологических, словообразовательных, морфологических, синтаксических). Типы стилистических ошибок. Разграничение речевой ошибки и стилистического приема с единой лингвистической основой. Стилистическое правило, стилистическая рекомендация, стилистическая погрешность, стилистическая ошибка.

Активное и пассивное владение стилями языка. Учет общенормативных и стилистических требований в устной и письменной речи. Понятие «хорошей речи» и

речевой ошибки. Основные типы речевых ошибок. Разграничение речевой ошибки и стилистического приема с единой лингвистической основой. Язык художественной литературы и средств массовой информации и стилистическая норма.

Основы литературного редактирования. Предмет и задачи литературного редактирования. Стилистика и литературное редактирование. Литературное редактирование и литературная критика. Понятие «редакторский анализ». Роль редактора в оценке рукописей. О пределах вмешательства редактора в рукопись. Нормы редакторской этики.

Виды и этапы редактирования. Технология редакторского чтения. Виды и задачи правки. Условность границы между возможными видами правки. Правка-вычитка как самостоятельный вид корректирования. Цель правки-вычитки - подготовка оригинала к набору. Методика проведения правки-вычитки. Правка-сокращение. Методика проведения правки-сокращения, сокращение текста частями, внутритекстовые сокращения (внутри текста, абзаца). Правка-переделка. Литературная запись как вид правки-переделки. Методика проведения правки-переделки. Правка-обработка как основной вид правки, включающий в себя элементы правки-вычитки, правки-сокращения и правки-переделки.

Основные правила исправления текста. Общая методика правки текста. Основные критерии оценки стилистических качеств речи (смысловый, функциональный, эстетический). Литературные достоинства текста при редактировании.

Основные корректурные знаки и правила их применения.

Модуль 2

Раздел 2. ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СТИЛИСТИКА

ТЕМА 5. Функциональный стиль

Понятие о функциональном стиле. Проблема выделения стилей; проблемы проницаемости, объективной дискретности, бесконечного множества; проблема метода гипостазирования при выделении стилей. Основные подходы к выделению и описанию функциональных стилей. Вопрос о составе функциональных стилей русского языка и критериях их классификаций.

Система стилей современного литературного языка. Устная и письменная форма функциональных стилей. Пермская школа функциональной стилистики.

ТЕМА 6. Язык научной прозы

Язык научной прозы: понятие, функции, разновидности, жанры. Научный стиль как функциональная разновидность русского литературного языка, обслуживающая область науки, техники, производства. Особенности стиля научного изложения: точность и объективность передачи информации, логичность и отвлеченность изложения, тенденция к однозначности и обобщенности.

Языковые особенности научного стиля. Научная терминология как стилеобразующий признак научного стиля. Особенности фразеологии научного стиля. Именной характер научного изложения. Своеобразие субъектных отношений в научном стиле. Интеллектуальная экспрессия как существенный признак стиля. Специфика синтаксиса (безличные, неопределенно-личные, номинативные предложения; сложные предложения).

Особенности стиля научно-популярного изложения. Использование элементов научного стиля в других стилях. Язык современной научной прозы.

Разновидности (подстили) и жанровая специфика научного стиля: собственно-научный (диссертация, автореферат, доклад, статья и др.); научно-популярный (статья, доклад и др.); учебно-научный (урок, лекция, доклад, сообщение, курсовой проект и др.).

Язык и стиль студенческой научной работы: реферат, курсовая и дипломная работа, доклад, сообщение.

Специфика редактирования научного текста. Два основных типа редакторской правки: упрощение («облегчение») и усложнение («восполнение») конструкции.

ТЕМА 7. Язык делового общения и официальной переписки

Язык делового общения и официальной переписки: понятие, функции, разновидности, жанры. Актуализация деловой речи в современном дискурсе. Официально-деловой стиль как функциональная разновидность русского литературного языка, обслуживающая деловые отношения между людьми, учреждениями, странами, между гражданами и государством. Основная функция официально-делового стиля. Разновидности официально-делового стиля и его жанры (акт, инструкция, договор, деловое письмо, указ и др.).

Особенности официально-делового изложения: стандартное расположение материала в определенной логической последовательности, точность формулировок, устойчивый состав обязательных элементов оформления документа, употребление готовых формул-клише, сжатость, экономное использование языковых средств, слабая индивидуализация стиля, отсутствие эмоциональности.

Языковые особенности официально-делового стиля. Понятие канцеляризма. Особый характер деловой терминологии, использование номенклатурных наименований, сложносокращенных слов. Именной характер деловой речи. Специфика синтаксиса (неполные, безличные, инфинитивные предложения; страдательные обороты). Использование элементов официально-делового стиля в других стилях.

Разновидности (подстили) делового стиля: административно-канцелярский, делового общения, законодательный, дипломатический и др. Жанровая специфика делового стиля: акт, анкета, бланк, ведомость, выписка, деловое письмо, докладная записка, заявление, извещение, объяснительная записка, опись, положение, предложение, представление, прейскурант, программа, протокол, расписание, распоряжение, служебная записка, стенограмма, договор, устав и др.

Языковые особенности деловых бесед. Деловая полемика. Телефонная коммуникация.

Специфика редактирования деловых текстов. Делопроизводство. Государственная система документационного обеспечения управления. Единая государственная система делопроизводства.

ТЕМА 8. Разговорный язык. Язык города

Устная разговорная речь (разговорный язык): понятие, функции, разновидности, жанры. Вопрос о диглоссии русского языка. Условия функционирования разговорного стиля: неофициальность и непринужденность общения, непосредственное участие говорящих в разговоре, неподготовленность речи, отсутствие предварительного отбора речевого материала, эмоциональность речи, диалогический характер высказывания. Неязыковые стилеобразующие факторы: характер ситуации, обстановка, мимика, жесты, реакция собеседника, особенности взаимоотношений говорящих.

Языковые особенности разговорного стиля. Особенности произношения. Роль интонации, фразового ударения, ритма, пауз в высказывании. Лексическое своеобразие разговорного стиля. Особенности словообразовательной системы разговорной речи. Морфологический и синтаксический (неполные предложения, усеченные словосочетания, слова-предложения) строй разговорной речи. Речевые жанры разговорного стиля.

Язык города как социолингвистическая и стилистическая проблема. Социальное и профессиональное членение городской общности и проблемы языка. «Многоязычие» города и полиглотизм (Б. А. Ларин) горожан. Основные аспекты изучения языка города:

социологический (Б. А. Ларин), региональный (лингвогеографический), коммуникативно-прагматический, культурологический.

Речевой стереотип. Речевые культуры города (литературные: элитарная, среднелитературная, литературно-разговорная, фамильярно-разговорная; нелитературные: просторечная, просторечно-разговорная, диалектная). Стилистический эффект использования «чужой» речевой культуры. «Речевая маска» как языковая игра.

Субъязыки города: русская разговорная речь (РРР), просторечие, профессиональные жаргоны, арг (воровской жаргон), молодежный сленг, язык профессиональных нищих и др. Взаимоотношения субъекты языка города: проблема «переводимости» на литературный язык, иерархия престижности, интеграция. Социолект.

Языковая специфика субъекты языка города. *Русская разговорная речь*: фрагментарность, политемность, алогичность, топтание на месте, навязчивые повторы, трансформация известных языковых клише, «внезапность в смешении высокого строя и домашних потребностей» (Ю. Тынянов), широкое употребление семантически опустошенных слов, называние синонимов, «размытость» лексического значения слова (сдвиг в значении) и т.д. *Просторечие*: бедность речевых ресурсов, повышенная экспрессивность, субстандарт, ослабленная языковая рефлексия, отсутствие выразительных возможностей языка, невосприятие стилистических и коннотативных эффектов. *Молодежный сленг*: стремление к корпоративности, нарушению языковых норм, лексическая специфика (заимствования, арготизмы, диалектизмы и т.д.), особенности словообразования. Проблема интержаргона.

Язык города как «культурологическая лестница»: 1) литературный язык – элитарная культура; 2) просторечие – «третья культура»; 3) наречия, говоры – народная культура; 4) арг, жаргоны – традиционно-профессиональная культура (Н. И. Толстой).

Специфические речевые жанры: устный рассказ, «байка», анекдот, «нелегальный» интеллигентский фольклор советского периода, рассказ-«пластинка» и др.

Разговорность в СМК и рекламе. Тенденции демократизации языка и социальная стабильность общества.

Следует ли «редактировать» разговорную речь? Специфика нормы в разговорной речи.

ТЕМА 9. Язык средств массовой коммуникации

Язык СМК: понятие, функции, разновидности, жанры. Роль СМК в формировании стилистических вкусов и языковых норм. Язык современных СМК – «факт цивилизации» (А. Мейе), а не лингвистическое явление. Язык современных средств массовой информации. Языковые стереотипы: штампы и клише. Универсализация значений (результат использования слова безотносительно контекста) и серийное упорядочение (своеобразная системность газетной фразеологии) в политическом дискурсе как стереотипы-аномалии. Трансформация значений (сдвиг в семантической структуре, накопление новых сем) и максимальная открытость современного газетного узуса. Двойной стилистический стандарт, семантическая подвижность, большая семантическая адекватность языковых стереотипов современной газеты. Цитация и квазичитация в языке газеты. Роль СМК в формировании стилистических вкусов и языковых норм.

Публицистический стиль как разновидность русского литературного языка. Место публицистического стиля в системе стилей литературного языка. Основные функции публицистического стиля. Разновидности публицистического стиля и его жанры. Конструктивный принцип публицистического стиля (сочетание стандарта и экспрессии, логического и образного, оценочного и нейтрального). Языковые особенности публицистического стиля: употребление оценочной публицистической лексики и фразеологии, активное использование новых слов и выражений. Специфика синтаксиса (анафора, эпифора, антитеза, градация, параллелизм, «разговорность»). Метафоричность публицистического стиля. Способы выражения экспрессии в публицистическом стиле.

Стилистика электронных СМИ. Языковая стилистика TV и радио. Специфика общения в интернете. Функции общения в интернете (коммуникативная, игровая, катарсическая). Графический текст как основа общения. «Возрождение» эпистолярного жанра. Монолог, диалог, полилог в интернете. Отсутствие паралингвистических средств как снижение надежности речевого общения. «Смайлики» как суррогат невербалики. Бедность эмоциональной палитры и коннотативных средств. Образ автора в интернете. Речевая маска и мистификация. Проблема инвективы.

Стилистика печатных СМИ. Стилистика газетных жанров. Типы информации и газетные жанры. Информационное поле и информационная норма. Виды запретов. Аргументация в газетных жанрах. Достоверность / недостоверность информации. Виды отступлений от информационной нормы. «Субъективное» и «объективное» в газетном дискурсе. Понятие о стилистике газетных жанров. Использование различных видов чужой речи, определяющих речевую структуру жанра. Взаимодействие авторской и чужой речи. Образ автора и его речевое воплощение в газетных жанрах. Авторизация и чрезмерный субъективизм современных СМИ. Виды оценок и способы их выражения. Оценка и информационная норма. Газетные жанры. Заметка, обзор, отчет, репортаж, статья, очерк, рецензия, фельетон, эссе: структура, функции, тематика, композиция, язык. Виды интервью. «Речевой портрет» в интервью. Монолог, диалог, полилог в интервью. Условия успешной беседы и причины коммуникативных неудач.

Стилистика рекламы. Стилистика рекламы как научная и прикладная дисциплина. Разновидности и жанры рекламы. Жанры газетного дискурса в рекламе (заметка, статья, корреспонденция, репортаж, отчет, рецензия, консультация, рассказ). Элементы научного стиля в рекламе (листовки, проспекты, памятки, альбомы). Черты разговорного стиля в современной рекламе. Ассоциации в рекламе: русское языковое мышление. Влияние стилистического фактора на восприятие рекламы. Языковые и стилистические проблемы современной рекламы. Национальная специфика стилистики рекламы.

ТЕМА 10. Язык духовного (церковного) общения

Язык духовного (церковного) общения как стилистически устойчивый вариант языка. Религиозно-проповеднический стиль как разновидность русского литературного языка. Основная функция религиозно-проповеднического стиля, его разновидности. Языковые особенности религиозно-проповеднического стиля. Жанровая природа религиозно-проповеднических текстов: богослужение (проповедь, акафист, псалом) и богословская. Список литературы (библия, жития святых, духовные стихи, церковные гимны, притчи, легенды, апокрифы, поучения и пр.).

Церковный раскол (XVII в.) и языковые проблемы религиозно-проповеднических текстов. Языковые особенности сектантских (молокане, баптисты, духоборы, хлысты, адвентисты, пятидесятники и др.) и старообрядческих религиозно-проповеднических текстов.

Особенности коммуникативного поведения миссионеров и функционирование религиозно-проповеднических текстов в условиях современной действительности. Языковые особенности «миссионерских» религиозно-проповеднических текстов. Использование элементов религиозно-проповеднического стиля в других стилях.

Доминантный язык в массовом и личном духовном общении.

ТЕМА 11. Язык художественной литературы

Понятие языка словесного искусства. Соотношение национального языка, литературного языка и языка художественной литературы. Статус художественной речи: отношение художественных конструкций к естественному языку. Знаки естественного языка и знаки художественные. Вопрос о существовании / несуществовании правил сочетаемости художественных знаков: нормы литературного языка и эстетическая норма. Вопрос о месте языка художественной литературы в системе функциональных стилей.

Влияние языка на формирование вторичных моделирующих систем (текстов).
Существование в языке потенциальных возможностей для индивидуального отображения мира. Проблема идиостиля.

Проблема значения в языке художественной литературы. Вопрос о множественности художественных кодов. Изучение энтропии поэтического языка.

Поэтическая речь как «речь затрудненная, осложненная, заторможенная», способы вывода поэтической речи из «автоматизма восприятия» (В. Шкловский).

Модуль 3

Раздел 3. СТИЛИСТИКА ЯЗЫКОВЫХ РЕСУРСОВ

ТЕМА 12. Стилистические возможности графики и фонетики

Графика. Пунктуация. Орфография. Авторские знаки. Отсутствие знаков препинания. Супраграфемные средства. Шрифт. Заглавные буквы. Фигурные стихи, визуальные тексты, конкретная поэзия. Графические жанры.

Фонетика. Стили произношения. Парадигматика. Социальная, территориальная, собственно-стилистическая реализация фонем; фонетические варианты слова; просодика, оноματοпεία, звуко-символизм. Синтагматика. Ритмика, рифма (паронимическая, омонимическая, тавтологическая), ассонанс, аллитерация, паронимическая аттракция, липограмма, анаграмма, тавтограмма, анжамбман и др. Фоносемантический анализ текстов.

Проблема графического решения вербального текста. Виды иллюстраций и редактирование. Основные графические погрешности и недочеты. Проблема неблагозвучия. Основные фонетические погрешности и недочеты.

ТЕМА 13. Стилистические возможности лексики и фразеологии

Функционально-стилевая и стилистическая характеристика (диалектизмы, жаргонизмы, вульгаризмы, арготизмы, поэтизмы, книжная лексика, термины, канцеляризмы, профессионализмы) лексики и фразеологии. Стилистические маркеры активной и пассивной (архаизмы, историзмы) лексики и фразеологии; их социально-функциональное расслоение. Стилистические возможности старославянизмов, иноязычных слов и заимствований, калек, варваризмов. Эвфемизмы.

Стилистический конфликт. Макароническая речь. Лексический повтор. Полиптон. *Основные стилистические погрешности и недочеты.*

ТЕМА 14. Стилистические возможности семантики

Фигуры количества (гипербола, литота, мейозис и др.); фигуры качества (тропы / метонимия, метафора, ирония и др.).

Фигуры тождества (сравнения, синонимы-заменители и др.); фигуры неравенства (синонимы-уточнители, градация (нарастание, климакс), разрядка (антиклимакс), каламбур, зевгма и др.); фигуры противоположности (оксюморон, антитеза и др.).

Синонимия. Полисемия. Омонимия. Паронимия. Антонимия.

Семантическое пространство слова в художественном тексте. Приращения смысла и возможности их перевода на другой язык. Динамика семантического пространства слова: инвариантная и вариативная его части.

Основные стилистические погрешности и недочеты.

ТЕМА 15. Стилистические возможности морфологии

Синонимия морфемики. Вариативность в употреблении морфологических категориальных форм.

Частотность частей речи в тексте: имя – глагол. Модуляции глагольного времени в тексте. Морфологические категории и характер сюжета. Законы «хорошего слога» и морфологические формы (морфологический строй пушкинской прозы).

Грамматическое значение и художественный образ. Оппозиции общезыковых и текстовых грамматических значений. Грамматические метафоры. «Поэзия грамматики и грамматика поэзии» (Р. Якобсон). Процессы семантизации грамматических категорий в художественном тексте.

Основные стилистические погрешности и недочеты.

ТЕМА 16. Стилистические возможности синтаксиса

Структура предложений и их стилистические возможности а) с отсутствием или недостатком элементов (эллипс, апосиопеза, номинативные и др.); б) с избыточными элементами (пролепса, полисиндетон и др.); в) инверсия. Переосмысление / транспозиция синтаксических структур.

Параллелизм, анафора, эпифора, анадиплозис, хиазм, симплока, обрамление и др.

Особенности синтаксиса книжно-письменной и устно-разговорной разновидностей литературного языка.

Понятие синтаксической синонимии. Дублетные и параллельные конструкции.

Стилистическая характеристика сложных предложений. Использование сложносочиненных и сложноподчиненных предложений в разных стилях речи. Сравнительная характеристика союзных и бессоюзных сложных предложений. Сложные предложения с несколькими придаточными в разных жанрах речи. Стилистическая оценка бессоюзных сложных предложений. Период как особая форма эмоционально-риторической речи.

Основные стилистические погрешности и недочеты.

Раздел 4. СТИЛИСТИКА ТЕКСТА

ТЕМА 17. Понятие «текст» в современной лингвистике. Основные категории текста. Типология текстов

Текст как объект исследования в философии, психологии, литературоведении, лингвистике. Текст с позиций различных исследовательских подходов: парадигматический, психолингвистический, социолингвистический, семиотический, этнолингвистический. Проблема определения текста: что можно считать текстом. Лингвистическое, философское, герменевтическое, семиотическое, культурологическое понимание текста.

Текст и дискурс. Текст как знак своего значения. Лингвистический текст и текст культуры.

Связность и цельность как основные категориальные свойства текста. Внутренняя (структурная) и внешняя (прагматическая) связность (когезия и когерентность). Лексический и семантический повтор как основные средства когезии.

Функции текста (коммуникативная, когнитивная, эстетическая, смыслообразующая, текст как «генератор смыслов» (Ю.М. Лотман), творческая, суггестивная (внушения), функция коллективной культурной памяти и др.

Проблема типологии текстов: смешение критериев, отсутствие методологической базы, отсутствие единого критерия для типологии. Тип дискурса: художественные (нелитературные, литературные) / нехудожественные (бытовые, утилитарные, научные); научные / ненаучные. Тип речи: устные / письменные; монологические / диалогические. Тип текста: дескриптивный (локальная последовательность), нарративный (темпоральная последовательность), экспозиционный (декомпозиционная / композиционная последовательность), аргументативный (отрицающая последовательность), инструктивный (императивная последовательность) (Э. Верлих).

Тексты моноадресатные / полиадресатные; диспозиционные (расположение фактов в хронологической последовательности) / композиционные (нарушение хронологической последовательности); логические (изложение фактов в причинно-следственных связях) / алогические (нарушение причинно-следственных связей).

Функционально-стилевая (жанровая) типология текстов. Креолизованный текст (Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасова). «Двутекст» (А. Вежбицкая). Реклама как креолизованный текст.

ТЕМА 18. Информационная и семантическая структура текста.

Семантическая структура текста. Виды текстовой информации (И. Р. Гальперин): содержательно-фактуальная, содержательно-концептуальная, содержательно-подтекстовая). Ценность информации, ее энтропия. Семантическая цельность текста. Средства создания семантической изотопии (родо-видовые семы в рамках темы, топикальные (номинативные) цепи, лексико-семантические повторы (метафора, метонимия, синонимия, антонимия, гиперо-гипонимы, анафора, эпифора и т.д.), ключевые слова, слова-фавориты, повторные номинации и т.д.) текста.

Тематическая и коммуникативная заданность текста. Функционально-смысловые типы (композиционно-речевые формы) текста (повествование, описание, рассуждение); их структура и особенности.

Глубинная и поверхностная структуры текста. Содержание и тема текста. Тема и идея. «Сильные» позиции текста (конец, начало, заголовок, эпиграф, ключевые слова) и их свойства. Ключевые слова, (опорные элементы (В. В. Одинцов), ключевой элемент (В. А. Пузырев), смысловые опорные пункты (А. А. Смирнов), смысловые ядра (А. Р. Лурия).

Интерпретация и понимание. Пресуппозиция (термин Г. Фреге). Типы фоновых знаний. Энциклопедия (У. Эко).

Логические основы редактирования: точность, определенность, непротиворечивость, обоснованность. Нарушением законов логики: закона тождества, закона непротиворечия, закона исключенного третьего. Нарушение закона тождества: подмена понятия или тезиса в процессе рассуждения, нагромождение различных по содержанию мыслей в единые тексты. Соблюдение требований закона непротиворечия и закона исключенного третьего: последовательность и непротиворечивость в изложении, четкие и обозначенные ответы на поставленные в тексте вопросы. Следствия нарушения логики изложения: отклонения от заданной темы, неопределенности изложения, противоречия.

Работа над фактическим материалом. Отбор факторов, их проверка и осмысление. Основные принципы отбора фактов.

Приемы и правила цитирования. Сверка цитат с первоисточником. Оформление ссылок. Единообразие написания имен, фамилий, дат, географических названия, терминов.

Редактирование различных функционально-смысловых типов текстов. Повествование: проверка соразмерности частей, устранение непоследовательности изложения, исключение подробностей, необязательных для раскрытия смысла. Описание: набор отдельных деталей, создающих представление о предмете в целом, необходимость исключения вводных частей, не связанных с основной темой изложения. Рассуждение: убеждение читателя при четкости и логичности доказательства.

Редактирование заголовков. Основные требования, предъявляемые к заголовку: соответствие заголовка содержанию и текста, точность, ясность, простота, новизна. Недопустимость использования в пределах полосы или разворота лексически и синтаксически однотипных заголовков. Типичные ошибки в выборе заголовка: заголовок текста шире или уже его содержания, допускается двоякое толкование, невыразительность, стандартность.

ТЕМА 19. Структурно-синтаксическая организация текста

Структурно-синтаксическая организация текста. Средства текстовой связи (единство видовременных форм, лексические повторы, союзы, частицы, синонимические и местоименные замены, назывные, вопросительные предложения и т.д.). Функционально-смысловое структурирование текста (абзац, строфа, параграф, глава, часть и т.д.).

Предложение - сложное синтаксическое целое (ССЦ) – фрагмент – глава – часть – законченное произведение (текст). Текстовый фрагмент, абзац и ССЦ. ССЦ как единица членения текста. ССЦ в различных функциональных стилях. Соотношение ССЦ и абзаца. Типы абзацев. Особенности строения начальных и конечных абзацев.

Понятие о типе изложения (речи). Характеристика типов изложения с точки зрения их отношения к говорящему: изложение от 1-го лица, изложение от 2-го лица, изложение от 3-го лица. Их использование в различных функциональных стилях. Стилистическая характеристика чужой речи: прямой, полупрямой, косвенной, несобственно-прямой.

Понятие композиции. Композиция классическая и свободная.

Работа над композицией текста. Выбор композиционного построения текста в зависимости от его содержания и жанра. Осмысление текста как единого целого, установление соразмерности отдельных частей. Введение рубрикации. Проверка правильности разделения текста на абзацы.

ТЕМА 20. Текст как система и структура. Интерпретация текста

Текст как система и структура. Структурная характеристика текста. Глубинная и поверхностная структуры. Статическое и динамическое представление о структуре художественного текста. Текст как саморазвивающаяся (синергетическая) структура.

Интерпретация как предмет исследования гносеологии, логики, методологии науки, философии языка, семиотики, теории коммуникаций и др. Интерпретация как перевод на другой язык описания (метаязык). Основные подходы к интерпретации: экзистенциально-герменевтического и структурно-семиотического.

Что является предметом интерпретации в художественном тексте. Интерпретация и надынтерпретация (У. Эко). Текст о тексте (метатекст) как результат интерпретации.

Смысл и содержание текста. Причины множественности, но ограниченность интерпретаций художественного текста. Амбивалентные (неоднозначные) структуры художественного текста (игра слов, ирония, алогизм, парадокс, метафора, символ, аллегория, аллюзия, цитата, текст в тексте и др.).

Парадоксы интерпретации У. Эко. Присутствующая и отсутствующая структуры. Роль автора и роль читателя в интерпретации текста.

ТЕМА 21. Интертекстуальность. «Чужое слово» в тексте: стилизация, сказ, пародия

Межтекстовые взаимодействия в пространстве культуры. Интертекстуальность как способ бытия текста. Понятие интертекста с точки зрения Ю. Кристевой, Р. Барта, У. Эко, Н. Фатеевой. «Диалогичность» как свойство текста (М. Бахтин). Прецедентный текст (Ю. Н. Караулов). Способ существования прецедентного текста (натуральный, критика, рецензия, намек, отсылка, цитация, переложение, парафраза, «продолжение», пародия, переделка, экранизация, инсценировка и т.п.).

Текст в тексте (Ю. Лотман, П. Тороп) как результат межтекстовых взаимодействий. Проблема интерпретации интертекстуальных проекций художественного текста. Классификация типов интертекстуальных взаимодействий (Ж. Женетт). Знак интертекстуальности. Вопрос о возможности логико-семиотической интерпретации интертекстуальных взаимодействий художественного текста.

Интертекстуальные взаимодействия и семантическая структура художественного текста. Неограниченный семиозис и пределы интерпретации художественного текста. «Открытое произведение» У. Эко.

«Свое» и «чужое» слово в тексте. Стилизация, пародия как особый вид интертекстуальных проекций. Понятие о типе изложения (речи). Характеристика типов изложения с точки зрения их отношения к говорящему: изложение от 1-го лица, изложение от 2-го лица, изложение от 3-го лица. Стилистическая характеристика чужой речи: прямая, косвенная, несобственно-прямая. Текст пародии как текст вторичный.

Литература

Стилистика

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. – Л., 1973.
2. Балли Ш. Французская стилистика. – М., 1961.
3. Барлас Л. Г. Русский язык. Стилистика. – М., 1978.
4. Валгина Н. С. Теория текста. – М., 2003.
5. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М., 1981.
6. Голуб И. Б. Стилистика русского языка. – М., 2002.
7. Горшков А. И. Русская стилистика. – М., 2001.
8. Кожина М. Н. Стилистика русского языка. – М., 1993.
9. Розенталь Д. Э. Практическая стилистика русского языка. – М., 1987.
10. Скребнев Ю. М. Очерк теории стилистики. – Горький, 1975.
11. Солганик Г. Я. Стилистика текста. – М., 2001.
12. Стилистика русского языка / под ред. Н. М. Шанского. – М., 1989.
13. Стилистический энциклопедический словарь / под ред. М. Н. Кожиной. – М., 2003.

Литературное редактирование

1. Беззубов А. Н. Введение в литературное редактирование. – Спб., 1997
2. Былинский К.И., Розенталь Д.Э. Литературное редактирование. – М., 2011. <http://journ-port.at.ua/publ/21-1-0-597>
3. Гаранина Н. С., Накорякова К. М. Методика редактирования. – М., 1982.
4. Мильчин А.Э. Издательский словарь-справочник. – М., 1998.
5. Мильчин А.Э. Методика редактирования текста. – М., 1980.
6. Мучник Б. С. Культура письменной речи: формирование стилистического мышления. – М., 1996.
7. Мучник Б. С. Основы стилистики и редактирования. – Ростов на/Д., 1997.
8. Сикорский Н. М. Теория и практика редактирования. – М., 1980.
9. Справочная книга редактора и корректора. – М., 1985.
10. Антонова С.Г., Васильев В.И., Жарков Редакторская подготовка изданий: Учебник. М., 2002 http://www.redaktoram.ru/redak_books.php
11. Литературное редактирование. http://www.redaktoram.ru/redak_books.php
12. Соловьев В.И. Подготовка и редактирование информационных изданий http://www.redaktoram.ru/redak_books_download_3_2.php
13. Максимов В.И. Стилистика и литературное редактирование. <http://journ-port.at.ua/publ/27-1-0-289>

ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Наименование темы практического занятия	Обязательные письменные работы
1. Природа стилевых явлений в языке. Понятие «стиль»	1. Проиллюстрируйте небольшими текстами все известные вам стили русского языка, подбирая наиболее выразительный в стилистическом отношении материал. Укажите лингвистические признаки всех стилей. 2. Подберите рекламные тексты, которые содержат

	черты всех известных вам стилей русского языка. Укажите лингвистические признаки всех стилей.
2. Коннотация	3. В 10-15 рекламных текстах определите коннотативно маркированные единицы (назовите конкретный компонент коннотации). Объясните причины появления тех или иных видов коннотации и ее уместность в данном рекламном тексте. 4. Создайте 10 рекламных текстов, используя языковые единицы с различными видами коннотации, целесообразные для данного вида рекламы (укажите конкретный компонент коннотации).
3. Коммуникативный и прагматический аспекты стилистики. Коммуникативная ситуация	5. На основе анализа реальных текстов (интервью): а) охарактеризуйте ситуацию общения; б) определите социокультурные, демографические, психофизиологические, личностные признаки говорящего. Какую роль в выполнении этих задач играет коннотация?
4. Нормативный аспект стилистики. Языковая, стилевая и стилистическая нормы.	6. Сравните систему стилистических помет в толковых словарях русского и английского языков. Определите характер различий. Сделайте выводы о стилистической информативности этих словарей относительно языковой и стилистической норм (какие нормы отражены).
5. Литературное редактирование	7. Проанализируйте любое рекламное издание, основной корпус которого составляет реклама в виде объявлений. Укажите типичные стилистические недочеты. Отредактируйте тексты.
6. Понятие «функциональный стиль»	8. Подберите рекламные тексты, которые содержат черты всех известных вам функциональных стилей русского языка (на каждый функциональный стиль). Укажите лингвистические черты функционального стиля в данном рекламном тексте. 9. Напишите резюме 10. Напишите пресс-релиз 11. Подберите 5-7 рекламных текстов, которые стилистически ориентированы на устную речь города. Обоснуйте целесообразность данного стилистического приема в каждом тексте. В случае необходимости отредактируйте текст.
7. Стилистические возможности графики	12. Проанализируйте графическую стилистику в 15-20 рекламных текстах, буклетах, объявлениях. Найдите графические приемы. Укажите стилистически оправданное (8-10 текстов) и неудачное (8-10 текстов) использование графических средств по отношению к вербальному тексту. 13. В 10-15 рекламных модулях найдите стилистические графические погрешности; отредактируйте текст.
8. Стилистические возможности фонетики	14. Определите фонетические стилистические приемы в 15-20 рекламных текстах. Определите удачные (8-10 текстов) и неудачные (8-10 текстов) в фонетическом отношении тексты. 15. В местных СМК найдите стилистические фонетические погрешности (10-15 контекстов); отредактируйте текст. 16. Создайте 5-7 рекламных текстов, используя

	фонетические приемы ассонанса, аллитерации, паронимической аттракции и др. Помните, что звуковые (фонетические) характеристики текста должны соответствовать его содержанию.
9. Стилистические возможности лексики и фразеологии	17. Определите лексико-фразеологические стилистические приемы в 15-20 рекламных текстах. Определите удачные (8-10 текстов) и неудачные (8-10 текстов) тексты. 18. В местных СМК найдите стилистические лексико-фразеологические погрешности (10-15 контекстов); отредактируйте текст. 19. Создайте 5-7 рекламных текстов, используя лексико-фразеологические приемы.
10. Стилистические возможности семантики	20. Определите семантические стилистические приемы в 15-20 рекламных текстах. Определите удачные (8-10 текстов) и неудачные (8-10 текстов) тексты. 21. В местных СМК найдите стилистические семантические погрешности (10-15 контекстов); отредактируйте текст. 22. Создайте 5-7 рекламных текстов, используя семантические приемы.
11. Стилистические возможности синтаксиса	23. Определите синтаксические стилистические приемы в 15-20 рекламных текстах. Определите удачные (8-10 текстов) и неудачные (8-10 текстов) тексты. 24. В местных СМК найдите стилистические синтаксические погрешности (10-15 контекстов); отредактируйте текст. 25. Создайте 5-7 рекламных текстов, используя синтаксические приемы.
12. Понятие «текст» в современной лингвистике. Основные категории текста. Типология текстов	26. В рекламном тексте определите характер цельности и связности. При необходимости отредактируйте текст.
13. Информационная и семантическая структура текста	27. В рекламном тексте определите сильные позиции текста. 28. В пресс-релизе определите сильные позиции текста
14. Текст как система и структура. Анализ пресс-релизов и рекламных текстов	29. В рекламном тексте или пресс-релизе установите соразмерность отдельных частей, правильность рубрикации и разделения текста на абзацы.
15. Интертекстуальность. «Чужое слово» в тексте: стилизация, сказ, пародия	30. В 10-15 рекламных текстах найдите интертекстуальные знаки.
16. Анализ художественного текста. Интерпретация	31. Произведите стилистический анализ поэтического текста (любое стихотворение).
17. Анализ рекламного текста	32. Произведите стилистический анализ рекламного текста

Содержание практических занятий и практические и творческие задания к каждой теме содержатся в учебном пособии Шляхова С.С. *Стилистика и литературное редактирование: конспект лекций.*— Пермь : Изд-во ПГТУ, 2008 .— 202 с.

Примеры стилистического анализа рекламных текстов содержатся в учебном пособии Шляхова С. С. *Эффективный PR-текст: форма и содержание: учебное пособие.*— Пермь : Изд-во ПГТУ, 2009 .— 386 с.

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

1. ПОНЯТИЕ «СТИЛЬ».

ПРИРОДА СТИЛЕВЫХ ЯВЛЕНИЙ В ЯЗЫКЕ

Предмет и задачи стилистики. Современное состояние стилистики как науки. Становление стилистики как науки. Проблема определения предмета стилистики. Стилистика и другие лингвистические дисциплины. Система стилистик в современной лингвистической науке: внешняя (сопоставительная) / внутренняя; современная / историческая; теоретическая / практическая.

Понятие стиля в стилистике и литературоведении. Стиль как предмет стилистики. Стиль, подстиль, жанр. Стиль как комплекс типичных признаков. Объем и понятие термина “стиль”. Стиль как речевой жанр, идиолект, функциональный стиль, экспрессивный стиль, стиль языка, стиль эпохи.

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

- **Идиостиль (идиолект, индивидуальный стиль)** – 1) индивидуальная манера, способ, которым исполнен данный речевой акт, в том числе произведение (язык и стиль повести) (*Ю. С. Степанов*); 2) совокупность языковых средств, свойственных речи отдельного носителя данного языка; «индивидуальный образ видения», своеобразная манера речи (*Л. Шнитцер, П. Валери*).
- **Речевой жанр** – 1) культурно и исторически сформировавшаяся общепринятая манера, обычный способ исполнения какого-либо конкретного типа речевых актов (*Ю. С. Степанов*): деловая беседа, научная лекция, дружеское письмо, беседа, анекдот и пр.; 2) выделяемый в рамках того или иного функционального стиля вид речевого произведения, характеризующийся единством конструктивного принципа, своеобразием композиции и стилистических структур (*М. Н. Кожина*); 3) совокупность текстов, в которых реализуется определенный способ исполнения текста.
- **Субъязык (подъязык; формы существования языка; языковой вариант; экзистенциальные формы; функциональные страты)** – и максимально узкие, и максимально широкие языковые подсистемы (социальные и территориальные диалекты, поло-возрастные системы и пр.). Их единственный конституирующий признак – более узкая, чем у национального языка в целом, сфера использования. Система любого субъекта языка состоит из 1) абсолютно специфических единиц, свойственных только данному субъекту, 2) относительно специфических единиц, которые принадлежат нескольким субъектам, 3) неспецифические единицы, общие для всех субъектов (*Ю. М. Скребнев*).
- **Функциональный стиль** – разновидность литературного языка, в которой язык выступает в той или иной сфере общения в зависимости от функции.

Традиционно выделяемые функциональные стили: научный, официально-деловой, разговорный, публицистический, художественный. Сегодня можно говорить о собственно деловом, религиозно-проповедническом, рекламном стилях, стилях электронных СМИ и пр.

- **Экспрессивный стиль** – способ исполнения, совокупность языковых средств каких-либо речевых актов, направленных на выражение экспрессии: торжественный (риторический), официальный, фамильярный, пренебрежительный, интимно-ласковый, шутливый (юмористический), насмешливый (сатирический) и др.
- **Эпохи стиль** - языковая парадигма эпохи, состояние языка в стилевом отношении в данную эпоху (Ю. С. Степанов) (стилистика современного русского языка; в стиле 19 века; советский стиль и пр.).
- **Языка стиль** – разновидность национального языка, закрепленная в данном обществе традицией за одной из наиболее общих сфер социальной жизни, и частично отличающихся друг от друга на всех языковых уровнях: нейтральный – книжный (высокий) – разговорный (низкий).



Практическое задание (письменно)

1. Проиллюстрируйте небольшими текстами все известные вам стили русского языка, подбирая наиболее выразительный в стилистическом отношении материал.
2. Подберите рекламные тексты, которые содержат черты всех известных вам стилей русского языка. Укажите лингвистические признаки всех стилей.

2. КОННОТАЦИЯ

Природа стилевых явлений в языке, проблема их классификации. Стилистические средства языка. Коннотация и синонимия. Стилистическая “нейтральность” (гипермаркированность) языковых средств. Понятие коннотации: проблема объема и терминологии.

Коннотативное значение языковых единиц. *Эмоциональный* компонент коннотации. *Оценочный* компонент коннотации (+, 0, –). *Экспрессивный* компонент (остранение; актуализация; эффект обманутого ожидания; отклонение от нормы; усиление признаков, входящих в семантическую структуру слова) коннотации. *Функционально-стилистический* компонент (характеристика условий коммуникации) коннотации. *Фоносемантический* (соотношение звучания и значения) и *мотивационный* (внутренняя форма) компонент коннотации. *Эмпирический* компонент коннотации: 1) определенный набор чувственных признаков (вкус, форма, цвет, вес, объем и пр.) (И. Стернин); 2) личные, индивидуальные знания о явлениях, доступных для чувственного восприятия (реальном или опосредованном) (Э. Кузнецова). *Социальный* компонент коннотации: 1) сведения о субъекте речи (Д. Шмелев, Т. Винокур); 2) степень архаичности / новизны; стилистическая возвышенность / сниженность; региональная / географическая характеристика языковых единиц; окраска языковых единиц, связанная с биологическими признаками носителя языка (П. Гиро). *Культурный, мировоззренческий, культурно-исторический* компонент (Е. Верещагин, В. Костомаров).

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

- **Коннотация** – семантическая сущность, узואльно илиokkaзионально входящая в семантику языковых единиц и выражающая эмотивно-оценочное и стилистически маркированное отношение субъекта речи к действительности при обозначении ее в высказывании, которое получает на

основе этой информации экспрессивный эффект (В. Н. Телия). Довольно размытый термин, который соотносится с другими: стилистическая окраска, эмоционально-экспрессивная окраска, стилистическое значение, стилистическое созначение, лексический фон, эмоциональное наложение, экспрессивная окраска, добавочный смысл как семантическая ассоциация и др.

- **Эмоционально-оценочный компонент коннотации**
- **Экспрессивный компонент коннотации**
- **Функционально-стилистический компонент коннотации**
- **Коннотация в словаре:**

- **функционально-стилистические пометы:** разг., прост., грубо-прост., книжн., спец., научн., общенауч., офиц., офиц.-делов., канц., газетн., публиц., поэтич., народно-поэтич., орат.;

- **эмоционально-оценочные пометы:** бран., ирон., неодобр., шутл., презр., пренебр., укоризн., почтител., ласк.;

- **экспрессивные пометы:** высок., ритор., торж., фам., вульг.

Практическое задание (письменно)

1. В 10-15 рекламных текстах определите коннотативно маркированные единицы (назовите конкретный компонент коннотации). Объясните причины появления тех или иных видов коннотации и ее уместность в данном рекламном тексте.

2. Создайте 10 рекламных текстов, используя языковые единицы с различными видами коннотации, целесообразные для данного вида рекламы (укажите конкретный компонент коннотации).

3. КОММУНИКАТИВНЫЙ И ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ СТИЛИСТИКИ. КОММУНИКАТИВНАЯ СИТУАЦИЯ

Структура и признаки коммуникативного акта

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

- **Структура и признаки коммуникативного акта** (коммуникативной ситуации)

Практическое задание (письменно)

1. На основе анализа реальных текстов (интервью): а) охарактеризуйте ситуацию общения; б) определите социокультурные, демографические, психофизиологические, личностные признаки говорящего. Какую роль в выполнении этих задач играет коннотация?

4. НОРМАТИВНЫЙ АСПЕКТ СТИЛИСТИКИ. ЯЗЫКОВАЯ, СТИЛЕВАЯ И СТИЛИСТИЧЕСКАЯ НОРМЫ

Нормативный аспект стилистики. Литературно-языковая и стилистические нормы; их взаимоотношение. Понятие о литературном стандарте. Специфика стилистической нормы. Стилиевая и стилистическая нормы.

Ошибки стилистические (нарушение стилиевых норм) и нестилистические (нарушение норм лексических, фразеологических, словообразовательных, морфологических, синтаксических). Разграничение речевой ошибки и стилистического

приема с единой лингвистической основой. Стилистическое правило, стилистическая рекомендация, стилистическая погрешность, стилистическая ошибка.

Активное и пассивное владение стилями языка. Учет общенормативных и стилистических требований в устной и письменной речи. Понятие «хорошей речи» и речевой ошибки. Разграничение речевой ошибки и стилистического приема с единой лингвистической основой. Язык художественной литературы и средств массовой информации и стилистическая норма.

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

- **Языковая (общелитературная) норма** – общепринятое употребление, регулярно повторяющееся в речи говорящих и признанное на данном этапе развития литературного языка правильным, образцовым; основные качества – правильность, употребительность, кодифицированность; не связана с ограничением сферы применения; категория культуры речи (*Т. Б. Трошева*).
- **Стилистическая норма** – связана с ограничением сферы применения; категория стилистики; стилистически нормативным является то, что оказывается стилистически уместным для данной сферы общения, функционального стиля, жанра (*Т. Б. Трошева*); основные качества – эффективность, уместность, целесообразность.
- **Стилистическая ошибка (погрешность, недочет)** – вид речевых ошибок, состоящих в употреблении слов, словосочетаний, конструкций, которые не соответствуют стилю данного текста, нарушают требования коммуникативной целесообразности высказывания. Термин «стилистическая ошибка» носит условный характер, поскольку при стилистической ошибке не нарушаются грамматические нормы (*Т. Б. Иванова*): погоня за красотой, немотивированный стилистический конфликт, неблагозвучие и др. Стилистические погрешности и недочеты связаны со степенью развития языкового чутья, вкуса, ощущения языковых нюансов, что часто приводит к субъективным («вкусовым») замечаниям относительно чужого текста.



Практическое задание (письменно)

1. Сравните систему стилистических помет в толковых словарях русского и английского языков. Определите характер различий. Сделайте выводы о стилистической информативности этих словарей относительно языковой и стилистической норм (какие нормы отражены).

5. ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ

Основы литературного редактирования. Предмет и задачи литературного редактирования. Стилистика и литературное редактирование. Литературное редактирование и литературная критика. Понятие «редакторский анализ». Роль редактора в оценке рукописей. О пределах вмешательства редактора в рукопись. Нормы редакторской этики.

Виды и этапы редактирования. Технология редакторского чтения. Виды и задачи правки. Условность границы между возможными видами правки. Правка-вычитка как самостоятельный вид корректирования. Цель правки-вычитки – подготовка оригинала к набору. Методика проведения правки-вычитки. Правка-сокращение. Методика

проведения правки-сокращения, сокращение текста частями, внутритекстовые сокращения (внутри текста, абзаца). Правка-переделка. Литературная запись как вид правки-переделки. Методика проведения правки-переделки. Правка-обработка как основной вид правки, включающий в себя элементы правки-вычитки, правки-сокращения и правки-переделки.

Основные правила исправления текста. Общая методика правки текста. Основные критерии оценки стилистических качеств речи (смысловая, функциональная, эстетическая). Литературные достоинства текста при редактировании.

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

- **Литературное редактирование** – форма речевой деятельности, процесс редактирования языка, стиля, композиции и, шире, всей структуры рукописи, процесс улучшения формы произведения с учетом его содержания с целью достижения адекватности восприятия читателем авторского замысла (*М. П. Сенкевич*).
- **Литературные достоинства текста** – 1) соответствие его структуры информационной ситуации и задачам сообщения (использование целесообразных структур сообщения); 2) содержательность (смысловая насыщенность) сообщения; 3) органичность (подчинение единой цели), противоположность органичности – эклектизм; 4) пропорциональность (соотношение объема текста значимости и сложности проблемы); 5) оригинальность (новизна идей, метода и типа изложения), противоположность – банальность и оригинальничанье; 6) удобочитаемость, лаконичность изложения; 7) адекватная эмоциональная насыщенность (*М. П. Сенкевич*).
- **Редакторский анализ** – анализ текста с позиций пишущего (аналитическое чтение) и с позиций читающего (синтетическое чтение) с целью сравнения замысла пишущего и первоначального восприятия текста читающим (*М. Д. Феллер*).
- **Общая методика правки текста** (Мильчин А.Э., Сенкевич М.П.)

1. Преимущество правки у автора, а не у редактора. Все поправки согласовывать с автором, прислушиваясь к его возражениям.

2. Не начинать правку, не ознакомившись с текстом в целом.

3. Править только после того, как установлена и точно сформулирована причина неудовлетворительности текста.

4. Правя, не выходить за пределы допустимого редакторского вмешательства в авторский текст.

5. Начинать анализ с определения общих и специфических особенностей языка и стиля текста. Минимум поправок, максимум – авторского стиля и приемов. Правки вносить с учетом авторского стиля.

6. Избегать субъективных (вкусных) правок. Ставить под сомнения собственные предложения и поправки.

7. Избегать прямолинейного использования правил и рекомендаций стилистики. Язык произведения – вещь чрезвычайно тонкая и шаблонные действия могут его уродовать, а не улучшать.

- **Основные правила исправления текста** (Мильчин А.Э.)

1. Поправка уместна только тогда, когда ее необходимость можно доказать.

2. Правка должна быть одноступенчатой; исправляя рукопись, надо стремиться устранять все, даже мелкие недостатки, сразу.

3. Все поправки должны хорошо читаться и занимать как можно меньше места.

- **Виды правок** (Мильчин А.Э.)

Правка-вычитка - 1) корректорская вычитка, завершающая подготовку оригинала к печати; 2) правка-вычитка – сличение текста с оригиналом; устранение технических погрешностей (опечаток и ошибок); выбор орфографии, транскрипции, пунктуации и пр.; сверка рубрик текста с оглавлением, проверка нумерации глав, параграфов и пр. Шрифтовые выделения оригинала сохраняются.

Правка-сокращение - доведение рукописи до установленного объема (знаков, строк, листов) за счет устранения растянутостей, повторов, однотипных фактов и мелких подробностей, изложения предыстории, побочных тем, «общих» вопросов и пр. Виды сокращения: 1) упрощение с потерей информации (исключение тривиальной и второстепенной информации); 2) сокращение без потери информации (сужение плана выражения при сохранении плана содержания).

Правка-обработка – устранение погрешностей в композиции рукописи, фактических и логических ошибок, стилистических и грамматических недочетов.

Правка-переделка – подготовка к печати рукописи автора, слабо владеющего литературным языком (письма в газету, воспоминания и пр.), с сохранением его стиля.

• **Стилистические достоинства изложения (Феллер М.Д.):**

1) **простота** - прямая последовательность изложения; 2) **ясность** - предсказуемость, ожидаемость последующих элементов; 3) **точность** - совпадение совпадения названия автором и восприятия читателем понятий и представлений; 4) **связность** - наличие в близлежащих отрывках текста общих языково-понятийных элементов; 5) **понятность** - возможность определить смысл, в котором употреблено слово; 6) **доходчивость** - возможность преодолеть «препятствия» при восприятии; 7) **правильность** - соответствие норме; 8) **чистота и благозвучие** – отсутствие элементов, несвойственных данному строю языка.

• **Максимы Г. Грайса**

Максимы количества: 1) Твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется. 2) Твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется.

Максимы качества: 1) Не говори того, что считаешь ложным. 2) Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований.

Максимы отношения: Не отклоняйся от темы.

Максимы способа: 1) Избегай непонятных выражений. 2) Избегай неоднозначности. 3) Будь краток. 4) Будь организован.



Практическое задание (письменно)

1. Проанализируйте любое рекламное издание, основной корпус которого составляет реклама в виде объявлений. Укажите типичные стилистические недочеты. Отредактируйте текст.

6. ПОНЯТИЕ «ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ СТИЛЬ»

Понятие о функциональном стиле. Проблема выделения стилей; проблемы проницаемости, объективной дискретности, бесконечного множества; проблема метода гипостазирования при выделении стилей. Вопрос о составе функциональных стилей русского языка и критериях их классификаций. Система стилей современного литературного языка. Устная и письменная форма функциональных стилей.

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

- **Научный стиль речи.** Язык научной прозы: понятие, функции, разновидности, жанры. Научный стиль как функциональная разновидность русского литературного языка, обслуживающая область науки, техники,

производства. **Особенности стиля научного изложения:** точность и объективность передачи информации, логичность и отвлеченность изложения, тенденция к однозначности и обобщенности. **Языковые особенности научного стиля.** Научная терминология как стилеобразующий признак научного стиля. Особенности фразеологии научного стиля. Именной характер научного изложения. Своеобразие субъектных отношений в научном стиле. Интеллектуальная экспрессия как существенный признак стиля. Специфика синтаксиса (безличные, неопределенно-личные, номинативные предложения; сложные предложения). **Особенности стиля научно-популярного изложения.** Использование элементов научного стиля в других стилях. Язык современной научной прозы. **Разновидности (подстили)** и жанровая специфика научного стиля: собственно-научный (диссертация, автореферат, доклад, статья и др.); научно-популярный (статья, доклад и др.); учебно-научный (урок, лекция, доклад, сообщение, курсовой проект и др.). Язык и стиль студенческой научной работы: реферат, курсовая и дипломная работа, доклад, сообщение.

- **Официально-деловой стиль речи.** Язык делового общения и официальной переписки: понятие, функции, разновидности, жанры. Актуализация деловой речи в современном дискурсе. Официально-деловой стиль как функциональная разновидность русского литературного языка, обслуживающая деловые отношения между людьми, учреждениями, странами, между гражданами и государством. **Основная функция официально-делового стиля.** **Особенности официально-делового изложения:** стандартное расположение материала в определенной логической последовательности, точность формулировок, устойчивый состав обязательных элементов оформления документа, употребление готовых формул-клише, сжатость, экономное использование языковых средств, слабая индивидуализация стиля, отсутствие эмоциональности. **Языковые особенности официально-делового стиля.** Понятие канцеляризма. Особый характер деловой терминологии, использование номенклатурных наименований, сложносокращенных слов. Именной характер деловой речи. Специфика синтаксиса (неполные, безличные, инфинитивные предложения; страдательные обороты). Использование элементов официально-делового стиля в других стилях. **Разновидности (подстили) делового стиля:** административно-канцелярский, делового общения, законодательный, дипломатический и др. **Жанры делового стиля:** акт, анкета, бланк, ведомость, выписка, деловое письмо, докладная записка, заявление, извещение, объяснительная записка, опись, положение, предложение, представление, прейскурант, программа, протокол, расписание, распоряжение, служебная записка, стенограмма, договор, устав и др.
- **Разговорный стиль речи.** Устная разговорная речь (разговорный язык): понятие, функции, разновидности, жанры. **Условия функционирования разговорного стиля:** неофициальность и непринужденность общения, непосредственное участие говорящих в разговоре, неподготовленность речи, отсутствие предварительного отбора речевого материала, эмоциональность речи, диалогический характер высказывания. **Неязыковые стилеобразующие факторы:** характер ситуации, обстановка, мимика, жесты, реакция собеседника, особенности взаимоотношений говорящих. **Языковые особенности разговорного стиля.** Особенности произношения. Роль интонации, фразового ударения, ритма, пауз в высказывании.

Лексическое своеобразие разговорного стиля. Особенности словообразовательной системы разговорной речи. Морфологический и синтаксический (неполные предложения, усеченные словосочетания, слова-предложения) строй разговорной речи. Речевые жанры разговорного стиля. *Русская разговорная речь*: фрагментарность, политемность, алогичность, топтание на месте, навязчивые повторы, трансформация известных языковых клише, «внезапность в смешении высокого строя и домашних потребностей» (Ю. Тынянов), широкое употребление семантически опустошенных слов, называние синонимов, «размытость» лексического значения слова (сдвиг в значении) и т.д. *Просторечие*: бедность речевых ресурсов, повышенная экспрессивность, субстандарт, ослабленная языковая рефлексия, отсутствие выразительных возможностей языка, невосприятие стилистических и коннотативных эффектов. *Молодежный сленг*: стремление к корпоративности, нарушению языковых норм, лексическая специфика (заимствования, арготизмы, диалектизмы и т.д.), особенности словообразования. **Язык города как «культурологическая лестница**»: 1) литературный язык – элитарная культура; 2) просторечие – «третья культура»; 3) наречия, говоры – народная культура; 4) арготизмы, жаргоны – традиционно-профессиональная культура (Н. И. Толстой). Специфические речевые жанры: устный рассказ, «байка», анекдот, «нелегальный» интеллигентский фольклор советского периода, рассказ-«пластинка» и др. Разговорность в СМК и рекламе. **Арготизмы** – 1) в широком понимании – синоним термина «жаргон»; 2) в строго терминологическом значении – то же, что **блат**, **блатная музыка**, **феня** - условная речь низов общества, криминальных групп и уголовного мира (нищих, воров, мошенников, картежных шулеров, киллеров, рэкетиров и пр.). **Молодежный сленг** – вид социально-профессиональных жаргонов, основу которого составляет молодежная речь. **Просторечие** – социально обусловленная разновидность национального языка, характеризующаяся реализацией средств, находящихся за пределами литературной нормы (в отличие от разговорного языка); отсутствием отчетливой локальной закреплённости (в отличие от территориальных диалектов); неосознанностью носителями просторечия его ненормативного характера (в отличие от жаргонов). **Разговорный язык (разговорная речь)** – одна из двух разновидностей литературного языка, употребляемая в условиях непринужденного общения и противопоставленная кодифицированному книжному языку. **Социально-профессиональные жаргоны** – социальные разновидности речи отдельных социальных и профессиональных групп, объединенных общностью интересов, привычек, занятий, социального положения и пр. (напр., жаргон спортсменов, туристов, солдат).

- **Публицистический стиль речи.** Публицистический стиль как разновидность русского литературного языка. **Язык СМК**: понятие, функции, разновидности, жанры. Роль СМК в формировании стилистических вкусов и языковых норм. Язык современных СМК – «факт цивилизации» (А. Мейе), а не лингвистическое явление. Языковые стереотипы: штампы и клише. Универсализация значений (результат использования слова безотносительно контекста) и серийное упорядочение (своеобразная системность газетной фразеологии) в политическом дискурсе. Трансформация значений (сдвиг в семантической структуре, накопление новых сем) и максимальная открытость современного газетного узуса. Двойной стилистический стандарт, семантическая подвижность, большая семантическая адекватность языковых стереотипов современной газеты.

Цитация и квазицитация в языке современной газеты. **Конструктивный принцип** публицистического стиля (сочетание стандарта и экспрессии, логического и образного, оценочного и нейтрального). **Языковые особенности** публицистического стиля: употребление оценочной публицистической лексики и фразеологии, активное использование новых слов и выражений. Специфика синтаксиса (анафора, эпифора, антитеза, градация, параллелизм, «разговорность»). Метафоричность публицистического стиля.

- **Стилистика газетных жанров.** Традиционные газетные жанры. **Заметка** – сообщение о факте, как правило, общественно значимом; факт сжато выраженный или детализированный; надежный источник информации; актуальность для сегодняшнего дня. **Интервью** – раскрытие темы на основе беседы с авторитетным лицом с целью получения новой (часто эксклюзивной) информации, «портретирования» человека или обсуждения общественно значимых тем; наличие суждения, оценки, комментария, прогноза; виды интервью: сообщение, диалог, опрос, мнение, беседа, прямая линия, размышление, спор. **Корреспонденция** – сообщение о факте (событии) и его анализ, как правило, анализ опыта. **Очерк** – авторское документальное (слабая авторская позиция) и художественно-публицистическое (автор как наблюдатель или участник); истолкование реальных событий и фактов; не имеет тематических ограничений, полистилизм, явная авторская позиция; виды очерка: путевой, судебный, социологический, очерк-портрет, очерк нравов. **Памфлет** – критика «на уничтожение»; сарказм; конкретный объект; афористичность, риторичность, экспрессия. **Репортаж** – одно событие, которое только что произошло или будет происходить (где, что, как, в какой последовательности); предварительное изучение материала для дальнейшего анализа, размышлений, выводов; группа фактов при единстве события / темы и сравнительный анализ (количественный и качественный) события; выход за пределы события при обобщении на основе мнений; автор – свидетель или участник событий; сюжетность, оперативность, динамизм, эмоциональность; авторская оценка и восприятие события. **Рецензия** – идейно-политическая, научная, эстетическая оценка произведений литературы, искусства, науки; соотнесения объекта изучения с непосредственной действительностью; включение объекта изучения в общий контекст науки, искусства, литературы. **Статья** – проблемная статья: изложение сути проблемы (не поверхностное наблюдение, а накопление, изучение и систематизация фактов), доказательство необходимости решения, выводы на основе анализа фактов, теоретических посылок и обобщения данных, показ реальных путей решения проблемы. **Фельетон** – движение от единичного к общему; публицистичность (актуальность, злободневность); художественность (типизация, художественные образы); сатира (оценка и осмеяние); комизм (гипербола, гротеск, фарс); стиливой контраст (разностилевая лексика; смена позитива / негатива, информативности / оценочности); форма сказа (от 1 лица), сказового повествования (от 3 лица), стилизованного повествования (речевая маска) или точка зрения автора как участника или наблюдателя и комментатора. **Эссе** – индивидуальные суждения и оценка темы; размышление не претендует на решение проблемы; эмоциональность, образность, обширное цитирование, афористичность определений и оценок, установка на разговорность; виды эссе: философское, историческое, литературно-критическое, нравственно-психологическое, историко-биографическое.



Практическое задание (письменно)

1. Подберите рекламные тексты, которые содержат черты всех известных вам функциональных стилей русского языка (на каждый функциональный стиль). Укажите лингвистические черты функционального стиля в данном рекламном тексте.

2. Напишите резюме

3. Напишите пресс-релиз

4. Подберите 5-7 рекламных текстов, которые стилистически ориентированы на устную речь города. Обоснуйте целесообразность данного стилистического приема в каждом тексте. В случае необходимости отредактируйте текст.

7. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ГРАФИКИ

Пунктуация. Орфография. Авторские знаки. Отсутствие знаков препинания. Шрифт. Заглавные буквы. Фигурные стихи, визуальные тексты, конкретная поэзия. Графические жанры.

Проблема графического решения вербального текста. Виды иллюстраций и редактирование. Основные графические погрешности и недочеты.

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

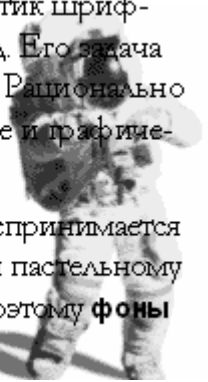
- **Форматирование рекламного текста**

Форматирование - это выбор характеристик шрифтов, строк, фонов и т.д. Его задача – **облегчать усвоение**. Рационально используйте верстальные и графические пакеты.

Фоны. Текст лучше воспринимается черным по белому или пастельному однородному фону, поэтому фоны **используйте осторожно**.

Это выбор характеристик шрифтов, строк, фонов и т.д. Его задача – **облегчать усвоение**. Рационально используйте верстальные и графические пакеты.

Фоны. Текст лучше воспринимается черным по белому или пастельному однородному фону, поэтому **фоны используйте осторожно**.



Рваные фоны (выше) и выворотку (как в этом абзаце) не используйте совсем – это резко снижает читаемость.

Строки. Наиболее читабельная длина строк **до 45 знаков** – используйте несколько колонок текста.

Шрифты. Наиболее читабельны шрифты **с засечками** (типа Times), размером 10-12 кеглей. Шрифты **без засечек используйте ограниченно**, например для заголовков и выделений. (Для Интернет, факсовой и наружной рекламы лучше подходят шрифты без засечек.)

НЕ ПИШИ ЗАГОЛОВКИ, А ТЕМ БОЛЕЕ ТЕКСТ, ПРОПИСНЫМИ БУКВАМИ – ИХ ЧИТАЮТ ПО СЛОГАМ. ПРИ ЭТОМ ТЕРЯЮТСЯ ВЫДЕЛЕНИЯ СОБСТВЕННЫХ СЛОВ И ЦИФР.

Используй буллиты – это улучшает читабельность. А также...

- Буллиты, и

1. Нумерацию абзацев.

Иллюстрации и графика. Увязывай иллюстрации с заголовком и текстом. Маленькие фотографии часто бесполезны. **С графикой не перебарщивай.** Школа А. Репьева: Реклама и маркетинг Mekka Consulting



Практическое задание (письменно)

1. Проанализируйте графическую стилистику в 15-20 рекламных текстах, буклетах, объявлениях. Найдите графические приемы. Укажите стилистически оправданное (8-10 текстов) и неудачное (8-10 текстов) использование графических средств по отношению к вербальному тексту.

2. В 10-15 рекламных модулях найдите стилистические графические погрешности; отредактируйте текст.

8. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ФОНЕТИКИ

Стили произношения. Парадигматика. Социальная, территориальная, собственно-стилистическая реализация фонем; фонетические варианты слова; просодика, ономотопея, звуко-символизм. Синтагматика. Ритмика, рифма (паронимическая, омонимическая, тавтологическая), ассонанс, аллитерация, паронимическая аттракция, липограмма, анаграмма, тавтограмма, анжамбман и др. Фоносемантический анализ текстов.

Проблема неблагозвучия. Основные фонетические погрешности и недочеты.

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

- Ассонанс
- Аллитерация
- паронимическая аттракция
- липограмма
- анаграмма
- тавтограмма
- анжамбман
- благозвучность
- Основные фонетические недочеты¹

Ангофразия – перерыв речи гласными или согласными (м-м-м, э-э-э).

Звуковые ассоциации, связанные с табуированным пространством (*Возле города Пекина ходят-бродят хунвейбины...* В. Высоцкий; *На кой Херли Лиз нужен этот Грант?*).

Зияние – неблагозвучное стечение гласных внутри слова (внутреннее) (*Иоанн*) или между словами (внешнее) (*Используется в авиации, а именно...*).

Неоправданная ритмизация – ритмические фрагменты внутри неритмизированного текста (*Пали всегда по этой цели. Тогда ты будешь лучший*).

¹ Всегда следует помнить о том, что в основе стилистических приемов и стилистических недочетов лежат одни и те же лингвистические механизмы.

Неудачная аббревиация и сокращения – неблагозвучное сокращение слов (*ЕБРР обещал помочь России; Зарубежспецрепрезентация; Интерхимпромооксисинтез*).

Неуместная рифма – рифма, неуместная в данном стиле, тексте (Скоро будет газ у нас).

Случайные звуковые повторы: аллитерация и ассонансы (*Парафиносодержащий пояс “Физомед” – эффективное профилактическое средство; Вдруг взгрустнулось другу, вскоре снова встретит он врага*); анафора (*Порой это просто непростительно так преступно переступать черту, за которой находится чужое пространство*); эпифора (*Премии Армении*); стык (*Президент сам займется ими и их свободами*) и др.

Стечение согласных (Вот характерная строка из одной поэмы для детей: *пупс взбешен...* Попробуйте произнести это вслух! Псвзб – пять согласных подряд. Нужно ненавидеть детей... К. Чуковский).

Практическое задание (письменно)

1. Определите фонетические стилистические приемы в 15-20 рекламных текстах. Определите удачные (8-10 текстов) и неудачные (8-10 текстов) в фонетическом отношении тексты.

2. В местных СМК найдите стилистические фонетические погрешности (10-15 контекстов); отредактируйте текст.

3. Создайте 5-7 рекламных текстов, используя фонетические приемы ассонанса, аллитерации, паронимической аттракции и др. Помните, что звуковые (фонетические) характеристики текста должны соответствовать его содержанию.

9. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЛЕКСИКИ И ФРАЗЕОЛОГИИ

Функционально-стилевая и стилистическая характеристика (диалектизмы, жаргонизмы, вульгаризмы, арготизмы, поэтизмы, книжная лексика, термины, канцеляризмы, профессионализмы) лексики и фразеологии. Стилистические возможности иноязычных слов и заимствований, калек, варваризмов. Эвфемизмы. Стилистический конфликт. Макароническая речь. Лексический повтор.

Основные лексические погрешности.

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

- **Архаизмы** – слова и выражения, вытесненные из активного словаря синонимическими заменами (*Восстав поутру молчаливо, Граф одевается лениво*. А. Пушкин; *позор* «зрелище»).
- **Варваризм** – иноязычное слово или выражение, не до конца освоенное заимствующим языком, чаще по грамматическим причинам (*авеню, денди, фрау, хобби*); близко к экзотизмам.
- **Диалектизм** – языковые элементы, характерные для тех или иных территориальных диалектов (перм. *лыва* «лужа», *баской* «красивый», *капсы* «руки», *браття* «братья»).
- **Заимствования** – полностью ассимилированные языком элементы чужого языка (из греч. *терем, корабль, вишня, уксус, кровать, парус, огурец, колобок, бумага*).
- **Иноязычные (иностранные) слова** – слова, сохраняющие звуковые, орфографические, грамматические следы иноязычного происхождения (*пальто, кафе* – неизменяемые; *спарринг, дриблинг* – «инговые», англоязычные; *вождь, жажда – жд* из старославянского).

- **Историзмы** – слова и выражения, вытесненные из активного словаря по причине неактуальности или исчезновения понятий и явлений (*боливар, вече, визирь, нэпман, гласность, комсомол*).
- **Калька** – слово или выражение, созданное из исконных языковых элементов, но по образцу иноязычных (*небоскреб* < англ. *skyscraper* < *sky* «небо» + *scraper* «скрести»; *водосбор* и *аквилегия* < лат. *Aquilegia* < *aqua* «вода» + *leqo* «собираю»; лат. *objectum* > *объект* и *предмет*; греко-лат. *television* > *телевидение*).
- **Канцеляризмы** – устойчивые языковые элементы, характерные преимущественно для канцелярско-делового подстиля (*зачислить в штат, предоставить отпуск, оказывать помощь, взыскание имущественного ущерба*).
- **Контаминация** – объединение, скрещивание, слияние языковых элементов в новую единицу (*физиомордия* < *физиономия* + *морда* – А. Чехов; *огончарован* < *очарован* + *Гончарова* – А. Пушкин; в амер. англ. *родиться с серебряной ногой во рту* «о Буше-младшем» < *родиться с ногой во рту* «о косноязычном» + *родиться с серебряной ложкой во рту* «о богатом»; *молчать как рыба об лед* < *молчать как рыба* + *биться как рыба об лед*; *нейлон* < *Нью-Йорк* + *Лондон*).
- **Лексический повтор** – повторение слова в контактной позиции (*Роман классический, старинный, отменно длинный, длинный, длинный*. А. Пушкин). **Полиптотон** – лексическое повторение слова на расстоянии, часто в разных падежах (*Ворон к ворону летит, ворон ворону кричит*. А. Пушкин; *Это дедушка дедушку снова На расстрел за измену ведет. Но в мундире, запекшемся кровью, Сам назавтра на нарах гниет*. Т. Кибиров).
- **Макароническая речь** – текст, содержащий иностранные вставки (*В толпе мелькали де старушки, де кадеты; Же не ве па, же н пре па, же не манж па де ля репа...* И. Мятлев; *Пред ним roast-beef окровавленный; Сперва madame за ним ходила, потом Monsieur ее сменил*. А. Пушкин; *Блэк энд уайт*. В. Маяковский; *Купите хлеба энд масла. Ничего, что я по-английски?; У одного испанского графа было два сына – Рауль и Ваня; Тональный крем LOREAL*).
- **Окказионализм** – слово «для данного случая», отличающееся невоспроизводимостью, функциональной одноразовостью, индивидуальной принадлежностью; может переходить в общеупотребительное (*огончарован* – А. Пушкин; *левитанистее, мордемондия, оравнодушеть* – А. Чехов; *бездарь* – И. Северянин; *нобелевка, нетленка* - Стругацкие).
- **Стилистический конфликт** – столкновение в контексте языковых единиц разной стилевой принадлежности или стилистической окраски (*По какому вопросу плачешь? – заботливо спрашивал он ребенка. – Нехорошо. Нет у тебя конкретного возражения, а ты уж в слезы. Ведь голословно плечешься...* М. Зощенко, А. Одинцов «На участке языка»).
- **Тавтология трансформационная** (Б. Норман) – одна семема, представленная в разных грамматических формах и функциях (*Там воля всех сильнее волю Не приневолит вольного. И более всех больнее боль Вернет с пути окольного*. А. Блок).
- **Эвфемизм** – стилистически нейтральное высказывание, употребленное вместо неприличного, грубого, табуированного, нетактичного синонимического выражения (*Можно посмотреть вашу квартиру?; А где домик неизвестного архитектора?* вместо *Где туалет?*; *дополнительный доход* вместо *взятка*; *задерживается* вместо *опаздывает*; *в интересном положении* вместо *беременная*).

- **Экзотизмы** - заимствованные слова и выражения, обозначающие чужие (экзотические) культурные, социальные, исторические реалии (*бай, бек, бешимет, гяур, делибаш, зурна*).
- **Основные лексические погрешности**

1. Неправильный выбор слова а) по стилистической характеристике (*В результате всем видным политикам пришлось публично определить свое отношение к **наезду** на президента*); б) по стилевой принадлежности (*Оперативники выехали на место. **Натюрморт** действительно не из приятных: простыня в крови, у хозяина из груди торчит нож, в комнате кавардак*).

2. Неправильное или неуместное использование иноязычных слов (*Хоккеист за **инфернальное** (инфернальный «адский») выражение был подвержен штрафу; И тут Клинтон устроил **харассмент** в Овальном кабинете; Спортсмен выполнил упражнения с **апломбом***).

3. Неправильное или неуместное использование канцеляризов, диалектизов, поэтизов, варваризмов, экзотизмов и пр. (*Я **проживаю** на Садовом кольце; Давайте продемонстрируем нашу **радость***).

4. Неправильное или неуместное использование речевых штампов (*В **Стране тюльпанов** Богдан Титомир оторвался на славу; Идет процесс развития движения за укрепление сотрудничества; Яркая жизнь оборвалась, подобно натянутой струне*).

5. Неправильное или неуместное использование терминов и специальной лексики (*Пушкин **фиксировал** свою нелюбовь буквально на все лады; Все это несет определенную функцию*).

6. Лексическая и фразеологическая контаминация (*уделить значение < уделить внимание + иметь значение; **предпринять меры** < принять меры + предпринимать действия; молчать как рыба об лед < молчать как рыба + биться как рыба об лед*).

7. Нарушение или разрушение ФЕ (*Прокурор на **голову чище**, чем многие; Он приехал в Россию и угадал **в точку**; Молодость била из него **ключом**; устойчивого оборота (Давайте говорить правде в глаза; Ни в какие **рамки не вяжется**)*).

8. Лексическая избыточность: а) плеоназм – употребление в речи близких по смыслу, а потому излишних слов (*Экологи занимаются проблемами **окружающей среды**; Это аксиома, не требующая доказательств; В результате – **эkleктичный набор разностилевых** кусков; В вашей группе много **прогулов и пропусков***); б) тавтология – разновидность плеоназма: повторение однокоренных слов, а также соединение иноязычного и русского слова, дублирующего его значение; «масло масляное» (*Памятный сувенир; Прейскурант цен; Стоит, кажется, **шагнуть** один шаг – и ты уже в другом измерении; О пользе использования Хаггис*).

9. Лексическая недостаточность (*У них вся **концентрация** (чего, кого?) вокруг личности президента; Мы намерены идти **навстречу** (кому, чему?) и развивать сотрудничество; Меня до **глубины** (чего, какой?) волнует этот вопрос*).

10. Нарушение лексической сочетаемости (*Я уже не был в отпуске как проклятый; Инвайт плюс – самая выгодная победа над жаждой; Автор специально акцентирует на деталях внимание читателя*).

11. Ассоциации, связанные с табуированным пространством (*Эти слова всегда пишут в подъезде и на заборе: Здесь был Вася*).

12. Нагромождение синонимов и близких по значению слов (*Господа присяжные! Положение подсудимого перед совершением им преступления было **поистине адское**. Его нельзя не назвать **трагическим в высшей степени**. **Драматизм** состояния подсудимого был ужасен: оно было **невыносимо**, оно было **чрезвычайно тяжело** и, во всяком случае, **по меньшей мере неудобно**²) и др.*

² Пример А. Ф. Кони.



Практическое задание (письменно)

1. Определите лексико-фразеологические стилистические приемы в 15-20 рекламных текстах. Определите удачные (8-10 текстов) и неудачные (8-10 текстов) тексты.
2. В местных СМК найдите стилистические лексико-фразеологические погрешности (10-15 контекстов); отредактируйте текст.
3. Создайте 5-7 рекламных текстов, используя лексико-фразеологические приемы.

10. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ СЕМАНТИКИ

Фигуры количества (гипербола, литота, мейозис и др.); фигуры качества (тропы / метонимия, метафора, ирония и др.). Фигуры тождества (сравнения, синонимы-заменители и др.); фигуры неравенства (синонимы-уточнители, градация (нарастание, климакс), разрядка (антиклимакс), каламбур, зевгма и др.); фигуры противоположности (оксюморон, антитеза и др.).

Синонимия. Полисемия. Омонимия. Паронимия. Антонимия.

Семантическое пространство слова в художественном тексте. Приращения смысла и возможности их перевода на другой язык. Динамика семантического пространства слова: инвариантная и вариативная его части.

Основные стилистические погрешности и недочеты

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

- **Аллегория** – вид метафоры – выражение отвлеченных понятий в конкретных образах (*осень жизни* – старость, *старуха с косой* – смерть, *двенадцать дочерей Ирода* – болезни; *роза, звезда* - любовь; У А. Пушкина – *Анчар, Пророк*; у М. Лермонтова – *Парус, Утес*).
- **Антиметабола** – вид антитезы, усиленной словесными или корневыми повторами, обычно в виде хиазма (*Мы должны есть, чтобы жить, а не жить, чтобы есть*).
- **Антитеза** – резкое противопоставление семантики, часто через антонимы (*Не отстать тебе. Я – острожница, ты – конвойный. Судьба одна*. М. Цветаева).
- **Антифраз(ис)** – простейший вид иронии – клишированные и стереотипные слова и конструкции, употребляемые всегда в противоположном значении (*Этого еще не хватало!*; *Геркулес* о тщедушном, *Рокфеллер* / *арабский шейх* / *Бил Гейтс* – о бедном, *Аполлон* / *ди Каприо* – о некрасивом).
- **Антономасия** – особый вид метонимии: употребление собственного имени в значении нарицательного (*Мы все глядим в Наполеоны...* А. Пушкин; *Хлестаков, Манилов, донжуан, ловелас, Шварценеггер, Бил Гейтс*).
- **Гипербола** – вид переноса, содержащего преувеличение свойств (степени качества) - размера, силы, значения и т.д. - предмета или явления; выражение эмоциональной оценки (*Сто раз тебе говорил!*; *У меня к тебе дело на миллион*).
- **Градация (климакс, нарастание)** – расположение слов в порядке усиления или уменьшения свойств, степени качества, интенсивности признака в значении (*Вы должны были испустить ручьи, что я говорю, реки, озера, моря, океаны слез*. Ф. Достоевский; *Все грани чувств, все грани правды стерты в мирах, в годах, в часах*. А. Белый).
- **Зевгма** – объединение в одном контексте разноплановой семантики; нарушение семантических запретов, логики при усечении, сокращении (*Он пил чай с женой, с лимоном и удовольствием; Она имела два вставных зуба и доброе сердце*. О. Генри; *И крови-то почти не было – не больше*

полстакана; Он очень интеллигентный. Он монтер. Он полностью окончил семилетку; Наблюдается нить и разные гуманные чувства. М. Зощенко).

- **Ирония** – двойной смысл, где истинным является не прямо высказанный смысл, а противоположный ему (подразумеваемый); степень противоречия между смыслами: **юмор, комический эффект** (отрицание несущественных свойств предмета иронии); **сатира** (полное отрицание предмета иронии); **сарказм** (злая ирония); **гротеск** (сатира с преувеличенным фантастическим изображением предмета иронии).
- **Каламбур** – выражение, построенное на смысловой двуплановости и представляющее собой элементарную логическую ошибку (*Жизнь бьет ключом и все по голове < ФЕ бить ключом «бурно кипеть», бить «стучать», ключ «инструмент»; Шел дождь и два студента*). Ср. **зевгма**.
- **Литота** – вид переноса, содержащего преуменьшение свойств (степени качества) – размера, силы, значения и т.д. – предмета или явления, построенное на отрицании; выражение эмоциональной оценки (*не более наперстка, небезызвестный, не без помощи*).
- **Мейозис** – литота без отрицания (*влетит в копеечку, море по колено, стоит три копейки*).
- **Оксюморон (оксиморон)** – сжатая антитеза – сочетание логически несовместимых понятий (*Горячий снег. Живой труп. За успех нашего безнадежного дела; Убогая роскошь наряда.* А. Некрасов; *Ей весело грустить, такой нарядно обнаженной.* А. Ахматова).
- **Олицетворение** – вид метафоры – наделение неодушевленных предметов признаками и свойствами человека (*земля спит; звезда с звездой говорит*).
- **Парадокс** – краткое, логически завершенное, афористичное высказывание, на первый взгляд, противоречащее здравому смыслу, но содержащее более глубокий смысл, чем общепринятые высказывания (*Лучшее правительство то, которое меньше всего правит.* Джефферсон; *Не откладывай на завтра то, что можно сделать послезавтра; Ничего не делать – очень тяжелый труд.* О. Уайльд)
- **Персонификация** – вид метафоры – полное уподобление неодушевленного предмета человеку, предмет при этом обретает человеческий облик.
- **Разрядка (антиклимакс)** – любое отклонение от расположения значений по принципу нарастания, неожиданное ослабление или снижение. (*Дамы, которые боятся грозы, хотя могли бы спокойно встретиться с дьяволом или даже с мышью.* М. Твен; *Господь, благослови мою Россию, Спаси и сохрани мою Россию, в особенности – Милу и Шاپиро. И прочую спаси, Господь, Россию.* Т. Кибиров).
- **Синонимия. Контекстуальные синонимы** – обусловлены контекстом и ситуацией (*Из заросли поднялся корабль. Разбрасывая веселье, он плыл, как вино, роза, кровь, уста, алый бархат и пунцовый огонь* (А.Грин «Алые паруса»). Синонимы-уточнители ($X+X_{+y}$), сопоставительные синонимы (Y X , а Z X), синонимы-противопоставители (не X , а X), синонимы-разъяснители (X , т. е. X)).
- **Сравнение** – метафора другой формальной структуры: 1) однословные: а) в тексте Тв. п. (*Серой белкой прыгну на ольху.* А. Ахматова); б) в тексте И. п. в составе именного сказуемого или приложения (*Ты жизни моей благодать.* А. Ахматова; *Я не более чем животное кем-то раненое в живот.* М. Цветаева); 2) трехкомпонентные – X как / словно / будто Y (*Саван как деревья белый.* Е. Евтушенко). Виды сравнений: 1) отрицательные (*Не ветер бушует над бором, не с гор побежали ручьи, Мороз-воевода дозором обходит владенья свои.* А. Некрасов; *Нет, не ересь толстовская это, не*

хохла длинноносого бзык – я хочу, чтобы в песенке спетой был всесилен вот этот язык. Т. Кибиров), 2) неопределенные (ни в сказке сказать, ни пером описать; ни рыба ни мясо; ни богу свечка, ни черту кочерга); 3) сравнения с двумя образами (Хандра ждала его на страже, И бегала за ним она, как **тень иль верная жена**. А. Пушкин); 4) скрытое сравнение – один из компонентов подтекста. Метафору и сравнение часто трудно разграничить (И малиновые костры словно розы в снегу цветут. А. Блок). Предмет стилистики – только образное сравнение, где идет сопоставление разноплановой семантики (Она поет, как соловей), а не логическое сравнение, где сопоставляются понятия одной семантики (Она поет, как профессиональная певица).

• Основные семантические погрешности

1. Незнание лексического значения слов пассивного фонда (Спортсмен искренно верит, что есть справедливые **судии**; **Инаугурация** нового магазина состоится завтра).

2. Немотивированная метафора (Пожми руку старому другу (реклама слабительного на фоне унитаза); Интернет – это Чебурашка в ящике с апельсинами, с которого непонятно как брать налоги).

3. Смешение паронимов (Журналист до сих пор в заключении. Его **духовное** состояние вызывает тревогу; **Решимость** поступков президента перестала шокировать общественность; Дикаприо сыграл **заглавную** роль в фильме «Титаник»).

4. Неправильное употребление синонимов (в том числе неуместная экспрессия) (Люди **влачили** свои **сумы**, пробираясь по эскалатору; **Политическая тусовка** в верхах одобрила бюджет).

5. Соединение в однородном ряду логически несовместимых понятий (Я необычайно рад покупке машины и рождению сына).

6. Соединение в однородном ряду скрещивающихся понятий (Среди участников соревнований были **студенты** и **жители Перми**).

7. Соединение в однородном ряду видовых и родовых понятий (Он любил **фрукты, овощи и лимоны**).

8. Амфиболия (двусмысленность) (Казнить нельзя помиловать; Мать любит дочь; Обучение журналистов принесло оцутимые результаты)

9. Неоправданная ирония (Бабулечка тихо отошла в мир иной после удара по ее голове топором).

10. Семантически неоправданные слоган и название товара (Лопушок, Сирень, Киска, Идеал (туалетная бумага); Всегда чистые руки; Без макулатуры и свинца (девизы на туалетной бумаге); Наша газета не для клозета; «Инкубус» (хлебный магазин); Взгляни на свой живот последний раз (реклама средств для похудения).



Практическое задание (письменно)

1. Определите семантические стилистические приемы в 15-20 рекламных текстах. Определите удачные (8-10 текстов) и неудачные (8-10 текстов) тексты.

2. В местных СМК найдите стилистические семантические погрешности (10-15 контекстов); отредактируйте текст.

3. Создайте 5-7 рекламных текстов, используя семантические приемы.

11. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ СИНТАКСИСА

Структура предложений и их стилистические возможности а) с отсутствием или недостатком элементов (эллипс, апосиопеза, номинативные и др.); б) с избыточными элементами (пролепса, полисиндетон и др.); в) инверсия. Переосмысление / транспозиция синтаксических структур.

Синтагматика. Параллелизм, анафора, эпифора, анадиплозис, хиазм, симплока, обрамление и др.

Особенности синтаксиса книжно-письменной и устно-разговорной разновидностей литературного языка. Основные стилистические погрешности и недочеты.

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

- **Анадиплозис** – стык, подхват, повтор предыдущего элемента текста в начале следующей единицы текста (*О весна, без конца и без краю, Без конца и без краю весна.* А. Блок.).
- **Анафора** – повтор элемента текста в начале единиц текста - строфы, стиха, предложения в составе сложного и т. п. (*Клянусь я первым днем творенья, Клянусь его последним днем.* М. Лермонтов).
- **Апосиопеза** – умышленное недоговаривание начатого предложения (*Ну, знаете... Если б я знал...*).
- **Асиндетон** – бессоюзие, когда однородные члены или части сложного предложения намеренно связаны бессоюзной связью (*Вы позвали, я пришел*).
- **Инверсия** – нарушение прямого порядка слов (*С ужасом думал я: к чему все это ведет.* А. Пушкин).
- **Обрамление** – тождественность начальных и конечных элементов текста (*Шаганэ, ты моя, Шаганэ, Там на Севере, девушка тоже. На тебя она страшно похожа, Может, думает обо мне. Шаганэ, ты моя, Шаганэ.* С. Есенин).
- **Параллелизм** – тождественное расположение элементов в смежных фрагментах текста (*Молодым везде у нас дорога, Старикам везде у нас почет.* А. Лебедев-Кумач).
- **Переосмысление синтаксических значений** – предложение различной формальной структуры могут передавать одни и те же значения: несобственно-утвердительные (*Да разве я не говорила?*), несобственно-отрицательные (*Разве я говорил что-либо похожее? Как будто я это специально сделал?*), несобственно-побудительные (*Чай; Скорее, вашу бумагу*).
- **Перифраза** – описательный оборот вместо слова или словосочетания (*город на Неве; страна тюльпанов; уйти из жизни, а где у вас во что налить?; дай чем чистят*).
- **Полисиндетон** – многосоюзие, «избыточный» повтор союзов, чаще в положении анафоры (*И блеск, и шум, и говор волн.* А. Пушкин).
- **Пролепса** – повторение существительного в форме личного или указательного местоимения, вслед за которым идет существительное (*А море, оно совсем другое; Вот она, жизнь*).
- **Симлоск** (симплока) – «сплетение-сочетание» анафоры и эпифоры (*Во поле березонька стояла, во поле кудрявая стояла*).
- **Хиазм** – синтаксический «перевертыш», переkreщивание (*Поглядишь! хандра все любит. А любовь всегда хандрит.* П. Вяземский).
- **Эллипс** – пропуск подразумеваемого элемента текста, который не нарушает понимания текста, поскольку является семантически избыточным (*Мужики – за топоры.* Л. Толстой).
- **Эпифора** – повтор элементов в конце единиц текста - строфы, стиха, предложения в составе сложного и т. п. (*Фестончики, все фестончики: перелинка из фестончиков, на рукавах фестончики, эполеты из фестончиков, внизу фестончики, везде фестончики.* Н. Гоголь).

- **Основные синтаксические недочеты**

Простое предложение

1. Неправильное или слабое управление (*Подобные вопросы требуют согласований суда*).
2. Неоправданная инверсия (*Все прилегающие территории убирают несколько человек*).
3. Неправильный порядок слов (*Магазин провел презентацию коллекции одежды для женщин сезона 2015-2016 года*).
4. Расщепленное сказуемое (стилистически точно только в канцелярском стиле) (*Принимают участие (участвуют) в соревнованиях; Детей надо подвергнуть наказанию (наказать)*).
5. Нарушение координации по смыслу сказуемого и подлежащего (*Большинство сотрудников получили зарплату*).
6. Двойная зависимость форм управления (*Глава администрации распределяет (что?) и управляет (чем?) имуществом и финансами*).
7. Включение деепричастного оборота в пассивную конструкцию (*Подъезжая к станции, у меня слетела шляпа*).
8. Разрушение причастного оборота (*Приведенные факты в статье свидетельствуют о многом*).
9. Несуществующая форма деепричастия / причастия (*Он думал, пиша сочинение, о другом*).
10. Несоответствие времен в предложении с причастным / деепричастным оборотом (*Заказы на рекламу, получаемые агентством (полученные), были выполнены в срок*).
11. Необоснованная однородность деепричастного оборота / деепричастия и глагола (*В помещении возник пожар, который был быстро потушен и не нанесший сильного ущерба*) и др.

Сложное предложение

12. Перегруженность придаточными предложениями.
13. Отсутствие необходимого в письменной речи местоимения в главном предложении (*Особенность Крылова (в том), что большинство фраз из его басен стали крылатыми словами*).
14. Контаминация прямой и косвенной речи (*Президент сказал, что я сделаю все возможное*).
15. Необоснованная замена союза (*Он купил газету, где (в которой) была напечатана эта статья*).
16. Объединение в однородный ряд придаточного предложения и члена главного предложения (*Надо выяснить причины происшедшего (дополнение) и какие следует сделать выводы (придаточное)*) и др.



Практическое задание (письменно)

1. Определите синтаксические стилистические приемы в 15-20 рекламных текстах. Определите удачные (8-10 текстов) и неудачные (8-10 текстов) тексты.
2. В местных СМК найдите стилистические синтаксические погрешности (10-15 контекстов); отредактируйте текст.
3. Создайте 5-7 рекламных текстов, используя синтаксические приемы.

12. ПОНЯТИЕ «ТЕКСТ» В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ. ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ ТЕКСТА. ТИПОЛОГИЯ ТЕКСТОВ

Связность и цельность как основные категориальные свойства текста.

Функции текста (коммуникативная, когнитивная, эстетическая, смыслообразующая, текст как «генератор смыслов» (Ю.М. Лотман), творческая, суггестивная (внушения), функция коллективной культурной памяти и др.

Проблема типологии текстов: смешение критериев, отсутствие методологической базы, отсутствие единого критерия для типологии. Тип дискурса: художественные (нелитературные, литературные) / нехудожественные (бытовые, утилитарные, научные); научные / ненаучные. Тип речи: устные / письменные; монологические / диалогические.

Тексты моноадресатные / полиадресатные; диспозиционные (расположение фактов в хронологической последовательности) / композиционные (нарушение хронологической последовательности); логические (изложение фактов в причинно-следственных связях) / алогические (нарушение причинно-следственных связей).

Функционально-стилевая (жанровая) типология текстов. Креолизованный текст (Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасова). Реклама как креолизованный текст.

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

Дискурс – 1) связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, погруженная в жизнь; эквивалент понятию «речь» в сосюрровском смысле. Различают исследование элемента в «языке» и в «дискурсе»; 2) система ограничений, накладываемых на неопределенное число высказываний с определенной идеологической позиции (феминистский, административный дискурсы). 3) момент речи. Высказывание, взятое в моменте «я-здесь-сейчас», или высказывание, в котором мы принимаем непосредственное участие как его автор или читатель.

Связность (когезия) текста – категория, характеризующая лексико-грамматические особенности соединения в тексте его элементов: предложений, сверхфразовых единств, фрагментов и т. п. (В. Я. Белянин). Понятие связности в самом общем плане может быть определено через повтор: некоторая последовательность знаков на том основании расценивается как связная, что имеет место повторяемость различных знаков, их форм, а также смыслов (В. А. Лукин). Связность знаковых единиц текста в конечном счете служит для повтора некоторого содержания, которое может составлять тему отдельного абзаца, сверхфразового единства... а в предельном случае целого текста (**изотопия** текста, по А. Греймасу). Связь элементов текста, при которой интерпретация одних элементов текста зависит от других. **Формальная (эксплицитная) связность** – связь, выраженная на уровне поверхностной структуры текста при помощи языковых средств (повтор, синонимия, антонимия, согласование по грамматическим категориям, имена собственные и пр.). **Семантическая (имплицитная, смысловая) связность** – связь на основании общего содержания смежных фраз без внешне выраженных (собственно языковых) средств связности (В. Я. Белянин).

Креолизованный (смешанного типа) текст – сочетание вербальных и невербальных, изобразительных средств передачи информации.

Метатекст - текст о тексте.



Практическое задание (письменно)

1. В рекламном тексте определите характер цельности и связности. При необходимости отредактируйте текст.

13. ИНФОРМАЦИОННАЯ И СЕМАНТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ТЕКСТА. АНАЛИЗ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ И РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

Семантическая структура текста. Виды текстовой информации (И. Р. Гальперин): содержательно-фактуальная, содержательно-концептуальная, содержательно-подтекстовая. Ценность информации, ее энтропия. Семантическая цельность текста. Средства создания семантической изотопии (родо-видовые семы в рамках темы, топикальные (номинативные) цепи, лексико-семантические повторы (метафора,

метонимия, синонимия, антонимия, гиперо-гипонимы, анафора, эпифора и т.д.), ключевые слова, слова-фавориты, повторные номинации и т.д.) текста.

Сильные позиции текста.

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

- **Сильная позиция текста** – часть текста, которая может быть понята вне оставшейся части этого же текста, тогда как адекватное понимание целого текста возможно только при условии понимания его сильных позиций; обладают такими свойствами, как метатекстовость; наличие семантических или/и формально-семантических связей со всеми основными частями текста; способность к представлению в сжатом, свернутом виде содержания текста в форме отдельного текстового знака или относительно автономного метатекстового фрагмента текста (*В. А. Лукин*). В. А. Лукин предлагает следующие отличия ключевых слов и сильных позиций текста³:

ключевые слова	сильные позиции
не могут быть выявлены до предварительного анализа текста	могут быть известны получателю до анализа и даже до прочтения (заглавие, эпиграф)
не единожды встречаются на любом участке линейного текстового пространства	в большинстве случаев зафиксированы в тексте и не повторяются
не могут быть самопонятны; «участвуют» в истолковании смысла получателем (интерпретации)	могут быть самопонятны; участвуют в формулировке темы (понимание)
выражены эксплицитно (языковая единица) и имплицитно (любая семиотическая единица)	всегда выражены эксплицитно, занимая участок линейного пространства текста (от слова до текста в тексте)

- **Цельность (целостность) текста** – психолингвистическая категория, которая предполагает единство замысла, семантической программы; некое смысловое единство. Внешние признаки цельности – определенные языковые и речевые границы завершенности (напр., сигналы начала и конца) (*В. Я. Белянин*). Суть цельности в том, что текст как целое всегда больше суммы своих частей; содержание текста не равно простой сумме смыслов, из которых он состоит (*В. А. Лукин*).



Практическое задание (письменно)

1. В рекламном тексте определите сильные позиции текста.
2. В пресс-релизе определите сильные позиции текста

14. ТЕКСТ КАК СИСТЕМА И СТРУКТУРА. АНАЛИЗ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ И РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

Понятие композиции. Композиция классическая и свободная.

³ Лукин В. А.. Художественный текст: основы лингвистической теории и элементы анализа. М., 1999.

Работа над композицией текста. Выбор композиционного построения текста в зависимости от его содержания и жанра. Осмысление текста как единого целого, установление соразмерности отдельных частей. Введение рубрикации. Проверка правильности разделения текста на абзацы.

Практическое задание (письменно)

1. В рекламном тексте или пресс-релизе установите соразмерность отдельных частей, правильность рубрикации и разделения текста на абзацы.

15. ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ. «ЧУЖОЕ СЛОВО» В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ

Интертекстуальность как способ бытия текста. Понятие интертекста. Прецедентный текст (Ю. Н. Караулов). Способ существования прецедентного текста (натуральный, критика, рецензия, намек, отсылка, цитация, переложение, парафраза, «продолжение», пародия, переделка, экранизация, инсценировка и т.п.).

Текст в тексте (Ю. Лотман, П. Тороп) как результат межтекстовых взаимодействий. Классификация типов интертекстуальных взаимодействий (Ж. Женетт). Знак интертекстуальности.

«Свое» и «чужое» слово в тексте. Стилизация, пародия как особый вид интертекстуальных проекций. Текст пародии как текст вторичный.

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

- **Аллюзия** – 1) заимствование лишь определенных элементов исходного текста, по которым происходит их узнавание, предикация (описания некоторого положения вещей) осуществляется по-новому. В случае аллюзии заимствование элементов происходит выборочно, они присутствуют как бы «за текстом» – только имплицитно (у В. Нарбиковой в повести «План первого лица. И второго»: *Я говорил, что в красоте жить нельзя, что ничего не получится*, – это слова героя по фамилии Додостоевский. Из «цитатного атома» «красота» и части фамилии героя «-достоевский» складывается классический тезис Ф. М. Достоевского «красота спасет мир»). 2) Возможностью нести аллюзивный смысл обладают элементы не только лексического, но и грамматического, словообразовательного, фонетического уровней организации текста; он может также опираться на систему орфографии и пунктуации, а также на выбор графического оформления текста – шрифтов, способа расположения текста на плоскости и пр. 3) Аллюзия «намекает» на некое событие, бывшее в действительности либо вымышленное. Аллюзия также может функционировать как средство «расширенного переноса свойств и качеств мифологических, библейских, литературных, исторических персонажей и событий на те, о которых идет речь в данном высказывании», в таком случае «аллюзия не восстанавливает хорошо известный образ, а извлекает из него дополнительную информацию» (И. Р. Гальперин).
- **Интертекстуальность (межтекстовые) связи** – 1) наличие в тексте элементов (частей) других текстов (В. А. Лукин); 2) смысл художественного произведения полностью или частично формулируется посредством ссылки на другой текст, который отыскивается в творчестве того же автора, в смежном искусстве, в смежном дискурсе или предшествующей литературе (Н. П. Смирнов).
- **Интертекстуальных взаимодействий типы** (Ж. Женетт): 1) **собственно интертекстуальность** как соприсутствие в одном тексте двух и более различных текстов (цитата, плагиат, аллюзия и др.); 2) **паратекстуальность** как отношение текста к своей части (эпиграфу, заглавию, вставке, новелле); 3) **метатекстуальность** как соотношение текста со своими предтекстами; 4)

гипертекстуальность как пародийное соотношение текста с профанируемыми им иными текстами; 5) **архитекстуальность** как жанровые связи текстов.

- **Парафраза** – пересказ, переложение текста другими словами (часто – прозы в стихи или стихов в прозу; иногда – сокращенно или расширенно); на парафразе построены жанры подражания, пародии, пересказа (*М. Л. Гаспаров*).
- **Пародия** – комическая стилизация, где «авторский замысел пользуется чужим словом в направлении его собственных устремлений»; автор вводит чужое слово в «смысловую направленность, которая прямо противоположна чужой направленности» (*М. М. Бахтин*).
- **Перифраза** – 1) стилистический прием, состоящий в замене слова или словосочетания описательным выражением; 2) использование формы известного произведения для выражения другого содержания (обычно юмористического или сатирического).
- **Прецедентный текст** – текст, 1) значимый для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях; 2) имеющий сверхличностный характер, т.е. хорошо известный и окружению данной личности, включая предшественников и современников; 3) обращение к которому возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности (*Ю. Н. Караулов*).
- **Реминисценция** - отсылка не к тексту, а к некоторому событию из жизни другого автора, которое узнаваемо (введение имени Н. Гумилева в стихотворение Л. Губанова «На смерть Бориса Пастернака»: *В награду за подземный бой / он был освистан и оплеван. / Тащилась первая любовь / в кровавой майке Гумилева*).
- **Сказ** – тип повествования, ориентированный на живую, резко отличную от авторской, монологическую речь рассказчика, вышедшего из какой-л. экзотической для читателя (бытовой, национальной, народной) среды (*А. П. Чудаков*).
- **Стилизация** – последовательное и целенаправленное воспроизведение существенных черт стиля писателя, литературного течения, разговорного стиля и пр. Существенные черты стиля, взятого за образец, выступают при этом как художественное средство. "Стилизация близка пародии. И та и другая живут двойной жизнью: за планом произведения стоит другой план, стилизуемый или пародируемый. Но в пародии обязательна неувязка обоих планов, смещение их; пародией трагедии будет комедия (все равно, через подчеркивание ли трагичности или через соответствующую подстановку комического), пародией комедии может быть трагедия. При стилизации этой неувязки нет, есть, напротив, соответствие друг другу обоих планов: стилизующего и сквозящего в нем стилизуемого" (*Ю. Тынянов*).
- **Цитата** – это воспроизведение двух или более компонентов исходного текста с сохранением той предикации (описания некоторого положения вещей), которая установлена в тексте-источнике; при этом возможно точное или несколько трансформированное воспроизведение образца. В случае цитации автор преимущественно эксплуатирует реконструктивную интертекстуальность, регистрируя общность «своего» и «чужого» текстов, а в случае аллюзии на первое место выходит конструктивная интертекстуальность, цель которой – организовать заимствованные элементы таким образом, чтобы они оказывались узлами сцепления семантико-композиционной структуры нового текста (*И. П. Смирнов*).



Практическое задание (письменно)

1. В 10-15 рекламных текстах найдите интертекстуальные знаки.

16. АНАЛИЗ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА. ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

Смысл и содержание текста. Причины множественности, но ограниченности интерпретаций художественного текста. Амбивалентные (неоднозначные) структуры художественного текста (игра слов, ирония, алогизм, парадокс, метафора, символ, аллегория, аллюзия, цитата, текст в тексте и др.).

Парадоксы интерпретации У. Эко. Роль автора и роль читателя в интерпретации текста.

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

- **Интерпретация** – работа мышления, которая состоит в расшифровке смысла, стоящего за очевидным смыслом, в раскрытии уровней значения, заключенных в буквальном значении (*П. Рикер*).
- **Роль читателя в интерпретации текста**

1) «Мы имеем дело с текстами, которые включают в себя цитаты из других текстов, и знание о предшествующих текстах является необходимым условием для восприятия нового текста», т.е. потенциальный читатель должен быть носителем своего рода "интертекстуальной энциклопедии" (*У. Эко*).

2) «Множественность фокусируется в определенной точке, которой является не автор, как утверждали до сих пор, а читатель. Читатель - это то пространство, где запечатляются все до единой цитаты, из которых складывается письмо; текст обретает единство не в происхождении, а в предназначении... Читатель - ...некто, сводящий воедино все те штрихи, что образуют... текст» (*Р. Барт*).



Практическое задание (письменно)

1. Произведите стилистический анализ поэтического текста (любое стихотворение).

17. АНАЛИЗ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА



Практическое задание (письменно)

1. Произведите стилистический анализ рекламного текста

ПРИБЛИЗИТЕЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЭКЗАМЕНАЦИОННЫХ ВОПРОСОВ

1. Стилистика как теоретическая и прикладная дисциплина. Система стилистик в современной лингвистике. Стилистика и связи с общественностью.
2. Понятие “стиль” в современной лингвистике. Стиль в PR-текстах.
3. Стилистические средства языка. Коннотация и синонимия на разных языковых уровнях.
4. Проблема коннотации. Коннотация в словаре. Коннотация в рекламном дискурсе.
5. Коммуникативная ситуация и стилистические особенности речи. Коммуникативная ситуация и PR-тексты.
6. Функциональная стилистика. Понятие “функциональный стиль”. Проблема выделения функциональных стилей в современном языковом дискурсе.
7. Язык СМИ. Стилистика газетных жанров. Жанровая специфика PR-текстов.
8. Язык научной прозы. Элементы научного стиля в PR-текстах.
9. Язык делового общения и официальной переписки. Официально-деловой стиль в PR-текстах.

10. Язык художественной литературы.
11. Литературный стандарт и “разговорность” в современном языковом дискурсе. Социальные жаргоны, территориальные диалекты, просторечие, русская разговорная речь. «Разговорность» в рекламном тексте.
12. Литературно-языковая и стилистическая нормы; их взаимоотношения. Стилистическая ошибка и стилистический прием с общей языковой основой.
13. Стилистика языковых ресурсов: стилистические возможности графики и фонетики.
14. Литературное редактирование. Проблема неблагозвучия. Основные фонетические погрешности и недочеты.
15. Стилистика языковых ресурсов: стилистические возможности лексики.
16. Литературное редактирование: основные лексические погрешности и недочеты.
17. Стилистика языковых ресурсов: стилистические возможности семантики.
18. Литературное редактирование: основные семантические погрешности и недочеты.
19. Стилистика языковых ресурсов: стилистические возможности морфологии и синтаксиса.
20. Литературное редактирование: основные синтаксические погрешности и недочеты.
21. Стилистика текста: предмет и задачи. Понятие “текст”. Основные текстовые категории.
22. Цельность и связность как основные текстовые категории.
23. Специфика художественного текста: основные признаки и категории. Реклама как художественный текст.
24. Информационная и семантическая структура текста. Информационная и семантическая структура PR-текстов.
25. Литературное редактирование: работа над композицией текста.
26. Сильные позиции текста. Ключевые слова и сильные позиции. Ключевые слова и сильные позиции в рекламном тексте.
27. Текст как система и структура.
28. Проблемы интерпретации текста.
29. Лингвистический текст и текст культуры. Текст в тексте. Прецедентный текст.
30. Проблемы интертекстуальности. Интертекстуальность в рекламе.
31. Предмет и задачи литературного редактирования. Стилистика и литературное редактирование. Литературное редактирование и литературная критика. Понятие «редакторский анализ».
32. Литературное редактирование. Виды и этапы редактирования. Технология редакторского чтения. Виды и задачи правки.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Издательство, год издания, гриф	Назначение, вид издания	Кол-во экзempl. в библ.	УБ онлайн
1.		Стилистика и литературное редактирование. Под ред. В.И. Максимова.	М.: Гардарики, 2005. – 651 с. Гриф Минобразования РФ.	Учебное пособие для вузов	27	

2.		Стилистика и литературное редактирование: Практикум.	М.: Гардарики, 2004. – 352 с. Гриф Минобразования РФ.	Учебное пособие для вузов	28	
3.		Стилистический энциклопедический словарь / Под ред. М. Н. Кожиной.	М. : Флинта : Наука, 2008	Энциклопедия	22	+
4	Шляхова С.С.	Стилистика и литературное редактирование: конспект лекций.	Пермь : Изд-во ПГТУ, 2008 .— 202 с.	Учебное пособие	30	
6	Голуб И. Б.	Стилистика русского языка 11-е изд.	М.: АЙРИС-пресс, 2010.	Учебное пособие для вузов	15	+
7	Кожина М. Н.	Стилистика русского языка [Текст] : учебник / Кожина Маргарита Николаевна, Дускаева Л. Р., Салимовский В. А.	М. : Флинта : Наука, 2008. - 464 с.	Учебник		+
8	Купина Н. А.	Стилистика современного русского языка.	М.: ЮРАЙТ, 2013.	Учебник		+

Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Издательство, год издания, гриф	Вид издания	Кол-во экзempl. в библи.	УБ онлайн
1.	Голуб И.Б.	Стилистика русского языка.	М.: Айрис-пресс, 2006. – 431 с.	Учебное пособие для вузов	15	
2.	Москвин В.П.	Стилистика русского языка. Теоретический курс.	Ростов-н/Д: Феникс, 2006. – 631 с.	Учебное пособие для вузов	6	
3.	Дроняева ТС.	Стилистика современного русского языка: Практикум.	М.: Флинта, 2001. – 183 с.	Учебное пособие для вузов	9	
4.	Купина Н.А.	Основы стилистики и культуры речи: Практикум.	М.: Флинта, 2004. – 295 с.	Учебное пособие для вузов	10	
5.	Мильчин А.Э.	Методика редактирования текста.	М.: Логос, 2005. – 524 с.	Учебное пособие для вузов	14	
6.	<u>Солганик, Г.Я.</u>	Практическая стилистика русского языка	М. : Академия, 2006 (2007, 2008).— 298 с.	Учебное пособие для вузов	7	
7	<u>Сенкевич, М.П.</u>	Практическая стилистика русского языка и литературное редактирование : сборник упражнений	М. : Высш. шк., 1966 .— 272 с.	Учебное пособие для вузов	1	

8	Шляхова С. С.	Эффективный PR-текст: форма и содержание	Пермь : Изд-во ПГТУ, 2009 .— 386 с.	Учебное пособие	4	
9	<u>Шевченко, О.А.</u>	Лингвистический анализ категории эмотивности в рекламном тексте	Пермь : Изд-во ПГТУ, 2007 .— 51 с.	Учебное пособие для вузов	50	
10	<u>Розенталь, Д.Э.</u>	Секреты стилистики: Правила хорошей речи / Д.Э.Розенталь, И. Б.Голуб	М. : Айрис, 1996 .— 200 с.	Учебное пособие для вузов	1	
11	Голуб И.Б.	Упражнения по стилистике русского языка	М.: Айрис-пресс, 2003 .— 232 с.	Учебное пособие для вузов	1	
12	Голуб И.Б.	Конспект лекций по литературному редактированию	М. : Айрис-Пресс, 2004 .— 431 с.	Учебное пособие для вузов	2	
13	<u>Шустрова, Л.В.</u>	Лексическая стилистика русского языка	М. : Аз, 1995 .— 115 с.	Учебное пособие	1	
14	Солганик Г.Я.	Стилистика текста	М.: Флинта, 2003. – 253 с.	Учебное пособие для вузов	20	
15	Солганик Г.Я.	Стилистика современного русского языка и культура речи	М.: Academia, 2004. – 254 с.	Учебное пособие для вузов	30	
	<u>Голуб И. Б.</u>	<u>Упражнения по стилистике русского языка</u>	9-е изд., испр. и доп. - М.: АЙРИС-пресс, 2009.	Учебное пособие для вузов		+
	<u>Лыткина О. И. -</u>	<u>Практическая стилистика русского языка: учебное пособие</u>	М.: Флинта, 2009	Учебное пособие для вузов		+
	<u>Голуб И. Б.</u>	<u>Русский язык и практическая стилистика. Справочник. Учебно-справочное пособие для бакалавров</u>	2-е изд. - М.: ЮРАЙТ, 2012.	Учебное пособие для вузов		+
	<u>Болотнова Н. С. -.</u>	<u>Коммуникативная стилистика текста. Словарь-тезаурус</u>	М.: Флинта, 2009	Учебное пособие для вузов		+
	<u>Дроняева Т. С.</u>	<u>Стилистика современного русского языка. Практикум</u>	Изд. 8-е - М.: Флинта, 2010.	Учебное пособие для вузов		+
	<u>Брандес М. П. -</u>	<u>Стилистика текста. Теоретический курс</u>	М.: Прогресс-Традиция, 2004.	Учебное пособие для вузов		+
	<u>Романова Н. Н.</u>	<u>Стилистика и стили. Учебное пособие.</u>	2-е изд., стер. - М.: Издательство «ФЛИНТА», 2012.	Учебное пособие для вузов		+

		<u>Словарь</u>				
	<u>Столярова</u> <u>Е. А.</u> -	<u>Стилистика</u> <u>русского языка.</u> <u>Конспект</u> <u>лекций. Учебное</u> <u>пособие</u>	М.: Приор-издат, 2008.	Учебное пособие для вузов		+

Методические пособия, изданные в ПНИПУ

1. Шляхова С.С. Стилистика русского языка и литературное редактирование. Пермь: ПГТУ, 2003. – 95 с.

2. Шляхова С.С. Стилистика и литературное редактирование: конспект лекций.— Пермь : Изд-во ПГТУ, 2008 .— 202 с.

3. Шляхова С. С. Эффективный PR-текст: форма и содержание: учебное пособие.— Пермь : Изд-во ПГТУ, 2009 .— 386 с.

4. Шевченко, О.А. Лингвистический анализ категории эмотивности в рекламном тексте : учебное пособие.— Пермь : Изд-во ПГТУ, 2007 .— 51 с.