



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

Пермский национальный исследовательский политехнический университет
Гуманитарный факультет
Кафедра иностранных языков и связей с общественностью

**Методические указания
по подготовке к практическим занятиям по дисциплине
«Стилистика и литературное редактирование»**

Направление подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с
общественностью»

Профиль

Связи с общественностью и реклама

Квалификация выпускника

Бакалавр

Выпускающая кафедра

Иностранные языки и связи с
общественностью

Форма обучения

очная

Пермь 2017

Составитель: д.филол.н., зав. кафедрой ИЯиСО С.С. Шляхова

Методические указания по подготовке к практическим занятиям по дисциплине «Стилистика и литературное редактирование» для обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» подготовлены на кафедре «Иностранные языки и связи с общественностью» Пермского национального исследовательского политехнического университета. Разработаны в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта бакалавриата по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В планах практических занятий приводится программа учебного курса «Стилистика и литературное редактирование», перечень тем и вопросов практических занятий, перечень вопросов к экзамену, список рекомендуемой литературы по дисциплине «Стилистика и литературное редактирование».

© Пермский
национальный исследовательский
политехнический университет, 2017
© С.С. Шляхова

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины - формирование комплекса знаний, умений и навыков в области стилистики и литературного редактирования. Осмысление стилистических аспектов языка и знакомство с основными положениями литературного редактирования позволит будущему специалисту по связям с общественностью находить наиболее эффективные языковые стратегии и тактики создания текста. Принципиально важными являются прагматические цели: показать студентам «практические выходы» теоретического знания.

В процессе изучения данной дисциплины студент расширяет и углубляет следующие компетенции:

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

Задачи учебной дисциплины:

- изучение теоретических основ русской стилистики, актуальных проблем современной стилистической науки;
- формирование умения правильного и обоснованного использования знаний стилистической теории при изучении современного языкового материала, связанного с теорией и практикой связей с общественностью и рекламы;
- формирование навыков практического использования стилистических знаний, в том числе и при литературном редактировании текстов, составлении профессиональных текстов (пресс-релиз, реклама, кейс-история и пр.), анализа коммуникативных характеристик ситуации и стилистики общения.

ПРОГРАММА УЧЕБНОГО КУРСА

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 подязыков (субязыков). Субязык 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; подязык; языковой вариант; субязык; экзистенциальные 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 стиливых явлений в языке. Коннотация

Природа стиливых 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, арго (воровской жаргон), молодежный сленг, язык профессиональных нищих и др. Взаимоотношения субъектыязыков города: проблема «переводимости» на литературный язык, иерархия престижности, интеграция. Социолект.

Языковая специфика субъектыязыков 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, невосприимчивость 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) арго, 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 СМК. 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 СМК. 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 СМК. 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, ониматопея, звукоимитация. 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. Полиптотон.

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 морфем. 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 поэмы).

Грамматическое значение и художественный образ. Оппозиции общеязыковых 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, анадиплосис, 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. Употребление 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 названий, 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 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. 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.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Борисова, Е. Г. Стилистика и литературное редактирование : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е. Г. Борисова, Е. Ю. Геймбух. М. : Изда-тельство Юрайт, 2017
2. Голуб И.Б.. Литературное редактирование: учеб. пособие / И.Б. Голуб. - М.: Логос. - 432 с. — (Новая университетская библиотека).. 2010 <http://knigi.link/redaktirovanie-literaturnoe-stilistika/literaturnoe-redaktirovanie-ucheb-posobie.html>
3. Руженцева Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов. Учебное пособие. «ФЛИНТА» 2016.
4. Стилистика и литературное редактирование в 2 т. учебник для академического бакалавриата / Л. Р. Дускаева [и др.] ; отв. ред. Л. Р. Дускаева. М. : Издательство Юрайт, 2016.
5. Стилистика и литературное редактирование. Под ред. В.И. Максимова. М.: Гардарики, 2005. – 651 с. Гриф Минобразования РФ. Учебное пособие для вузов
6. Стилистический энциклопедический словарь / Под ред. М. Н. Кожинной. М. : Флинта : Наука, 2008. Энциклопедия
7. Шляхова С. С. Эффективный PR-текст: форма и содержание: учебное пособие.— Пермь : Изд-во ПГТУ, 2009 .— 386 с.
8. Шляхова С.С. Стилистика и литературное редактирование: конспект лекций. Пермь : Изд-во ПГТУ, 2008 .— 202 с. Учебное пособие

Дополнительная литература

1. Антонова С.Г., Васильев В.И., Жарков Редакторская подготовка изданий: Учебник. М., 2002 http://www.redaktoram.ru/redak_books.php
2. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. – Л., 1973.
3. Беззубов А. Н. Введение в литературное редактирование. – Спб., 1997
4. Былинский К.И., Розенталь Д.Э. Литературное редактирование. – М., 2011. <http://journal-port.at.ua/publ/21-1-0-597>
5. Гаранина Н. С., Накорякова К. М. Методика редактирования. – М., 1982.
6. Голуб И. Б. Стилистика русского языка. – М., 2002. <http://www.libros.am/book/read/id/355896/slug/stilist>
7. Горшков А. И. Русская стилистика. – М., 2001.
8. Кожина М. Н. Стилистика русского языка. – М., 1993.
9. Купина Н. А. Стилистика современного русского языка. М.: ЮРАЙТ, 2013.
10. Литературное редактирование. http://www.redaktoram.ru/redak_books.php
11. Максимов В.И. Стилистика и литературное редактирование. <http://journal-port.at.ua/publ/27-1-0-289> М.: Гадарики. <http://www.studfiles.ru/preview/4533640/>
12. Мильчин А.Э. Издательский словарь-справочник. – М., 1998.
13. Мильчин А.Э. Методика редактирования текста. – М., 1980.
14. Мучник Б. С. Культура письменной речи: формирование стилистического мышления. – М., 1996.
15. Мучник Б. С. Основы стилистики и редактирования. – Ростов на/Д., 1997.
16. Розенталь Д. Э. Практическая стилистика русского языка. – М., 1987.
17. Сикорский Н. М. Теория и практика редактирования. – М., 1980.
18. Скребнев Ю. М. Очерк теории стилистики. – Горький, 1975.
19. Соловьев В.И. Подготовка и редактирование информационных изданий http://www.redaktoram.ru/redak_books_download_3_2.php
20. Справочная книга редактора и корректора. – М., 1985.

21. Стилистика и литературное редактирование: Практикум. М.: Гардарики, 2004. – 352 с. Гриф Минобразования РФ. Учебное пособие для вузов

Список ресурсов Интернет

- **Кругосвет Энциклопедия** http://www.krugosvet.ru/cMenu/08_00.htm.
- **Культура письменной речи** Портал URL: <http://www.gramma.ru> Журнал «Русский язык. Актуальные проблемы»; реформа орфографии русского языка; правила оформления документов; школьная программа по русскому языку и литературе, методические рекомендации учителям-словесникам; материалы и обсуждения единого государственного экзамена. Библиотека (русская художественная литература XX века). Справочный отдел: словари русского языка.
- **Лингвистика в России:** ресурсы для исследователей Научно-образовательный портал URL: <http://uisrussia.msu.ru/linguist/index.jsp>
- **Мир слова русского** Портал. URL: <http://www.rusword.org> Словари он-лайн: Даль, Ожегов, словарь лингвистических терминов, социологический словарь, энциклопедический словарь, энциклопедия псевдонимов. Подборка статей по русской филологии и философии, современным проблемам языка и истории славянской письменности; словари русского языка; коллекция афоризмов и крылатых выражений выдающихся личностей всех времен и народов, полный текст вечной книги - Библии, а также лингвистический, энциклопедический и социологический словари.
- **Проверка слова** **Онлайн-сервис** портала Грамота.Ру <http://www.gramota.ru/> Проверка по различным словарям русского языка, возможность подключения/отключения отдельных словарей.
- **Российская лингвистика** URL: <http://rusling.narod.ru/index.htm> Задача раздела – предоставить лингвистам «информационную карту» области: где можно получить ту или иную полезную информацию. В качестве прототипа выбран известный сайт *Linguist List*
- **Русские словари. Служба русского языка** Портал URL: <http://www.slovari.ru/> Раздел "Вопросы специалистам (дежурный лингвист)". Словари РЯ, в том числе, 4-томный «Словарь русского языка» под редакцией А.П.Евгеньевой. Для интерактивных словарей приводятся правила формирования поисковых запросов. Справочная литература: грамматика русского языка.
- **Русский язык** Справочно-информационный портал (Грамота.Ру). URL: <http://www.gramota.ru/> Справочный раздел, словари; информация о научных конференциях, в том числе, интернет-конференциях; научный журнал, раздел «Класс» (изучение русского языка, РКИ, библиотека русской литературы, олимпиады по русскому языку) и т.д.
- **"Русский филологический портал"** Библиотека научных статей по языкознанию (общее языкознание, русский язык, европейские языки, восточные языки) и литературоведению, в том числе, препринты. Библиотека лингвистической литературы. URL: <http://www.philology.ru/>
- **Русское письмо** www.character.webzone.ru Обширная информация по истории русского языка; снимки с рукописей.
- **Сайт российских студентов-филологов** URL: <http://www.durov.com/>
- **Справочный раздел** портала "Культура письменной речи". URL: <http://www.gramma.ru/SPR/?id=1.0> Словари сочетаемости, иноязычных выражений, паронимов, фразеологизмов и устойчивых выражений, литературоведческих терминов, орфоэпический словарь, терминология в делопроизводстве; прописная - строчная, названия жителей, географические названия и имена и фамилии. Можно задать вопрос по правописанию эксперту.
- **E-LINGVO.NET - проект Linguistica** <http://linguistica.spb.ru/index.html> Посвящен языкознанию, литературоведению, а также другим филологическим дисциплинам. Содержит статьи, различные художественные произведения в кратком и полном изложении; учебные пособия в электронном виде.
- **FILOLOGIA.su – Филология и лингвистика.** URL: <http://filologia.su/home> Библиотека текстов. Гуманитарный Рунет. Лексикология. Лингвистика. Лингвистическая экспертиза. Литература. Литературные премии. Филология. Форумы.
- **Glottopedia.Org** - специализированный энциклопедический лингвистический онлайн-ресурс, аналогичный Википедии. URL: <http://www.glottopedia.org/>
- **Подборка статей филологической, лингвистической и семиологической тематики** М.Бахтин, Ю.Лотман, Б.Уорф, Э.Сепир, Р.Якобсон и др. URL: <http://policy03.narod.ru/7.html>
- **Поиск по лингвистическим сайтам** URL: <http://ruthenia.ru/tiutcheviana/search/ling.html>

Русскоязычные электронные библиотеки

- [Книги по лингвистике и русистике](#) в библиотеке филолога E-Lingvo.net
- [Книги по лингвистике и языкознанию](#) в библиотеке Гумер
- [Русский филологический портал. Статьи по языкознанию](#)
- [Литература по лингвистике и филологии](#) в библиотеке Языкового острова
- [Статьи и диссертации по языкознанию из научных библиотек](#)
- <http://www.elibrary.ru/> — Научная электронная библиотека (РФФИ, Москва). В настоящее время здесь предоставляется доступ к журналам 40 издательств таких как: ИНИОН РАН, Elsevier Science, Academic Press, Kluwer, Springer, Birkhauser Publishing, Blackwell Science, Pergamon и др.
- <http://www.rsl.ru/> — Российская государственная библиотека. Объединенный электронный каталог содержит описания на отечественные книги и диссертации с 1994, иностранные книги с 1999, авторефераты с 1987, нотные издания, инкунабулы, иностранные старопечатные книги, книги кирилловского шрифта. Возможен поиск в некоторых отдельных базах.
- <http://www.nlr.ru/> — Российская национальная библиотека. Сканированный массив карточек Генерального алфавитного каталога книг на русском языке включает библиографические записи (БЗ) книг, изданий, сборников нормативно-технических документов, авторефератов диссертаций, микрофильмов, периодических и продолжающихся изданий. БЗ периодических и продолжающихся изданий включают только общие сведения об этих изданиях без информации о наличии отдельных томов, выпусков, номеров. В ГАК не представлены БЗ нот, картографических материалов и газет. ГАК включает более 7 млн. карточек. Содержит основные и добавочные БЗ под заголовком или под заглавием, а также ссылочные и справочные карточки. Литература на иностранных европейских языках с 1994 г. представлена в отдельном электронном каталоге. Прочие каталоги.
- <http://philologos.narod.ru/> — РОЕТИКА. Материалы по теории языка и литературы. Разделы: "Темы и тексты", "Учебники", "Библиография", "Теория текста", "Personalia" (фрагменты редких в сети работ А.А. Потебни, Б.М. Эйхенбаума, Ю.Н. Тынянова, Н.С. Трубецкого, Г.П. Мельникова, С.С. Аверинцева). А также разделы "Мифы народов мира", "Художник и словесность", "Изосемиотика", "Философия искусства".
- [Текстология.Ру](#). Сайт, посвященный, текстологии.
- [Каталог Zipsites.ru](#) Общие вопросы языкознания. Вспомогательные науки и источники филологии. Социоллингвистика.
- [Ресурсный сайт М.Ю.Олешкова](#) (oleshkov.ru) Библиотека сайта – пополняющееся собрание книг и статей по актуальным проблемам лингвистики, философии, психологии и педагогики.

ЛЕКЦИОННЫЙ КУРС

№ п.п.	Номер темы дисциплины	Наименование темы лекции	Кол-во час.
1	2	3	
1	Тема 1	Природа стилевых явлений в языке. Понятие «стиль».	2
2	Тема 2	Коннотация.	2
3	Тема 3	Коммуникативный и прагматический аспекты стилистики. Коммуникативная ситуация.	2
4	Тема 4	Нормативный аспект стилистики. Языковая, стилевая и стилистическая нормы. Литературное редактирование.	2
5	Тема 5	Понятие «функциональный стиль».	2
6	Тема 17	Понятие «текст» в современной лингвистике. Основные категории текста. Типология текстов.	2
7	Тема 19	Информационная и семантическая структура текста. Текст как система и структура.	2
8	Тема 21	Интертекстуальность. «Чужое слово» в тексте: стилизация, сказ, пародия	2
			16

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

№ п.п.	Номер темы дисциплины	Наименование темы практического занятия	Кол-во час.
1	2	3	4
1	Тема 1	Природа стилевых явлений в языке. Понятие «стиль».	2
2	Тема 2	Коннотация.	2
3	Тема 3	Коммуникативный и прагматический аспекты стилистики. Коммуникативная ситуация.	2
4	Тема 4	Нормативный аспект стилистики. Языковая, стилевая и стилистическая нормы.	2
5	Тема 4	Литературное редактирование.	2
6	Тема 5	Понятие «функциональный стиль».	2
7	Тема 12	Стилистические возможности графики.	2
8	Тема 12	Стилистические возможности фонетики	2
9	Тема 13	Стилистические возможности лексики и фразеологии.	2
10	Тема 14	Стилистические возможности семантики.	2
11	Тема 16	Стилистические возможности синтаксиса.	2
12	Тема 17	Понятие «текст» в современной лингвистике. Основные категории текста. Типология текстов.	2
13	Тема 19	Информационная и семантическая структура текста.	2
14	Тема 18	Текст как система и структура. Анализ пресс-релизов и рекламных текстов.	2
15	Тема 21	Интертекстуальность. «Чужое слово» в тексте: стилизация, сказ, пародия	2
16	Тема 20-21	Анализ художественного текста. Интерпретация.	2
17	Тема 20-21	Анализ рекламного текста.	4
			36

Обязательные письменные работы по дисциплине

Во время проведения практических занятий студент обязан выполнить письменные работы согласно графику проведения практических занятий. 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. (хранится на кафедре ИЯиСО)

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. Коннотация	2. 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. 3. 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	4. 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?

ситуация	
4. Нормативный аспект стилистики. Языковая, стилевая и стилистическая нормы.	5. 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	6. Проанализируйте любое рекламное издание, основной корпус которого составляет реклама в виде объявлений. Укажите типичные стилистические недочеты. Отредактируйте тексты.
6. Понятие «функциональный стиль»	7. 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. 8. Напишите резюме 9. Напишите пресс-релиз
7. Стилистические возможности графики	10. 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. 11. В 10-15 рекламных модулях найдите стилистические графические погрешности; отредактируйте текст.
8. Стилистические возможности фонетики	12. Определите фонетические стилистические приемы в 15-20 рекламных текстах. Определите удачные (8-10 текстов) и неудачные (8-10 текстов) в фонетическом отношении тексты. 13. В местных СМК найдите стилистические фонетические погрешности (10-15 контекстов); отредактируйте текст. 14. 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	15. Определите лексико-фразеологические стилистические приемы в 15-20 рекламных текстах. Определите удачные (8-10 текстов) и неудачные (8-10 текстов) тексты. 16. В местных СМК найдите стилистические лексико-фразеологические погрешности (10-15 контекстов); отредактируйте текст. 17. Создайте 5-7 рекламных текстов, используя лексико-фразеологические приемы.
10. Стилистические возможности семантики	18. Определите семантические стилистические приемы в 15-20 рекламных текстах. Определите удачные (8-10 текстов) и неудачные (8-10 текстов) тексты. 19. В местных СМК найдите стилистические семантические погрешности (10-15 контекстов); отредактируйте текст. 20. Создайте 5-7 рекламных текстов, используя семантические приемы.
11. Стилистические возможности синтаксиса	21. Определите синтаксические стилистические приемы в 15-20 рекламных текстах. Определите удачные (8-10 текстов) и неудачные (8-10 текстов) тексты. 22. В местных СМК найдите стилистические синтаксические погрешности (10-15 контекстов); отредактируйте текст. 23. Создайте 5-7 рекламных текстов, используя синтаксические приемы.
12. Понятие «текст» в современной лингвистике. Основные категории текста. Типология текстов	24. В рекламном тексте определите характер цельности и связности. При необходимости отредактируйте текст.
13. Информационная и семантическая структура текста	25. В рекламном тексте определите сильные позиции текста. 26. В пресс-релизе определите сильные позиции текста
15. Интертекстуальность. «Чужое слово» в тексте: стилизация, сказ, пародия	27. В 10-15 рекламных текстах найдите интертекстуальные знаки.

16. Анализ художественного текста. Интерпретация	28. Произведите стилистический анализ поэтического текста (любое стихотворение).
17. Анализ рекламного текста	29. Произведите стилистический анализ рекламного текста

1. ПОНЯТИЕ «СТИЛЬ». ПРИРОДА СТИЛЕВЫХ ЯВЛЕНИЙ В ЯЗЫКЕ

Предмет и задачи стилистики. 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. 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; экзистенциональные 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 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, шуточный (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. Укажите лингвистические признаки всех стилей.

2. КОННОТАЦИЯ

Природа стилевых явлений в языке, проблема их классификации. Стилистические средства языка. Коннотация и синонимия.

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, узуально или окказионально 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.

Материал для анализа

В рекламных текстах определите коннотативно маркированные единицы. Объясните причины появления тех или иных видов коннотации и ее уместность в данном рекламном тексте.

1-10 (1) Фиш. Лучшая фишка на вашем столе; (2) Неоимунелле для нео-оптимистов; (3) Даже если нет заначки, стану я владельцем тачки!; (4) «Миринда» новая, понтовая, лиловая; (5) Семечки «Славянские». Конкретные. Авторитетные. Модные; (6) Яндекс. Чистая почта. Без спама, без вирусов, без баннеров; (7) «Покровский хлеб». Наше упакованное будущее;

(8) Nats Клубничка. Закрой глазки, открой ротик; (9) «Ревиталифт» - двойной лифтинг; (10) Вы отведаете вкус неповторимых японских блюд – суши, роллы, сашими. Это натуральные полезные продукты как для новичков, так и для искушенных ценителей японской кухни. К блюдам Вам предложат саке или японское вино.

► 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 (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)okkaзиональные 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).

Знать, понимать, формулировать обязательно:

Термины и понятия

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

Материал для анализа

На основе анализа реальных текстов а) охарактеризуйте ситуацию общения; б) определите социокультурные, демографические, психофизиологические, личностные признаки говорящего (пол, возраст, образование, темперамент и пр.); в) попытайтесь определить автора того или иного текста. Какую роль в выполнении этих задач играет коннотация?

1) Я думаю, что эмиграция шла по индивидуальным причинам, но в целом вызвана она была духовными катаклизмами в нашей стране... Надеюсь, что русская

эмиграция войдет в русло нашей общей национальной жизни. Сегодня я не вижу в этом глубоких противоречий. Нет никаких оснований для противостояния.

2) Недавно я оказалась не на высоте. Один географ пишет книгу о русских в Африке. Он позвонил мне и попросил рассказать. Он, словом, сказал, что пишет книгу (и хочет там написать о Николае Степановиче). А я, оказывается, так не люблю экзотику, так не люблю, что вытеснила все из памяти. Так, немножечко, я ему рассказала, а подробностей никаких не помню. А у них ничего нет, все потеряно, уничтожено.

3) У меня есть книжка, которую сумасшедший писал! Хотите в коллекцию? Право, я таких дураков никогда не читывал! «Логико-грамматические и философско-идеологические этюды Студентского»... не с Канатчиковой дачи? А? Непременно приобретите! Точку, видите ли, он рекомендует через 23 и 5/10 слова один раз ставить, запятую каждые семь слов, а восклицательный знак – на полях. Мне ведь на книгах не спать, я их продаю, а вы в цене упираетесь. Подарить уж что ли вам? Этакую ерундику.

4) Жаль. Разве узнаешь, кто – кто. А хотелось бы. Если даже морду не бить, то хоть знать, кому руки не подавать. Впрочем, кое-кого вычислить можно. Ибо именно на деталях прокалываются преступники, в том числе и самые высокопоставленные. Уж не уплыли ли материалы втихаря от всевидящей «конторы»?

5) Жили они очень скромно, но все-таки Александра Николаевна, хотя она говорила сама, что она плохая хозяйка, но она всегда что-то или пекла, или было какое-то печенье... бутерброды какие-то, чай. Никогда никакого спиртного. Тогда вообще не считалось даже и ну не то что пристойным, а ну просто не было такого узуса.

6) Я в девках-то первой бес была, писен много знала, на вечеровишшах всегда затягалай была. Замуж вышла в свою же деревню – жись-то шибко не повезла, робятишок одной приштелоса растить, да я не согнулася: кто, брат, умеет писни петь, тот умеет горе мыкать. Раньше к обедне ходили снарядны: пару надевали, у кого есть, надевали платки злизами. Платок злизами – такой жо платок шелковой; етот платок он на свет токо злизами. Да еще старой подовинник сватался ко мне: мне двадцати не было, а ему уж 30; старым подовинником звали этих-ту робят. Я ему и скажи: «Ты, старой подовинник, не дозорь меня и не ухаживай». Большого-то хозяйства у нас не было. Како-то у отца все оскотье было: то корову убьет, то лошадь падет; подъело подколенные жилы – записались на хутор. Когда я замужью-то пошла, дак тогда только мануфактура начала проклевываться, уж с год ле че ли с мужем-то жила.

7) Я выпил свой чай. Налейте, пожалуйста, чай бывшему Гете. Мой организм подточен. Вчера, когда вставал с постели, у меня вдруг хлынула из носу кровь с молоком;

Если ты будешь ругать йогов, я пририсую к Рабле усы и, проходя мимо монголобурятского общежития, сделаю неприличный жест;

Я уважаю Н. М., а А. Н. и А. В. люблю. Так за больным Н. М. я, наверное, не стал бы ухаживать, а за теми стал; Телефон у меня простой – 32-08 - запоминается легко: 32 зуба и 8 пальцев.

Для справок. Из статьи журналиста А. Минкина в журнале «Столица»; из последнего интервью академика А. Д. Сахарова; из разговоров обэриута Д. Хармса; из рассказов А. Ахматовой; из рассказов доктора филологических наук, профессора Т. Г. Винокур; из речи книжника старой Москвы; из рассказов пермской крестьянки.

► 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. 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. Понятие «редакторский анализ». О пределах вмешательства редактора в рукопись. Нормы редакторской этики.

Виды и этапы редактирования. Технология редакторского чтения. Виды и задачи 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 (смысловой, функциональный, эстетический). 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 (вкусовых) 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.

• **Максимумы Г. Грейса**

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

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

Максимумы отношения: Не отклоняйся от темы.

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

Материал для анализа

Отредактируйте текст, выбрав необходимый вид правки.

БОЛИТ СПИНА, СУСТАВЫ ЛОМИТ? ПОРА ЗАДУМАТЬСЯ!

Боль в спине или суставах практически всегда связана с воспалением в соединительной ткани, из которой состоят участки суставов и позвоночника. В силу особенностей построения и постоянных механических нагрузок воспаление в соединительных тканях имеет склонность к затяжному хроническому течению, поэтому вылечить суставы или позвоночник быстро практически невозможно, необходимо серьезное лечение эффективными препаратами – курсовая терапия. Такое лечение возможно только лекарственными препаратами, не обладающими побочными действиями.

В последнее время все большую популярность приобретает новый российский противовоспалительный лекарственный препарат «Артофон». «Артофон» относится к совершенно новому классу лекарственных средств – антителям в сверхмалых дозах, за разработку и внедрение которого его создатели – большая группа российских ученых – удостоены Премии Правительства Российской Федерации за 2006 год в области науки и техники.

«Артофон» идеально подходит для отчаявшихся больных, леченых-перелеченых, но так и не нашедших «своего» лекарства. Это люди, постоянно принимающие то или иное лечение. «Артофон» - лекарственное средство, поэтому продается только в аптеках, без рецепта врача.

**Проконсультируйтесь со специалистами,
уточните возможные противопоказания.**

► 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 гипотазирования 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, прејскурант, 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) 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. **Арг** – 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 квазичитация 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** – авторские документальные (слабая авторская позиция) и художественно-публицистические (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); стилиевой 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.

- **Как написать резюме.** Структура резюме обычно включает информацию 1) о профессиональных навыках; 2) об образовании (наименование учебного заведения, время обучения, факультет или специальность), дополнительное или второе образование, курсы, тренинги; 3) об опыте работы, представленную в обратном хронологическом порядке (начиная с последнего) - время работы, должность, название компании, сфера ее деятельности, выполняемые обязанности, ваши успехи и достижения на этой должности; 4) о наличии деловых связей (если есть); 5) о рекомендателях (люди, с которыми вы работали и которые готовы дать вам характеристику) - ФИО, должность, контактные телефоны; 6) о ваших личных качествах; 7) разного рода дополнительная информация (наличие загранпаспорта, водительских прав, семейное положение); 8) о причинах поиска новой работы; 9) пожелания к работодателю. Резюме должно быть кратким и максимально информативным, желательно, чтобы объем резюме был не более одной страницы. Особенно работодателя интересует опыт работы по специальности. Следует припомнить все виды деятельности, которые прямо или косвенно требуют применения специальных знаний.
- **Как написать пресс-релиз.** Пресс-релиз – информационный документ, который содержит потенциально интересную информацию для целевой аудитории; предназначен для журналистов и публикаций в СМИ. Цель пресс-релиза – информация о социально значимом событии. **Виды пресс-релизов.** *Информационный:* информация о компании, новой продукции, результатах и пр. *Анонс:* извещение о предстоящем событии. Обычно содержит приглашение для журналистов и заинтересованных лиц. *Пост-релиз:* описание события, которое уже произошло (имена участников, результаты, цели мероприятия, важные и интересные детали. *Рекламный PR-релиз:* рекламный текст. *Медиа-релиз:* предназначен для распространения на ТВ, радио и в интернет, обязательно включает аудио и видео контент. **Структура пресс-релиза:** (1) *Заголовок* (главная тема). (2) *Лид* (Кто, Где, Когда, Зачем, Почему). (3) *Основной текст* (имена участников, основные факты, описание, важность и пр.). (4) *Цитаты и комментарии* (должностные и медийные лица о событии, товаре, компании). (5) *Фото, видео, графики, иллюстрации* и прочие медиа элементы. (6) *Данные о компании.* (7) *Контакты* ответственных лиц. **Требования к пресс-релизу:** (1) Информационный повод. (2) Краткий и емкий заголовок (обычно до 100 символов). (3) Первый абзац (лид) суть пресс-релиза. (4) Объем не более 1 стр. (до 3000 символов). (5) Не надо вводных конструкций, простой официальный язык, без специальной терминологии. (6) Достаточно крупный шрифт, без

злоупотребления курсивом и выделениями. (7) Не злоупотреблять датами, аббревиатурами и именами (только основные). (8) На фирменном бланке.

► 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

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

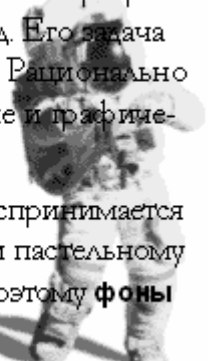
- **Форматирование рекламного текста**

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

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

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

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



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

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

Шрифты. Наиболее читабельны шрифты **с засечками** (типа Times), размером 10-12 кеглей. Шрифты **без засечек используй 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 буковки – 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** – регулярное повторение однородных гласных звуков в тексте.
- **Аллитерация** – регулярное повторение однородных согласных звуков в тексте (*Рояль был весь РаскРыт и стРуны в нем дРожали...* А. Фет).
- **Паронимическая аттракция (паронимия, паронимазия)** – намеренное сближение слов сходного звукового состава (*Восток шаманил машинально...*; *И на лете налет фиолетовый...* Б. Пастернак; *Ах, дикарочка, дочь Икара...* А. Вознесенский; *И вдруг дохнул весенний ветер сонный...* А. Блок; *Я молю, как жалости и милости, Франция, твоей земли и жимолости...* О. Мандельштам; *Бронзовые генералы на граненом цоколе; Громоглаголющему городу уродились во сне; Пенится пенье. Пьянит толпу...* В. Маяковский; *Но люблю ослабелый От заоблачных нег – То сверкающе белый, То сиреневый снег.* И. Анненский).
- **Липограмма** – намеренное или случайное отсутствие в тексте отдельных звуков (*Луна едва дышала У тихих вод Где днем овод Пил коней Мужики в облаке пыли летали Белы теплота как вода Под ивами невода Мели тучи.* Д. Бурлюк. Без Р и С).
- **Анаграмма** – воспроизведение в тексте центрального в смысловом отношении слова данного текста при помощи повторов звуков и слогов (букв и их комбинаций). Простейшие анаграммы – *картина - натирка, касторка – красotka, катарсис – расистка, кормчая – морячка, ладанка – наладка, лепесток – телескоп, магнитосфера - синематограф, менестрель – стремление, мокрота – мотокар – моторка.*
- **Тавтограмма** – текст, все слова которого начинаются с одной и той же буквы (*Четыре чёрненьких чумазеньких чертёнка чертили чёрными чернилами чертёж чрезвычайно чисто*).
- **Благозвучность** в русском языке:

а) обычные сочетания из двух согласных в начале и середине слова (*снег, весло*), но перемещение их в конец слова затрудняет артикуляцию (*добр, кругл*);

б) сочетания из 3-4 согласных – неблагозвучны; отсюда – тенденция к сокращению в речи консонантных сочетаний (*извес(т)ный, поз(д)но*);

в) благозвучны сочетания согласных, построенные по закону восходящей звучности слога (шумный согласный + сонорный). При подсчете на 100 000 звуков сочетание *nr* (восходящая звучность) встретилось 411 раз, а сочетание *rn* (нисходящая звучность) – только дважды;

г) приблизительно равное соотношение гласных и согласных. В русской речи гласные в среднем составляют 42,35 %; согласные – 53,35 %; звук *й* – 4,12 %;

д) предпочтение «музыкальным» (сонорные, гласные, звонкие согласные) звукам, которые составляют 74,5 % в отношении к шумным глухим;

е) скопление одинаковых или подобных звуков затрудняет произношение;

ж) необходимо чередование коротких и многосложных слов, что приводит к равномерному распределению ударных и безударных слогов¹. Неблагозвучны причастия и превосходная степень прилагательных (*тащащийся, скрежещущий, мощнейший, тщедушнейший*).

- **Основные фонетические недочеты²**

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*).

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

Материал для анализа

- Найдите фонетические стилистические погрешности

1-10 (1) Временами он был круче крутого Уокера. (2) Подготовить документацию на реставрацию и последующую демонстрацию указанных памятников. (3) Автопарковка оснащена системой сигнализации и системой современной охраны. (4) Племянница Усаамы Бен Ладена Воира Дудур Бен Ладен подписала контракт с Джордом Угербер. (5) Пастой плотно подкрепились двести участников 24 Московского международного марафона мира. (6) Не спеши, соблазнившись рекламой, покупать недешевый парфюм. (7) В целях поддержания чистоты и порядка можно уже пользоваться освежающими спреями и жевать после еды. (8) Причина остается нераскрытой, а болезнь тем временем прогрессирует. (9) Государство должно способствовать населению в переселении из труднодоступных и удаленных территорий. (10) Не тяните, откладывая ее приобретение на неопределенное будущее.

11-20 (11) При жевании у человека выделяется желудочный сок, который раздражает поверхность желудка. (12) Реально о решении проблемы говорит лидер регионального отделения «Единой России» Владимир Рыбакин. (13) При этом устраняется причина неприятного запаха. (14) Формирование фракций прошло корректно и без обливания друг друга грязью. (15) В компании «Ричброксервис» это можно сделать за один визит. (16) Среди парламентариев больше трети тех, кто решительно требует преобразования парламентских привилегий. (17) В мастерской их обработают специальными инструментами, средствами и материалами. (18) Явное преимущество у команды «ДИВС-УПИ-Прайм». (19) Благодаря такому подарку одаренный человек не раз вспомнит вас недобрым словом. (20) Город отвернулся, отгородился от Камы грязными километрами предприятий.

- Найдите фонетические стилистические приемы, определите их уместность и целесообразность.

¹ Голуб И. Б. Стилистика русского языка. М., 2001. С. 157-160.

² Всегда следует помнить о том, что в основе стилистических приемов и стилистических недочетов лежат одни и те же лингвистические механизмы.

1-10 (1) Есть идея, есть IKEA. (2) Умное решение – быстрое лечение. (3) Здоровье для кожи. Здоровье для жизни. (4) Самый сок телеэфира. РенТВ. (5) Живой журнал. Молоток. (6) Мезим – для желудка незаменим. (7) Автомобильные лампы ОСРАМ – ваша уверенность на ночных дорогах. (8) «Мишлен». Лучшие шины для вашей машины. (9) Ш-ш-ш-в-е-п-с-с-с. (10) Сбербанк России. Просто. Профессионально.

11-20 (11) Центрум. Нацелен на здоровье. (12) Мммм... Магги; Мммм... Данон. (13) Восход. Превосходная продукция. (14) Wella. Вы великолепны. (15) Бесконечное удовольствие. Вольво. (16) Аптека Оз. Посмотри на цены. (17) Фиш. Лучшая фишка на вашем столе. (18) Стройфирма «Рост». Просто блеск. (19) ТехноТрейд. (20) Полимерные наливные полы.

21-30 (21) Галина Бланка. Буль-буль... Буль-буль. (22) Мы, Миринда, новая, понтовая, лиловая! (23) Р-р-р... Рычите? Вас успокоит «Новопассит». (24) Лучше есть с раками или креветками. (25) Стильно. Светильно. (26) Жудэмэмен. Ваша фигура. (27) Nissan Primera. Право быть замеченным. (28) Обувь Camelot. Оставь свой след. (29) Кпогт – вкусен и скор. (30) Новый ТІХ хорош вдвойне: по качеству и цене.

31-40 (31) Автомобиль «Пежо». Моментальное преображение. (32) Взгляни на жизнь веселей. Кофе «Жокей». (33) «Причуда». Попробуйте прямо сейчас. (34) «Эрманн» – безупречен от природы. (35) NIVEA. Все, что нужно Вашей коже. (36) Упростим и убыстрим! Переводы «Унистрим». (37) «Пумпан» (средство для оптимизации сердечной деятельности). (38) «Фрутоняня» в помощь маме. И папе. (39) «Спрайт». Жизнь хороша, если пьешь не спеша. (40) Сухарики «Хрустишка». Включи похрустиста.

► 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 на завтра 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 плечешь-то...* 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 болей 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 стилиевой 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 inferнальное (инфернальный «адский») выражение был подвержен штрафу; И тут Клинтон устроил харассмент в Овальном кабинете; Спортсмен выполнил упражнения с апломбом*).

3. Неправильное или неуместное использование канцеляризм, диалектизм, поэтизм, варваризм, экзотизм 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 – эклектичный 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*³) и др.

Материал для анализа

- Определите лексические стилистические приемы в рекламных текстах. Определите удачные и неудачные в лексическом отношении тексты.

1-10 (1) Семь бед – один ответ (лекарство «Колдрекс»). (2) Ждем гостей со всех волостей (гостиница «Саяны» в Москве). (3) Жизнь стала тошибись! (аппаратура «Toshiba»). (4) Ах, какая дэушка! (автомобили ДЭУ). (5) Новопассит. Спокойствие. Только Спокойствие. (6) Шоколад «Ritter Sport». Квадратиш. Практиш. Гут. (7) Противостоит признакам усталости. Против несовершенств. Против кругов под глазами. Против тусклости. Против блеска. Тональный крем LOREAL. (8) Лак SALLI HANSEN. Не тускнеет. Не желтеет. Не отслаивается. (9) PUPA – окрашивает и одновременно обрисовывает контур губ простым жестом. (10) Вольному воля, SPАсенному рай.

11-20 (11) Мяусо (мясо для кошек). (12) Samsung D 520: Без ума от тонкости. (13) Запеченные тени. PUPA. (14) Хорошего драйва на джаз-лихорадке! (15) Все будет «ГУТ» (страховая компания ГУТА). (16) Орбит лайм. Такой же как лайм. (17) Чудесному йогурту – чудесный приз. (18) Заправься и сделай больше (майонез «Заправский»). (19) Даже если нет заначки, стану я владельцем тачки (кредитование авто). (20) Покровский хлеб. Наше упакованное будущее.

21-30 (21) Косметика Bourjois. Мадмуазель мечтает... (22) Напористый характер (машина для поливки сада). (23) Opel. Заводной характер. (24) Biotherm. Активный уход за кожей на основе природных механизмов. (25) Мобильные вампиры. Билайн. (26) Совершенство фарфора (тональный крем для лица). (27) Головокружительный изгиб, бездонный взгляд, в котором так и хочется утонуть (тушь для ресниц). (28) Колготки «Золотая грация». Мягкое сердце с твердым характером. (29) Марс. Все будет в шоколаде. (30) HP Photosmart. Для потрясающих фотографий и документов.

- Найдите стилистические лексические погрешности; отредактируйте высказывания.

1-10 (1) И произвел он просто «ахтунговое» впечатление. (2) За счет индукции противопоставления качеств моральных и инерции материальных возможностей, можно сделать вывод ... (3) Они работали как самые отъявленные специалисты. (4) Отправляясь в очередное путешествие по городу, мы руководствовались какими-то далеко идущими планами и намерениями. (5) Женщины слетаются не только на его голос, но и на его красивую внешность. (6) Зажигательная программа, веселье друзей, новогодний эскиз, стильная кухня... Для вас. (7) Данное обстоятельство сыграло решающее значение в сложившейся ситуации. (8) Но, увы, наша команда одержала поражение. (9) Вратарь играет не броско, но эффектно. (10) В здание было вложено 150 тысяч рублей денежных средств.

11-20 (11) Командировочный прибыл в указанное время. (12) Это был верх парадокса всей ситуации. (13) Предприятия местной пищевой промышленности готовы предоставить вам огромный ассортимент всякой вкуснятины. (14) Весь квинтет победителей сиял радостью. (15) Поздравляю вас с этим событием в вашей биографии. (16) Однако это не стало ударом грома среди зимы: газовики хорошо подготовились. (17) Все органы нашего организма четко зависят от погодных и климатических условий. (18) На сегодняшний день состояние здоровья экс-президента Б. Ельцина просто “зер гут”. (19) Люди влекут постыдное существование в этих домах. (20) Необходимо создать механизм создания эффективного решения проблем ЖКХ.

21-30 (21) Вместе с хрюшками там мирно сосуществовали и лошади. (22) По поводу снабжения котельной газом ситуацию обрисовал генеральный директор ООО

³ Пример А. Ф. Кони.

“Пермрегионгаз”. (23) Знакомство с лучшими произведениями русской классики будет способствовать влюбленности молодого поколения в красоту и мощь великого русского языка. (24) Многое изменилось с тех пор в нашем газетном царстве-государстве, но остались на наших “сталинских”, “коммунистических” и “камских” страницах и вечные темы. (25) Отыскать первый номер газеты “Камские зори” под напластованиями многих десятилетий оказалось делом непростым. (26) Управлению образования требуется специалист по информатике, имеющий высшее образование по специальности и опыт преподавательской деятельности. (27) Закатив глаза, Марго билась растрепанной головой в пароксизме страсти. (28) И у него есть фамилия. Вот это его самое слабое место. (29) Это по силам “Зеленой силе” – биологически активным биодобавкам пермского предприятия “Медисорб”. (30) Конечно, лучше меньше, чем ничего, но очень напоминает ситуацию – собираясь в дорогу, залить в бензобак.

► 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 нитье 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 Шаниро. 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 всецелен 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 **ощутимые** 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).

Материал для анализа

- Определите семантические стилистические приемы в рекламных текстах. Определите удачные и неудачные в семантическом отношении тексты.

1-10 (1) Благодаря такому подарку одаренный человек не раз вспомнит вас недобрым словом. (2) Создай свой воздух! (реклама парфюма). (3) Мы делаем это! (газета «Ва-банк»). (4) Десять новых фруктовых, леденцовых оттенков для пухлых, лакомых, сверкающих, ультраблестящих губ (блеск LOREAL). (5) Estee Lauder. Ваш оттенок. Ваша текстура. Ваш образ. (6) Тонкая штучка (сигареты «Собрание»). (7) Заведи себе пару (обувь). (8) Купайся в роскоши! (ванны MAXLEVEL). (9) Vogue – слушаю аромат. (10) Garnier Color Natural. Оттенки вечно прекрасные, как бриллианты.

11-20 (11) Идеальное тело без особых усилий (крем Vevius). (12) Calamus – зона отдыха! Все отдыхают! (13) Расслабляйся активно! (салон Yamaha – мотоциклы, лодки, снегоходы). (14) Ford. 100 % на дорогах. 100 % вне дорог. (15) Мой Philips 639 сияет, как волшебное зеркало, и я блистаю вместе с ним. (16) Ford. Готов на многое. Готов на все. (17) Твой аромат, твои правила (мужской парфюм HUGO). (18) Glam Shine Holographic. Жидкая губная помада, трехмерный блеск с эффектом голограммы. (19) Maxfaktor. Блеск для губ Silk Gloss: Сияющая прохлада. (20) Bounty: Райское наслаждение.

21-30 (21) Мэйбеллин. Лак Foreverstrong: Адская стойкость крепких ногтей! Это железно! (22) Boss: Ощути сияние аромата. (23) Мегафон: Я могу полюбить весь мир! (24) Head & Shoulders: Волна красивых волос. (25) Тушь Loreal: открой панорамный взгляд. (26) Зубные щетки Oral-B. Чистит как стоматолог. (27) Голова – своенравна. Руки – мягкие и нежные. Уход за руками – Florena. (28) AVON. Трилогия любви: Сегодня. Завтра. Навсегда. (29) Slendertone flex: правило трех «с»: стильная, стройная, счастливая (средство для похудения). (30) Maybelline: примерь ресницы размера XXL. Экстрадлинные, экстраобъемные, экстраординарные.

31-40 (31) Boss in motion. Жизнь в движении (мужской парфюм HUGO). (32) Новый Golf – тот, кто любит скорость, должен уметь вовремя остановиться. (33) Loreal. Словно татуаж на ваших губах. (34) Краски Wella Safira. Вдохновение Востока. (35) Loreal Preference: ультрамгновенный, сияющий... исключительный цвет у вас дома! (36) Сигареты Winston. Настоящие люди. Настоящие чувства. Настоящие впечатления. Winston. Вкус к настоящему! (37) Делаем операцию по смене пола... (Полю «Теплолюкс»). (38) Мы за чистый двор, чистый город, чистую Сибирь! (39) Время динозавров прошло. Matiz. Цивилизация наступает. (40) Пемолукс. Сметает жир как ураган.

- Найдите стилистические погрешности на семантическом уровне; отредактируйте текст.

1-10 (1) Нормадерм – нормализует работу и оздоравливает кожу. (2) Молодежная косметика МИА только для молодой кожи. (3) Двигала нами в этом крестовом походе по городу исключительно безмерная, направленная во все стороны любознательность и жажда новых впечатлений. (4) В сердцах он схватил уют и выбросил его в окно, решив, видимо, ударить по обидчице материально. (5) От быстрой смены картинок у неопытных зрителей рябило в глазах. (6) Интерьер дома – сложное блюдо. Для создания вкусного и соответствующего вашим требованиям гармоничного целого необходимо, как в кулинарии, соединить и смешать разные ингредиенты. (7) Женщины. Это моя особая боль... (8) Жить в таком пожилом возрасте сложно и горько. (9) Главное – это связь с малообеспеченным, простым, честным человеком. (10) Очень Дали не любил Пикассо.

11-20 (11) Такие программы уже действуют в Москве и в Сибири. (12) Бытие определяет сознание. (13) Сорок свиноматок сгорели, как овечки. (14) До Нового года еще несколько недель, а модельеры уже подпали под его влияние. (15) О себе: 26 лет, голубоглазый, без вредных привычек, люблю работать и детей. (16) Она имела в сумочке приличную сумму в деньгах и валюте. (17) Журналист до сих пор в заключении. Его духовное состояние вызывает тревогу. (18) Решимость поступков президента перестала шокировать общественность. (19) Дикаприо сыграл главную роль в фильме «Титаник». (20) Люди влачили свои сумы, пробираясь по эскалатору.

21-30 (21) Всякое преступление влечет наказание. (22) Политическая тусовка в верхах одобрила бюджет. (23) Я необычайно рад покупке машины и рождению сына. (24) “Псориклина” – псориаз у каждого свой ... (реклама лекарственного средства). (25) Фактор веры может лишь помогать, но не стоять во главе угла в схватке с болезнью. (26) Когда же парочка временно отключилась от кайфа и уснула, собачка решила оттянуться по-своему: к утру отъела у наркомана полголовы! Не проснись хозяйка вовремя – быть бы ей десертом в псином застолье. (27) Легкие и объемные бутылки трудно погребать под землей. (28) Граждане, посетившие юдоль болезней в этот день, с удивлением заметили, что на лестнице наблюдается ртуть. (29) ТВ-6, запустившему первое в стране реальное шоу, публика досталась далеко не девушкой. Причем болезненных ощущений от потери невинности эта публика не испытывала. (30) Солдатенков вложил в дело собственные сбережения, связи и руки.

► 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», перекрещивание (*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.*

Материал для анализа

- Найдите стилистические погрешности; отредактируйте текст.

1-10 (1) Глубже и детальнее разрабатывать особенности Пермской культуры как явления региональной культуры и на основе этих разработок строить концепцию регионального компонента в образовании. (2) Лежа на печи 30 лет и 3 года только в русских сказках дело делается. (3) Оптимизм, задор, упорство – эта пара просто излучает. (4) Кроме того, ОАО «Велта» – предприятие с мобилизационными ресурсами, что само по себе влечет необходимость вмешательства в проблему со стороны государства. (5) Группа «Алексин» живут в бардаке. «Смысловые галлюцинации» зажигают так, что все горит синим пламенем. «Сплин» решили сэкономить. (6) Обаятельный милиционер вежливо просит поднять руки и ненавязчиво ощупывающий ваше тело, изымает бутылки, ножи, газовые баллончики (в случае наличия таковых) и направляет в гардероб. (7) «Камские зори» для меня – как подружка. Где совет последний даст, где интересный рецепт подскажет, а где последние новости о всех известных людях расскажет. Настоящая подружка! (8) Многие годы проводилась политика, когда Америка могла позволить себе применение силовых методов в других странах. (9) Пусть ваши слова и дальше побуждают читателей на добрые дела и помыслы. (10) 25-летний слесарь довел до сведения милиции о случившемся казусе.

11-20 (11) И я понял, что мое предназначение – помочь всем, кто ко мне обращается, среди которых может быть и Вы, используя накопленные священные Знания о Звездах, которые напрямую связаны с Космическим законом Вселенной и оказывают определяющее влияние на жизнь людей. (12) Решили проблемы снабжения горючим и обеспечение работы котельной. (13) Наши советы помогут подготовиться и пережить этот серьезный этап в жизни. (14) Никаких намеков, что это кошка, мы не нашли. (15) Мы заинтересованы, чтобы продукция пользовалась спросом. (16) Имел место в апреле и один заслуживающий на общем фоне упоминания маразм. (17) Он привык брать на плечи ношу ради общего дела и меньше всего думая о себе. (18) Ведь и сердце писателя самого раздваивалось, принадлежа одновременно Уралу и Сибири. (19) Тем более, что прокуратура, которая известна в народе как верная прислуга Кремля и вызвавшая на допрос Миткову, снова залезла в частную жизнь отдельного человека. (20) Нам бы хотелось, чтобы, когда будем отмечать, там, семидесятую, восьмидесятую годовщину образования нашей партии, чтобы люди знали, в какой день идти на демонстрацию в поддержку дальнейшего развития нашей партии.

21-30 (21) Все они гордятся своей школой, где есть теплица, этнографический музей, телевидение, проводятся олимпийские игры. (22) На выборах будут избраны делегаты на общий объединительный съезд новой партии – возможной альтернативы «Единой России» на будущих парламентских выборах. (23) Группа НI-FI поделилась о своих впечатлениях от поездки в Египет. (24) Никто, даже опытные хирурги, уже не могли спасти его. (25) Сейчас уточняются и корректируются планы, конкретно касаясь каждого района. (26) Планы руководства мемориального музея политических репрессий о проведении фестиваля вылились в целый гражданский форум, где можно было не только послушать музыку, но и поучаствовать в дискуссиях, посмотреть новую пьесу Владимира Винниченко «Эта маленькая жизнь» в исполнении актеров театра «Новая драма», увидеть интересные арт-акции и перформансы. (27) Встает вопрос, зачем в Москве дворниками работают гастробайтеры. (28) Скептики полагают, что стена террористов не остановит и нужна она исключительно строительным компаниям и покровительствующим им политикам. (29) Иммуниет – это динамическая система баланса между присутствующими вредными и

полезными бактериями в нашем организме. (30) В случае проведения на одном из гидротехнических сооружений диверсионно-террористических акций могут возникнуть катастрофические последствия, в том числе парализация деятельности целого района (*Из газет*).

- В рекламных текстах проследите за использованием синтаксических стилистических средств. Укажите синтаксические недочеты. При необходимости отредактируйте текст.

1-10 (1) Для мужчин, которые любят женщин, которые любят мужчин (мужской парфюм AZZARO). (2) Все в восторге от тебя, а ты от – Мэйбилин! (3) 5 секунд – чтобы кожа стала бархатистой. 5 дней – чтобы кожа выглядела возрожденной (крем Biotherm). (4) Werstainer. Остальное – неважно. (5) Новые смесители Grohe: Любо вы управляете водой, либо вода управляет вами! (6) От создателей «9 роты». Ненависть. Страсть. Печаль. Любовь. «Жара». Они вернулись. Их ждали. (7) Спросите у банка как...? (8) Делаем операцию по смене пола... (Полы «Теплолюкс»). (9) И чистый воздух. И чистый дом (пылесосы Vitek). (10) Это не просто тушь ...

11-20 (11) Открой Dugu. Волшебный мир мечты - Dugu. (12) Кто куда, а мы в «Венеру». (13) И мысли, и мечты, и индивидуальные черты делают Вас тем, кто вы есть (женская одежда). (14) Если бы вы знали раньше... (косметика Bell). (15) Говорю тебе. «Пенталгин». Поможет от любой боли. Пенталгин в пять раз сильнее боли. (16) «Ласка». Магия черного – черное остается черным. (17) Горнолыжное оборудование «Барс». В случае снега. (18) Красная линия. Волосы такие, что.... Ах! (19) . (20) Улыбайтесь, вы в Испании. Испания оставляет след.

21-30 (21) VINI – здоровье для кожи, здоровье для жизни. (22) Кто куда, а я в сберкассе! (23) Дети строят для удовольствия. Вы строите для них. (24) Наши цены сегодня – ваша прибыль завтра. (25) Колледж «Архимед» - преподаватели самые лучшие, аудитории самые лучшие, учебники самые лучшие, студенты самые лучшие, все самое лучшее. (26) Москитол. Потому и не кусают. (27) Мы продаем товар новый. (28) Семья. Дом. Siemens. (29) Сегодня для вас суперскидки! Суперскидки – это не просто экономия! Это суперэкономия! (30) Коля любит Мамбу! Оля любит Мамбу! Таня любит Мамбу! Все любят Мамбу!

31-40 (31) Страстные овощи... Овощные страсти... Salatex ... (32) Губная помада FFLEUR. И ты волнующе прекрасна... (33) Samsung. Представьте... Жизнь в стиле ultra. (34) МТС. Чтобы вы могли реализовать свои желания и сделать больше. Чтобы быть первым. (35) Givenchy. Одна она это знает... (36) Дачу, дом построим,отремонтируем. (37) Этот автомобиль... Он просто воплощение роскоши. (38) Avon. Поговорим... (39) Avon. Мерцание. Магнетизм. Многогранность. (40) Garnier. Морщины вокруг глаз разглаживаются за час. Разве может быть лучше?

► 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 сосюровском 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.
- **Сущностные признаки художественной и нехудожественной коммуникации**⁴.
1. Присутствие / отсутствие непосредственной связи между коммуникацией и жизнедеятельностью человека. 2. Отсутствие / наличие эстетической функции. 3. Эксплицитность / имплицитность содержания (отсутствие / наличие подтекста). 4. Установка на однозначность / неоднозначность восприятия. 5. Установка на отражение реальной / нереальной действительности.

⁴ Гвенцадзе М. А. Коммуникативная лингвистика и типология текста. Тбилиси, 1986.

Материал для анализа

- О каком тексте следует говорить по отношению к данным фрагментам – связном или целостном тексте? Докажите ваше решение лингвистическими фактами.

1) Однако мне тоже хочется, господа, задать вам одну загадку. Стоит четырехэтажный дом, в каждом этаже по восьми окон, на крыше два слуховых окна и две трубы, в каждом этаже по два квартиранта. А теперь скажите, господа, в каком году умерла у швейцара его бабушка? (*Я. Гашек «Приключения бравого солдата Швейка»*).

2) По-видимому, связность текста является понятием преимущественно лингвистическим, а цельность (целостность) текста – психолингвистическим. Иными словами, связность есть понятие, с помощью которого интерпретируются строевые/нестроевые элементы языка/речи как феномены, принадлежащие поверхностной структуре текста, а цельность (целостность) – понятие, с помощью которого интерпретируются строевые/нестроевые элементы языка/речи как феномены, сигнализирующие о глубинной структуре текста (точнее говоря, интерпретируются феномены ментального порядка, возникающие при взаимодействии реципиента и текста) (*В. А. Пищальникова, Ю. А. Сорокин «Введение в психопоэтику»*).

3) Баба борозду пахала, Гусь сломал себе ногу, Летит бык на ероплане, Я щекоток не боюсь; Сидит заяц на заборе в алюминиевых штанах, а кому какое дело: у меня живот болит (*фольклорный жанр частушек-нескладух*).

4) Раскольников. Идея. Старуха. Топор. Преступление. Порфирий. Соня. Сомнения. Муки. Вера (*из материалов психолингвистического эксперимента Л. В. Сахарного*⁵).

5) Там были... только... умершие матросы, потому что... Там была девочка, на корабле, два года... Алёна, она умерла (*речь девочки 4 лет, которая рассказывает о том, как она была в Анапе, и там они с бабушкой ходили на кладбище, где хоронят моряков*).

6) Летели два крокодила: один – налево, а другой – в четверг, поэтому в Америке не удался урожай клюквы (*из городского фольклора*).

7) Ехали как-то клоп Мстислав и таракан Максимка в поезде и купили себе аэрозоль от насекомых, чтобы было не скучно в дороге, и начали делить.

Клоп Мстислав настаивал делить по миллиметрам, у него с собой был алмаз от расстрелянного отца. Таракан Максимка резать баллончик не советовал, но иначе как делить? В купе пришла муха Домна Ивановна, но и она, как ни любила жидкость от насекомых, не могла вспомнить, как ею пользоваться.

Решили баллончик выбросить из окна, а самим выйти на ближайшей станции и посмотреть, что получилось, однако муха выбросилась вместе с баллончиком, не в первый раз, и когда Максимка на попутном «Мерседесе» добрался до места, Домна Ивановна уже разделась до трусов и ходила на четвереньках, а пятая и шестая ноги ей отказали, но веселиться, так веселиться! (*Л. Петрушевская «Дикая животная сказка»*).

- В предложенных текстах установите лингвистические средства создания цельности текста. Установите характер цельности текста. При необходимости отредактируйте текст. Проследите также графические средства и их стилистическую эффективность.

Текст 1

Что такое «Сент-Йорре»?

Препарат разработан учеными одной из ведущих лабораторий Франции. Это высокоэффективная формула потери веса.

[1] Сбалансированный состав «Сент-Йорре», состоящий из гаммы: «Похудание» и «Плоский живот», поможет Вам приобрести и сохранить хорошую форму и красивую фигуру. К примеру, 1 капсула серии «Похудание» содержит: зеленый чай и чай с о. Ява

⁵ Сахарный Л. В. Введение в психолингвистику. Л., 1989.

особых сортов, которые способствуют сжиганию жира; стручковую фасоль, богатую пищевыми волокнами, замедляющими усвоение сахара и жира; минеральные соли «Сент-Йорре»; железо; множество витаминов.

[2] В результате эта комбинация природных веществ позволяет избавиться от лишнего веса без отрицательных последствий для организма. Высокое качество по доступной цене!

СПРАШИВАЙТЕ В АПТЕКАХ

Текст 2

**ОТКРОЙ карту
VISA Drive
БЕСПЛАТНО
получай СКИДКИ
выигрывай ПРИЗЫ
Живи с ДРАЙВОМ**

УРАЛ ФД

[1] Если тебе от 14 до 26 лет, приходи в банк Урал ФД и получи молодежную банковскую карту VISA Drive.

[2] Команде из пяти друзей – карты бесплатно!

[3] Делай покупки в магазинах, отдыхай в лучших кафе и клубах города, пользуйся скидками по своей карте VISA Drive.

[4] Сообщай нам, где еще ты хочешь получать скидки, и мы постараемся это устроить.

[5] Активно совершай покупки с помощью своей карты и выигрывай призы сам и вместе со своей командой.

[6] Следи за ходом розыгрыша и новыми призами на сайте банка.

Текст 3

ЖИЗНЬ ПРЕКРАСНА

CITROËN

Опережая воображение

[1] **С 3** создан для того чтобы удивлять. [2] За его приветливой внешностью скрывается недюжинный ум, за округлыми линиями корпуса - футуристический дизайн салона. [3] Этот автомобиль поистине универсален – в нем приятно совершать и короткие поездки по городу, и длительные загородные путешествия. [4] Небольшой и изящный снаружи, он поразит вас своей вместительностью. [5] Удивляйтесь вместе с **CITROËN 3**.

Текст 4

Семь пятниц для счастья!

СЕМЬ ПЯТНИЦ

[1] Почему «Семь пятниц»? Семь – магическое число. А пятница с давних пор считалась лучшим торговым днем, с нее начинались все крупные российские ярмарки. Люди приходили на ярмарки не только за покупками, но и за хорошим настроением!!! Мы хотим, чтобы хорошее настроение и радость от процесса покупок наши посетители получали все семь дней в неделю!

[2] ТЦ «Семь пятниц» расположен в центре города Перми на пересечении улиц Революции и Куйбышева, в непосредственной близости от автовокзала.

[3] Центр имеет 4 торговых зала, офисный этаж и подцоколь общей площадью 20 500 кв. м. В подцокольном этаже находится продуктовый супермаркет «Пятерочка». Офисный этаж организован как деловой квартал: ремонт сотовых телефонов, ателье, солярий, турагентство. На четырех этажах торговой зоны разместились такие известные ритейлеры, как: гипермаркет электроники «Техносила», магазин кожи и дубленок «Московский», магазин молодежной одежды «SAVAGE», а также известные российские бренды одежды «Зарина», «GLANCE». Кроме того, на первом этаже, в торговой галерее, покупатель

сможет выбрать парфюмерию и косметику, бижутерию, ювелирные изделия, сумки и прочую кожгалантерею, сотовые телефоны и аксессуары к ним, аудио- и видеодиски, часы, сувениры и подарки. На четвертом этаже предлагаются кухни мира: русская, турецкая, итальянская, монгольская, японская. Организация торгового пространства и современное техническое оснащение центра позволяет сделать процесс покупок комфортным и приятным.

Текст 5

Новинка!

Соблазнительная роскошь!

**Роскошный
Сверкающий
Бриллиантовый Блеск**

[1] Подари своим губам великолепное сочетание совершенного ухода и неотразимого сияющего блеска.

[2] Эксклюзивная формула на основе целебных масел и витаминов питает и восстанавливает губы, придавая им неповторимый объем и блеск.

[3] 12 изысканных оттенков.

[4] Позволь себе роскошь!

ТОЛЬКО ОТ SALLY HANSEN

Эксперт № 1 в мире красоты

► 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 текста⁶:

ключевые слова	сильные позиции
----------------	-----------------

⁶ Лукин В. А.. Художественный текст: основы лингвистической теории и элементы анализа. М., 1999.

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*).

Материал для анализа

- Рассмотрите «сильные» позиции романа А. С. Пушкина «Евгений Онегин»; установите соотношение «сильных» позиций с темой и содержанием всего романа. По эпиграфам к главам романа А.С.Пушкина «Евгений Онегин» определите, о чем идет речь в каждой из глав. Сделайте вывод о значении эпиграфа в художественном тексте.

Эпиграф к роману (на фр.): «Исполненный тщеславием, он еще более отличался гордыней, которая заставляет с одинаковым равнодушием признаваться как в добрых, так и в дурных поступках – следствие чувства превосходства, быть может воображаемого». Извлечено из частного письма. **Глава 1:** «И жить торопится и чувствовать спешит». Кн. Вяземский. **Глава 2:** 1) «O rus!..» (О деревня!..) Гораций; 2) О, Русь! **Глава 3** (на фр.): «Она была девушка, она была влюблена». Мальфилатр. **Глава 4** (на фр.): «Нравственность в природе вещей». Неккер. **Глава 5:** «О, не знай сих страшных снов Ты, моя Светлана!» Жуковский. **Глава 6** (на итал.): «Там, где дни облачны и кратки, родится племя, которому умирать не больно». Петрарка. **Глава 7:** 1) «Москва, России дочь любима, где равную тебе сыскать?». Дмитриев; 2) «Как не любить родной Москвы?» Баратынский; 3) «Гоненье на Москву! Что значит видеть свет! Где ж лучше? Где нас нет». Грибоедов. **Глава 8** (на англ.): «Прости! И если так судьбою – нам суждено – навек прости!» Байрон.

- Рассмотрите «сильные» позиции романа М. Булгакова «Мастер и Маргарита»; установите соотношение «сильных» позиций с содержанием всего романа. Сделайте вывод о значении заголовка и эпиграфа в художественном тексте.

Эпиграф: ... так кто ж ты, наконец? – Я – часть той силы, что вечно хочет зла и вечно совершает благо (Гете. Фауст). **Часть I. Гл. 1** Никогда не разговаривайте с неизвестными. **Гл. 2.** Понтий Пилат. **Гл. 3.** Седьмое доказательство. **Гл. 4.** Погоня. **Гл. 5.** Было дело в Грибоедове. **Гл. 6.** Шизофрения, как и было сказано. **Гл. 7.** Нехорошая квартира. **Гл. 8.** Поединок между профессором и поэтом. **Гл. 9.** Коровьевские штуки. **Гл. 10.** Вести из Ялты. **Гл. 11.** Раздвоение Ивана. **Гл. 12.** Черная магия и ее разоблачение. **Гл. 13.** Явление героя. **Гл. 14.** Слава петуху! **Гл. 15.** Сон Никанора Ивановича. **Гл. 16.** Казнь. **Гл. 17.** Беспокойный день. **Гл. 18.** Неудачливые визитеры. **Часть II. Гл. 19.** Маргарита. **Гл. 20.** Крем Азazelло. **Гл. 21.** Полет. **Гл. 22.** При свечах. **Гл. 23.** Великий бал у сатаны. **Гл. 24.** Извлечение мастера. **Гл. 25.** Как прокуратор пытался спасти Иуду из Кириафа. **Гл. 26.** Погребение. **Гл. 27.** Конец квартиры № 50. **Гл. 28.** Последние похождения Коровьева и

Бегемота. Гл. 29. Судьба мастера и Маргариты определена. Гл. 30. Пора! Пора! Гл. 31. На Воробьевых горах. Гл. 32. Прощение и вечный приют. Эпилог.

► **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.

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.

Материал для анализа

- В предложенном фрагменте текста установите средства текстовой связи, создающие его семантическую цельность. Определите темы (смыслы), которые развивались или должны быть развиты в тексте.

[1] Доносившаяся до меня **мелодия** сначала как бы поднималась вверх
[2] по лестнице, а потом, после короткого топтания на месте, отчаянно
[3] кидалась в лестничный пролет – и тогда заметны становились короткие
[4] мгновения тишины между **звуками**. Но пальцы **пианиста** ловили
[5] **мелодию**, опять ставили на ступени, и все повторялось, только
[6] пролетом ниже. Место, где это происходило, очень напоминало
[7] лестницу дома номер восемь по Тверскому бульвару, только во сне эта
[8] лестница уходила вверх и вниз, насколько хватало глаз, и, видимо,
[9] была бесконечной. Я понял вдруг, что у любой **мелодии** есть свой
[10] точный смысл. Эта, в частности, демонстрировала метафизическую
[11] невозможность самоубийства – не его греховность, а именно
[12] невозможность. И еще мне представилось, что все мы – всего лишь
[13] **звуки**, летящие из-под пальцев неведомого **пианиста**, просто
[14] короткие **терции**, плавные **сексты** и **диссонирующие септимы** в
[15] грандиозной **симфонии**, которую никому из нас не дано услышать
[16] целиком. Эта мысль вызвала во мне глубокую печаль, и с этой
[17] печалью в сердце я вынырнул из свинцовых туч сна (*В. Пелевин «Чапаяев и пустота»*).

► **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 соприкосновение 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*).

Материал для анализа

- Установите виды интертекстуальности в предложенном тексте.

Мама, сказка, каша, кошка,
Книжка, яркая обложка,
Буратино, Карабас,
Ранец, школа, первый класс,
Грязь в тетради, тройка, двойка,
Папа, крик, головомойка,
Лето, труд, река, солома,
Осень, сбор металлолома,
Пушкин, Дарвин, Кромвель, Ом,
Гоголь и Наполеон,
Менделеев, Герострат,
Бал прощальный, аттестат,
Институт, экзамен, нервы,
Конкурс, лекция, курс первый,
Тренировки, семинары,
Песни, танцы, тары-бары,
Точность знаний, чет-нечет,
Радость, сессия, зачет,

Стройотряд, жара, работа,
Кульптоход, газета, фото,
Общежитие, взятка-мизер,
Кинотеатр, телевизор,
Карандаш, лопата, лом,
Пятый курс, проект, диплом,
Отпуск, море, пароход,
По Кавказу турпоход,
Кульман, шеф, конец квартала,
Цех, участок, план по валу,
ЖСК, гараж, квартира,
Теща, юмор и сатира,
Детский сад, велосипед,
Карты, шахматы, сосед,
Сердце, печень, лишний вес,
Возраст, пенсия, собес,
Юбилей, часы-награда,
Речи, памятник, ограда.

О. Молотков

- Проследите интертекстуальные связи в поэтическом тексте. Определите стилистический эффект их введения в текст.

[1] Я вас любил: любовь еще, быть может,
В душе моей угасла не совсем;
Но пусть она вас больше не тревожит
Я не хочу печалить вас ничем.
[2] Я вас любил безмолвно, безнадежно,
То робостью, то ревностью томим;
Я вас любил так искренно, так нежно,
Как дай вам бог любимой быть другим.

1829

А. С. Пушкин

[1] Я вас любил. Любовь еще (возможно,
что просто боль) сверлит мои мозги.
Все разлетелось к черту на куски.
Я застрелиться пробовал, но сложно
с оружием. И далее: виски:
в который вдарить?
Портила не дрожь, но
задумчивость. Черт! Все не по-людски!
[2] Я вас любил так сильно, безнадежно,

Как дай вам Бог другими – но не даст!
Он, будучи на многое горазд,
Не сотворит – по Пармениду – дважды
Сей жар в крови, ширококостный хруст,
Чтоб пломбы в пасти плавились от жажды
Коснуться – бюст зачеркиваю – уст!

1974

И. Бродский

[1] Я вас любил. Любовь еще – быть может.
Но ей не быть.

Лишь конский топ на эхо нас помножит
да волчья сыть.

[2] Ты кинь коня и волка приласкаешь...
Но ты – не та.

Плывет твой конь к тебе под парусами,
там – пустота.

[3] Взорвется в звон мой волк – с клыками мячик
к тебе, но ты
уходишь в дебри девочек и мачех
моей мечты.

[4] Труднее жить, моя, бороться проще,
я не борюсь.

Ударит колокол грозы, пророчеств –
я не боюсь.

[5] Ни смерти, ни твоей бессмертной славы, –
звезду возжечь!

Хоть на коне - волк смертницы-заставы,
хоть в ад возлечь!

[6] Проклятий – нет, и нежность – поможет,
я кровь ковал!

Я – вас любил. Любовь – еще быть может...
не вас, не к вам.

1983

В. Соснора

- Определите существенные черты стиля в исходном тексте и пародии на него.

Вчера ещё в глаза глядел, А нынче - всё косится в сторону! Вчера еще до птиц сидел,- Всё жаворонки нынче - вороны! Я глупая, а ты умен, Живой, а я остолбенелая. О, вопль женщин всех времен: "Мой милый, что тебе я сделала?" И слезы ей - вода, и кровь - Вода,- в крови, в слезах умылася! Не мать, а мачеха - Любовь: Не ждите ни суда, ни милости. Увозят милых корабли, Уводит их дорога белая... И стон стоит вдоль всей земли: "Мой милый, что тебе я сделала?" Вчера еще - в ногах лежал! Равнял с Китайскою державою! Враз обе рученьки разжал,- Жизнь выпала - копейкой ржавою! Детоубийцей на суду Стою - немилая, несмелая. Я и в аду тебе скажу: "Мой милый, что тебе я сделала?" Спрошу я стул, спрошу кровать: "За что, за что терплю и бедствую?" "Отцеловал - колесовать: Другую целовать",- отвечают. Жить приучил в самом огне, Сам бросил - в степь заледенелую! Вот что ты, милый, сделал мне! Мой милый, что тебе - я сделала?	Всё ведаю - не прекословь! Вновь зрячая - уж не любовница! Где отступается Любовь, Там подступает Смерть-садовница. Само - что дерево трясти! - В срок яблоко спадает спелое... - За всё, за всё меня прости, Мой милый,- что тебе я сделала! М. Цветаева. Попытка ревности Вчера лишь нежила козла, - Слиянье черного и белого, А нынче я уж не мила - "Мой козлик, что тебе я сделала?" Вчера еще в ногах лежал, Взаимно на него глядела я, А нынче в лес он убежал - "Мой козлик, что тебе я сделала?" И серым волком в злом бору Похищенное, похищенное, Ты, счастье мое, ни тпру, Ни ну - сожратое, сожренное. И только ножки да рога, Вот - ножки да рога успела я Прибрать от зверского врага - "Мой козлик, что тебе я сделала?" Как жить теперь - в сухом огне? Как в степь уйти заледенелую? Вот что ты, козлик, сделал мне! "Мой козлик, что тебе я сделала?" 1924 А. Финкель
---	---

► Практическое задание (письменно)

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

16. АНАЛИЗ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА. ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

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. 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*).

Материал для анализа

- На основе анализа определений понятия интерпретация установите возможные причины непонимания в коммуникации.

1) **Интерпретация** (лат. *interpretatio* – толкование, разъяснение) – когнитивная процедура установления содержания понятий или значения элементов формализма посредством их аппликации на ту или иную предметную область, а также результат указанной процедуры. В социально-гуманитарной сфере интерпретация выступает как установление значения понятийных вербальных структур и понимается амбивалентно: и как аппликация их на предметные области (например, идентификация формулировок законоположений с индивидуально-конкретной ситуацией в практике юриспруденции), и – вне такой аппликации – как наделение выражений тем или иным смыслом (*М. А. Можейко*).

2) ... само существование бесчисленных **интерпретаций** любого текста свидетельствует о том, что чтение никогда не бывает объективным процессом обнаружения смысла, но вкладыванием смысла в текст, который сам по себе не имеет никакого смысла (*Дж. Х. Миллер*).

3) **Интерпретация** - 1) общенаучный метод с фиксированными правилами перевода формальных символов и понятий на язык содержания, знания; 2) в гуманитарном знании истолкование текстов, смыслополагающая и смылосчитывающая операции, изучаемые в семантике и эпистемологии понимания; 3) способ бытия, которое существует понимая (*Л. А. Микешина*).

4) ... **интерпретаторские** испарения вокруг искусства отравляют наше восприятие (*С. Зонтаг*).

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

6) **Интерпретация** знака – это навык, в силу которого можно сказать, что то или иное знаковое средство означает некоторые виды объектов или ситуаций; выступая как метод определения совокупности объектов, которые означает данный знак, интерпретанта не является членом этой совокупности (*Ч. У. Моррис*).

7) Слушающий может гораздо лучше говорящего **понимать**, что скрыто за словами, и читатель может лучше самого поэта постичь идею его произведения. Сущность, сила такого произведения не в том, что разумел под ним автор, а в том, как оно действует на читателя или зрителя, следовательно, в неисчерпаемом возможном его понимании (*А. А. Потебня*).

- Произведите уровневый, стилистический, интертекстуальный анализ художественных текстов.

Рождественская звезда

[1] В холодную пору, в местности, привычной скорей к жаре,
чем к холоду, к плоской поверхности более, чем к горе,
младенец родился в пещере, чтоб мир спасти;
мело, как только в пустыне может зимой мести.

[2] Ему все казалось огромным: грудь матери, желтый пар
Из воловьих ноздрей, волхвы – Балтазар, Гаспар,
Мельхиор; их подарки, втащенные сюда.
Он был всего лишь точкой. И точкой была звезда.

[3] Внимательно, не мигая, сквозь редкие облака,
на лежащего в яслях ребенка издалека,
из глубины Вселенной, с другого ее конца,
звезда смотрела в пещеру. И это был взгляд Отца.

1987 *И. Бродский.*

Рай

[1] Над небом голубым
Есть город золотой
С прозрачными воротами
И яркою звездой.

[2] А в городе том сад –
Все травы да цветы.
Гуляют там животные
Невиданной красы.

[3] Одно, как желтый огнегривый лев,
Другое – вол, исполненный очей,
С ними золотой орел небесный,
Чей так светел взор незабываемый.

[4] А в небе голубом
Горит одна звезда,
Она твоя, о ангел мой,
Она твоя всегда.

[5] Кто любит – тот любим,
Кто светел – тот и свят.
Пускай ведет звезда тебя

Дорогой в дивный сад.

[6] Тебя там встретят огнегривый лев
И синий вол, исполненный очей,
С ними золотой орел небесный,
Чей так светел взор незабываемый.

1974 А. Волхонский.

Хочешь?

[1] Пожалуйста, не умирай,
Или мне придется тоже.
Ты, конечно, сразу в рай.
А я не думаю, что тоже.

[2] Хочешь сладких апельсинов?
Хочешь вслух рассказов длинных?
Хочешь, я взорву все звезды,
Что мешают спать?

[3] Пожалуйста, только живи.
Ты же видишь, я живу тобою.
Моей огромной любви
Хватит нам двоим с головою.

[4] Хочешь в море с парусами?
Хочешь музык новых самых?
Хочешь, я убью соседей,
Что мешают спать?

[5] Хочешь солнце вместо лампы?
Хочешь за окошком Альпы?
Хочешь, я отдам все песни?
Про тебя отдам все песни...

Земфира

► Практическое задание (письменно)

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

17. АНАЛИЗ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

Структура рекламного текста. Сильные позиции рекламного текста. Вербальная и невербальная структура рекламного текста. Вербальная и невербальная структура рекламного текста и целевая аудитория.

Материал для анализа

- Произведите уровневый, стилистический, интертекстуальный анализ рекламных текстов.

Текст 1

СОСО Шанель

"Полные неги духи с кожными тональностями, амбровыми и лесными оттенками. Пряные ноты цветов, несколько фруктовых ароматов делают его более чувственным. Через неизменный абрис флаконов Шанель все это уже видно, вплоть до ошушения запаха. А

когда вдыхаешь его, кажется, что попал в Венецию. Восточный барокко, увиденный и одухотворенный классическим вкусом Сосо. Чистота линий, шик без излишеств и фантазмы барокко. Напоминание о единстве цивилизаций, символический отголосок восточных мотивов, пропитавших Венецию.

Марка автора Сосо проявляется во всем своем богатстве запахов, теплых, животных и амбровых, произведенных естественными продуктами высокого качества, заставляющих думать о легендарных сказочных богатствах Востока, пряностях, монополистом которых была Венеция, об ароматах Аравии, манящих и чувственных. Сосо не обладает новаторским характером, какой был присущ в свое время Chanel № 5... Почему органическая химия не смогла дать духам один из тех новых материалов, подобных знаменитым альдегидам 20-х годов, которые смогли бы сделать Сосо шедевром? Однако они, несомненно, станут главой серии пьянящих духов, богатых, сильных и терпких, ценимой внушительной группой их поклонников по всему миру".



Технический ярлык: тип амбровый, цветочный, лесной (опопанакс, росный ладан, плод кумару, американская крушина, дудник, флердоранж, болгарская роза).

Дизайнер: Жак Хелле.

Создатель: Жак Полж и его группа. Образ выпущен манекенщицей Дома Инее де ла Фрессанж.

"Явная простота предельной изысканности", чтобы восстановить (после смерти Шанель) стиль, где "вспомогательное средство без излишеств постоянно смешано с определенной экстравагантностью духа". <http://www.parfumeriya.ru/obraz/>

Текст 2

Ysatis Живанши

Сладострастная женщина, с невероятным шармом. Силуэт в черном, строгий, роскошные украшения. Дух тысячи женщин в одной. Ysatis напоминает о женщине многогранной: решительной, хрупкой, чувственной, эффектной, влюбленной, соблазнительной, идеально современной, которая не перестает обольщать. Ysatis - присутствие, теплота и след их никогда не надоедает. Аромат не навязчив, но неуловим и изыскан. Его ноты гармонично сочетаются. Более тридцати лет Живанши конструирует моду, где простота - спутник элегантности и изысканности. У него женщина, а не платье, должна стать звездой. То же Ysatis - духи очарования, задуманные, чтобы удивить и заинтриговать своей магией. Флакон - скульптура из тяжелого стекла с вертикальным строгим силуэтом. Ysatis - соединяющая черта между новацией и традицией".

"Прекрасная работа и прекрасное владение современной техникой, которая позволяет парфюмерам создать гармоничную и солидную композицию, но не может скрыть недостаточного количества благородных компонентов (слишком дорого по законам рынка). В своем классическом флаконе духи напоминают шипры 30-х годов, достаточно теплые, но

без созидательной оригинальности, без проявления новой идеи. Приятный союз цветочно-лесных ароматов, чисто женский, но упрощенный".



Технический ярлык: тип цветочно-лесной фруктовый (мандарин, гальбан, флердоранж, бергамот, египетская роза, тубероза, ирис, ветивер, дубовый мох, бобровая струя, цивет, гвоздика, ваниль).

Дизайнер: Пьер Динан.

Образ - рисунок женщины, сидящей в кожаном кресле, повернувшейся к открытой двери в ожидании, на стене за ней портрет задумчивого мужчины, который, кажется, знает, что, происходит.

Представлены как "духи тысяча и одной женщины", увиденные законодателем моды, создавшим свой мир - в некотором роде эфемерный и фольклорный, но следующий определенной идее женщины. <http://www.parfumeriya.ru/obraz/>

Текст 3

Тест-драйв

«Контур-Экстерн» – это совершенная интернет-машина для доставки бухгалтерских отчётов в контролирующие органы.

Но кто же покупает машину вслепую? Обязательно нужен тест-драйв!



ТЕСТ-ДРАЙВ – это возможность три месяца использовать компьютерную систему «Контур-Экстерн» абсолютно бесплатно.

ТЕСТ-ДРАЙВ – это целый квартал на то, чтобы в полной мере оценить преимущества электронного документооборота и виртуального общения с инспекторами – вместо распечаток в сотни страниц и многочасового сидения в душных приёмных.

Целый квартал – три месяца! – вы можете бесплатно использовать

БАЗОВЫЙ ФУНКЦИОНАЛ СИСТЕМЫ «КОНТУР-ЭКСТЕРН»:

- Самые актуальные формы отчётов;
- Гарантированная доставка отчётов в ФНС, ПФР, ФСС и Росстат;
- Возможность использования любого компьютера: офисного, домашнего, мобильного;
- Бесперебойная работа во всех регионах России;
- Бесплатный роуминг в любой точке страны;
- Мгновенное извещение о доставке отчёта на сервер контролирующего органа.

Целый квартал – три месяца! – вы можете бесплатно использовать

ШИРОКИЙ СПЕКТР ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ СИСТЕМЫ «КОНТУР-ЭКСТЕРН»:

- Справки из ИФНС о состоянии расчётов с бюджетом, акты сверки и т.д.;
- Справки из ПФР о состоянии расчётов по страховым взносам, пеням и штрафам;
- Проверка контрагентов, защита от компаний-однодневок;
- Финансовый анализ, оценка вероятности налоговой проверки;
- Законодательная база по вопросам налогообложения, материалы экспертов;
- Переписка с ФНС, ПФР и Росстатом: пояснительные записки, новости.

ТЕСТ-ДРАЙВ – это просто:

- позвонить по телефону **(495) 926-45-21** или
- заполнить анкету [на сайте](#).

Наш специалист бесплатно установит систему «Контур-Экстерн», даст подробные инструкции по её использованию и обеспечит онлайн-консультацией в ходе последующей эксплуатации.

ТЕСТ-ДРАЙВ – и через три месяца вы примете взвешенное решение: стать абонентом системы «Контур-Экстерн» или продолжать возить инспекторам макулатуру и стоять в очередях.

Текст 4

Хотите, чтобы ваши промоакции привлекали как можно больше участников и оставляли о себе хорошее воспоминание? Мы, компания Dinamix, предлагаем вам маленький, но очень эффективный инструмент для достижения этой цели – СТЕРЕОФОТО.

На вашей промоакции мы готовы провести уникальную фотосессию, делая не просто фотографии, а яркие красочные снимки, меняющие изображение при наклоне. При этом вручается стереофото моментально!

В зависимости от особенностей промоакции, мы можем предложить стереофото в качестве дополнения к вашему призу или основного подарка.

Как СТЕРЕОФОТО работает НА ВАС?

1. Стереофотосессия привлекает внимание потенциальных участников промоакции.
2. Рамка и обратная сторона стереофотографии оформляются в фирменном стиле вашей компании с логотипом и привлекательной надписью.
3. Стереофото вручается участнику промоакции сразу – положительные эмоции от вашей акции обеспечены!
4. Стереофото очень компактное – его удобно носить с собой и показывать другим (вместе с вашей рекламой!).
5. Стереофото очень прочное – память о вашем мероприятии будет храниться ещё долгое время.

Таким образом, СТЕРЕОФОТО – это площадка для уникальной рекламы, которая не только работает на вас, но и радует ваших потенциальных клиентов.

Весёлое стереофото – эффективное решение серьёзных задач!*

Если вас заинтересовало наше предложение, предлагаем [скачать расширенную презентацию](#) или подробно ознакомиться с информацией на [сайте](#).

На все ваши вопросы мы готовы ответить по телефону: 8 (812) 926-33-77.

С уважением, Имя Фамилия,
должность в компании Dinamix,
Личный мобильный телефон:

*Оценка преимуществ стерео- и вариорекламы по сравнению с обычной проводилась израильской компанией Human Eyes по таким категориям, как степень заметности (привлечение внимания), восприятие новизны, запоминаемость, общее одобрение. Более 75% опрошенных предпочли рекламу и сувенирную продукцию с объёмными и анимированными изображениями. По запоминаемости стерео- и вариореклама опережает обычную в 4,5 раза.

► 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. Литературный стандарт и “разговорность” в современном языковом дискурсе. Социальные жаргоны, территориальные диалекты, просторечие, русская разговорная речь. «Разговорность» в рекламном тексте.
11. Литературно-языковая и стилистическая нормы; их взаимоотношения. Стилистическая ошибка и стилистический прием с общей языковой основой.
12. Стилистика языковых ресурсов: стилистические возможности графики.
13. Стилистика языковых ресурсов: стилистические возможности 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. Проблемы интертекстуальности. Интертекстуальность в рекламе. Текст в тексте. Прецедентный текст.
30. Предмет и задачи литературного редактирования. Виды и этапы редактирования. Технология редакторского чтения. Виды и задачи правки.