

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КУЛЬТУРЫ
«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра рекламы и PR-технологий

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 И.А. Федоричева
19.08 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ**

*Уровень основной образовательной программы – бакалавриат
Направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Статус дисциплины – базовая
Учебный план 2018 года*

Описание учебной дисциплины по формам обучения

Очная								Заочная							
Курс	Семестр	Всего час. / зач. Единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час.	Форма контроля	Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час.	Форма контроля
3	5	108/ 3	68	34	34	40	Экзамен (1, 2)	3	5	108 /3	12	6	6	96	Экзамен (1, 2)
Всего		108/ 3	68	34	34	40	Экзамен (1, 2)	Всего		108 /3	12	6	6	96	Экзамен (1, 2)

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ООП и ГОС ВО.

Программу разработал  Е. В. Бугаец, преподаватель кафедры рекламы и PR-технологий

Рассмотрено на заседании кафедры рекламы и PR-технологий (ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского»)

Протокол № 1 от 28.08 2019 г. Зав. кафедрой  Е.А. Лобовикова

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» входит в базовую часть дисциплин ООП ГОС ВО (уровень бакалавриат) и адресована студентам 3 курса (V семестр) направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М.Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Предметом изучения учебной дисциплины является стилистика русского языка, особенности стиля рекламных и PR-текстов, а также вопросы, касающиеся их составления и редактирования.

Междисциплинарные связи: изучение дисциплины предопределяется учебным планом и коррелирует с базовыми дисциплинами социально-гуманитарной и профессиональной подготовки.

Содержание программы отражает представление об нормах устной и письменной речи, лексики и фразеологии; функциональных стилях русского языка; принципах и методах редактирования текстов; правилах работы с текстами.

Изучение дисциплины «Стилистика и литературное редактирование» направлено на формирование у студентов следующих общекультурных компетенций:

использование основ полученных теоретических знаний при решении практических задач;

владение способностью понимать и анализировать социальные проблемы.

Дисциплина изучается в течение одного семестра (5 семестр). Итоговая форма контроля – дифференцированный зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 71 час. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 34 часов для очной формы обучения, 6 часов – для заочной формы обучения; семинарские занятия – 34 часов для очной формы, 6 – для заочной формы. Итоговый контроль в форме дифференцированного зачета.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса – познакомить студентов с основами стилистики современного русского языка и отработать с ними навыки стилистической и литературной обработки рекламных и PR-текстов.

Задачи курса:

- дать понятие стилей речи и их особенностей;
- познакомить с задачами практической стилистики;
- отработать навыки использования стилистических ресурсов лексики и грамматики современного русского языка;
- сформировать представление о вербальной составляющей рекламного продукта, ее целях и типах таких текстов;
- научить основам литературного редактирования рекламного текста: слоганов, заголовков, наименований и др. типов медитекстов.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» относится к базовой части. Данному курсу должно предшествовать изучение таких дисциплин, как «Культурология», «Русский язык», «Литература» и сопутствовать «Основы копирайтинга», «Технологии рекламы», «Основы коммуникаций», «Психология», которые логически, содержательно и методически связаны с дисциплиной «Стилистика и литературное редактирование». Данные дисциплины предоставляют обширную теоретическую базу, формируют навыки самостоятельной аналитической работы и составляют теоретический и

научно-методологический фундамент последующего изучения курса «Стилистика и литературное редактирование».

Изучение дисциплины «Стилистика и литературное редактирование» способствует успешному овладению студентами таких дисциплин как «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Имиджелогия», «Основы копирайтинга», «Спичрайтинг» и др.

В программе учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Данная дисциплина формирует след компетенции:

Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-2	способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК-2	владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-6	способность эффективно реализовывать актуальные задачи государственной культурной политики в процессе организации социально-культурной деятельности
ПК-7	способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

В результате изучения курса студенты должны **знать:**

- жанры и типы рекламных и PR-текстов;
- жанровую структуру современных СМИ;
- особенности функциональных стилей современного русского языка;
- специфику стиля рекламных и PR-текстов
- виды литературной правки текстов.

В результате изучения курса студенты должны **уметь:**

- создавать рекламные и PR-тексты разных жанров с учетом канала их распространения и аудитории, на которую они рассчитаны;
- видеть текстовые недочеты и корректно исправлять их в соответствии с нормами современной стилистики;
- принимать решение о выборе вида литературной правки текста и осуществлять ее.

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название тем	Количество часов											
	Дневная форма						Заочная форма					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л	с	п	Лаб	С.р.		л	с	п	лаб	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Курс 1												
Семестр 1												
Тема 1. Основы стилистики	8	2	2	-	-	-		1		-	-	-
Тема 2. Стилистическая ошибка и стилистический прием	8	2	2						1			
Тема 3. Функциональные стили современного русского языка	8	2	2						1			
Тема 4. Литературный стандарт и разговорность в рекламных и PR – текстах	8	2	2						1			
Тема 5. Основы литературного редактирования.	4	2	2					1				
Тема 6. Правка-вычитка	4	2	2						1			
Тема 7. Правка-сокращение	4	2	2						1			
Тема 8. Логические основы редактирования	4	2	2					1				
Тема 9. Правка-обработка	4	2	2	-	-			1				
Тема 10. Графическая правка текста	4	2	2	-	-							
Тема 11. Проверка фактического материала	4	2	2					1				
Тема 12. Правка-доделка и переделка. Информ.доработка текста	4	2	2						1			
Тема 13. Логограф текста и его корректировка	4	2	2									
Тема 14. Коммуникативные	4	2	2					1				

стратегии в рекламных и PR-текстах												
Тема 15. Жанрово-стилистические трансформации	4	2	2									
Тема 16. Лингвистическая экспертиза	4	2	2					1				
Тема 17. Взаимоотношения редактора и автора	4	2	2									
Всего за семестр	68	34	34	-	-		12	6	6	-	-	
ВСЕГО часов по дисциплине	68	34	34	-	-		12	6	6	-	-	

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержательный модуль 1 (3 курс 1 семестр).

Тема 1. Основы стилистики.

Понятие стилистики. Предмет стилистики. Задачи стилистики. Стилистика языка, речи и художественной литературы. Стилистическая окрашенность как основа стилистики. Двуплановая стилистическая окрашенность.

Тема 2. Стилистическая ошибка и стилистический прием.

Типы стилистических ошибок. Основные критерии оценки стилистических качеств речи (смысловой, функциональный, эстетический). Литературные достоинства текста при редактировании. Разграничение речевой ошибки и стилистического приема с единой лингвистической основой.

Тема 3. Функциональные стили современного русского языка.

Система стилей современного русского литературного языка. Проблема выделения стилей: проницаемость, объективная дискретность, бесконечное множество. Основные подходы к выделению и описанию функциональных стилей литературного языка и критерии их классификации. Дифференциальные признаки функциональных стилей. Функциональный стиль в текстах рекламы и PR.

Тема 4. Литературный стандарт и разговорность в рекламных и PR –текстах.

Социальные жаргоны, территориальные диалекты, просторечие, русская разговорная речь. Специфика и формы городской коммуникации. 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.

Тема 5. Основы литературного редактирования.

Предмет и задачи литературного редактирования. Стилистика и литературное редактирование. Литературное редактирование и литературная критика. Понятие «редакторский анализ». Виды и этапы редактирования. Технология редакторского чтения. Виды и задачи правки. Основные правила исправления текста. Общая методика правки текста.

Тема 6. Правка-вычитка.

Суть и методика правки-вычитки: устранение незначительных погрешностей языка и стиля, унификация сокращений, систематизацию ссылочного материала, проверка фактического и цитатного материала.

Тема 7. Правка-сокращение.

Суть и методика правки-вычитки. Два типа сокращения текста: связанный и не связанный с объемом содержания. Устранение излишних для данного типа текстов подробности в фактическом материале и приведение в соответствие формальной и содержательной стороны высказывания.

Основные способы сжатия текста: исключение подробностей, упрощение, обобщение.

Тема 8. Логические основы редактирования.

Понятие логичности речи. Алогизмы и причины их возникновения. Логические ошибки. Разница между ними и уловками при аргументации. Способы устранения логических ошибок.

Тема 9. Правка-обработка.

Суть и методика правки-обработки как способа подготовки к публикации окончательного варианта текста. Основная задача правки-обработки – устранение дефектов языка и стиля редактируемого текста, всех видов речевых и грамматических ошибок и стилистических недочетов.

Тема 10. Графическая правка текста.

Виды шрифтов и принципы их выбора. Игра шрифтов как способ привлечь внимание к фрагменту текста. Шрифт как декоративный элемент. Заглавные буквы. Фигурные стихи, визуальные тексты, конкретная поэзия. Графические жанры. Графология и стилистика. «Смайлики» в интернете. Виды иллюстраций и редактирование. Основные графические погрешности и недочеты.

Тема 11. Проверка фактического материала.

Факт достоверный и недостоверный. Понятие и способы верификации фактов. Репрезентативные источники. Как проверить достоверность цитат.

Связность и цельность как основные категориальные свойства текста. Внутренняя (структурная) и внешняя (прагматическая) связность.

Тема 12. Правка-доделка и переделка. Информ.доработка текста.

Суть, методика и задачи правки-доделки и правки-переделки. Разница между ними. Понятие коммуникативно-прагматической организации текста и коммуникативного эффекта.

Методы информационной доработки текста.

Тема 13. Логограф текста и его корректировка.

Логограф – текст с убеждающей интонацией. Методы ее создания. Основные и дополнительные элементы логической структуры убеждающего текста. Типы основного тезиса и аргументации. Важность и виды выводов.

Тема 14. Коммуникативные стратегии в рекламных и PR-текстах.

Эволюция жанров рекламных и PR-текстов. Современная жанровая структура рекламных и PR-текстов. Виды коммуникативных стратегий: транслятивная диалогизирующая, стратегия редуционизма, стратегия дискредитации, стратегия презентации, изобразительная стратегия.

Тема 15. Жанрово-стилистические трансформации.

Система жанров современных СМИ: информационные, аналитические, художественно-публицистические. Их жанровые признаки и особенности, предмет, метод и функция. Варианты использования их для решения рекламных и PR-задач.

Тема 16. Лингвистическая экспертиза.

Понятие «недобросовестная реклама», методы редакторской работы с содержащими ее рекламными и PR-текстами. Правила использования слова «лучший» в рекламных текстах. Правила сравнения рекламируемого товара с аналогами, произведенными конкурентами.

Тема 17. Взаимоотношения редактора с автором.

Понятие об авторском праве и допустимости редакторского вмешательства в текст. Законодательное регулирование отношений редактора и автора. Редакторская этика. Особенности работы редактора с официальными документами.

7.1 ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Смысловая точность речи. Выбор слова

1. Поиск нужного слова.
2. Речевые ошибки из-за неправильного выбора слова
3. Лексическая сочетаемость и ее нарушение как ошибка и стилистический прием.
4. Речевая недостаточность и речевая избыточность
5. Принципы работы редактора с перечисленными ошибками.

Термины: стилистика, лексика, семантика, стилистическая единица, тропы, эвфемизм, подмена понятия, ляпалиссиада, плеоназм, тавтология.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Творческие задания:
 - Найдите примеры повторов, тавтологии, плеоназма в современных рекламных текстах. Определите, является ли их употребление стилистическим приемом или ошибкой. В последнем случае предложите вариант правки.
 - Найдите примеры лексической несочетаемости слов в современных рекламных текстах. Определите, является ли их употребление стилистическим приемом или ошибкой. В последнем случае предложите вариант правки.

Литература: [2 – С. 4-25].

Тема 2. Стилистические ошибки и способы их редактирования.

1. Понятие стилистической нормы.
2. Понятие и причины появления в текстах стилистических ошибок.
3. Наиболее распространенные стилистические ошибки.
4. Методы редакторской работы со стилистическими ошибками.
5. Нарушение стилистической сочетаемости слов как прием.

Термины: канцелярит, клише, жаргонизм, диалектизм, архаизм.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Общая классификация текстовых ошибок.
 - Ошибки в языковом выражении мысли.
 - Разграничение текстовых ошибок и языковых приемов.

Литература: [3 – С. 143-164; 6 – С.64-96].

Тема 3. Функциональные стили.

1. Выбор средств в зависимости от условий общения.
2. Стилистические возможности разных уровней языка.
3. Виды маркировки стиля.
4. Особенности функционального стиля.
5. Нормы функционального стиля.

Термины: стиль, просторечие, жаргон, арго, сленг

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.

2. Темы творческих работ:

- Что такое стиль и какие факторы влияют на характер стиля?
- Что такое нейтральный стиль? Какие слова называют общеупотребительными?
- В чем специфика литературного языка по отношению к нелитературному?
- Какие языковые единицы относятся к стилистически маркированным?
- Выполните задания 133 и 134 в источнике 1.

Литература: [[1 – С. 137-143](#); [4 – С.173-178](#)].

Тема 4. Разговорная речь. Оправданность ее применения в рекламе.

1. Условия подлинно разговорной речи.
2. Особенности и сфера применения разговорной речи.
3. Особенности синтаксиса разговорной речи.
4. Особенности применения разговорной речи в массовой коммуникации.

Термины: разговорная речь, нейтральные слова, семантические стяжения, конденсаты, слова-дублеты, слова-указатели, слова-губки.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Творческие задания:
 - Найдите примеры применения разговорной речи в современной рекламе, проанализируйте уместность этого приема.
 - Составьте диалоги в разговорном стиле для рекламы популярных товаров.

Литература: [[1 – С.170-174](#); [4 – С. 178-183](#)].

Тема 5. Литературное редактирование как учебная дисциплина. Виды редакторского чтения.

1. Значения термина редактирование.
2. Текст как объект литературного редактирования.
3. Этапы работы над рукописью.
4. Критерии оценки текста редактором.
5. Виды редакторского чтения: ознакомительное, углубленное, шлифовочное.

Термины: редактирование, рукопись, текст, композиция, редакторское чтение.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Суть и принципы литературного редактирования.
 - С чего начинается редактирование произведения.
 - Композиция произведения и ее оценка.
 - Особенности построения публицистических текстов.
 - Работа редактора над устранением недостатка композиции.

Литература: [[3 – С.7-17](#); [5 – С. 21-28](#); [6 – С.10-12, 102-111](#)].

Тема 6. Правка текста и ее виды. Технология правки-вычитки.

1. Понятие, методика и случаи применения правки-вычитки.
2. Технические знаки, применяемые при корректорской правке-вычитке.

Термины: правка-вычитка.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Практическое письменное задание:
 - выполнить задание 17 из источника 1.
 - Выполнить задания 1, 2, 5, 6 из источника 7.

Литература: [[1 – С.40-41](#); 7 – С. – 5-9].

Тема 7. Технология правки-сокращения.

1. Понятие, методика и случаи применения правки-сокращения.
2. Технические знаки, применяемые при корректорской правке-сокращении.

Термины: правка-сокращение.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Практическое письменное задание:
 - выполнить задание 18-20 из источника 1.

Литература: [[1 – С.41-46](#); 7 – С. – 25-28].

Тема 8. Логическая правильность текста.

1. Основные законы формальной логики: закон тождества, противоречия, исключения третьего, достаточности основания.
2. Типичные логические ошибки и методика редакторской работы по их устранению.
3. Логическое деление понятий и его правила.

Термины: логика, тезис, аргумент, контактные противоречия, дистантные противоречия, алогизм

Выполнить:

3. Систематизировать и закрепить знания по теме.
4. Практическое письменное задание:
 - выполнить задание 2-5 из указанной главы источника 7.

Литература: [[3 – С.37-48](#); [5 – С. 18-33](#); 7 – С. 58-61].

Тема 9. Технология правки-обработки.

1. Понятие, специфика и параметры правки-обработки.
2. Технические знаки, применяемые при корректорской правке-обработке.

Термины: правка-обработка.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Практическое письменное задание:
 - выполнить задание 3-6 из указанной главы источника 7.

Литература: [[1 – С.46-48](#); 7 – С.86-93].

Тема 10. Особенности графической правки текста.

1. Понятие, методика и случаи применения графической правки.
2. Виды шрифтов.
3. Принципы оформления рекламного текста.

4. «Игра шрифтами».
5. Особенности редакторской работы со шрифтами.

Термины: графическая правка, шрифт, гарнитура, начертание, курсив, кегль.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Практическое письменное задание:
 - выполните задание 3 и 6 из указанной главы источника 7.
 - подберите 5–6 рекламных текстов, включающих заголовки, слоган и эхо фразу. Оцените шрифтовое и цветовое оформление. Какие исправления вы бы внесли?

Литература: [7 – С. 125-128].

Тема 11. Проверка текста на достоверность.

1. Назначение фактического материала в тексте.
2. Задачи редактора при проверке фактического материала.
3. Типы проверки фактического материала: внутренняя проверка; сличение со словарями, справочниками; официальное подтверждение.
4. Основные сложности проверки фактического материала.
5. Главные источники проверки фактического материала.
6. Фактор времени при проверке фактического материала.

Термины: факт, достоверность, верификация.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Элементы текста, требующие особой проверки.
 - Причины появления фактических ошибок.
3. Практическое письменное задание:
 - выполните задание 10 и 11 из источника 1.

Литература: [1 – С. 22-26; 6 – С. 57-60; 7 – С. 143-144].

Тема 12. Технология правки-доделки и правки-переделки.

1. Понятие, специфика и параметры правки-доделки и правки-переделки.
2. Технические знаки, применяемые при корректорской правке-доделке и правке-переделке.
3. Расстановка рекламных и PR-акцентов при правке-доделке и правке-переделке.

Термины: правка-доделка, правка-переделка.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Практическое письменное задание:
 - выполнить задание 25 из источника 1 и задания 3,4,6 из указанной главы источника 7.

Литература: [1 – С.48-49; 7 – С.164-173].

Тема 13. Делаем текст побудительно-убедительным.

1. Логограф – логическая схема текста с убеждающей интонацией.
2. Элементы логографа: основная мысль (авторская позиция), система констатирующих тезисов, система развивающих тезисов, аналитическая оценка ситуации.
3. Виды основного тезиса, аргументации. Манипулятивные тактики.

Термины: логограф, авторская позиция, констатирующий тезис, развивающий тезис, манипуляция.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Практическое письменное задание:
 - выполните задание 1-3 из указанной главы источника 7.

Литература: [7 – С.174-176].

Тема 14. Особенности редактирования рекламного текста

1. Особенности рекламного текста.
2. Композиция воздействующего рекламного текста и её элементы.
3. Скрытые задачи автора.
4. Приемы поддержания интриги в тексте.
5. Композиция как оформление интриги.
6. Оформление текста.
7. Виды текста по методу их изложения и особенности их редактирования.

Термины: слоган, рекламный зачин, основная часть рекламного текста, заключение рекламного текста, интенция, месседж, образная аргументация, прямая аргументация, имплицитная аргументация, интрига, заголовок, вводная, врезка.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Практическое письменное задание:
 - выполните задание 162-164 из источника 1.

Литература: [[1 – С. 175-202](#); [3 – С. 200-228](#); [6 – С. 37-50](#)].

Тема 15. Жанровый аспект редактирования рекламных и PR-текстов.

1. Понятие и проблема жанра в журналистике.
2. Жанровая структура современных СМИ.
3. Основные жанры рекламных и PR-текстов.
4. Жанровые особенности информационной заметки.
5. Жанровые особенности информационного интервью.
6. Жанровые особенности комментария.
7. Жанровые особенности статьи.

Термины: жанр, информационная заметка, интервью, комментарий, статья.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Творческое письменное задание:
 - Напишите рекламный текст в жанре информационной заметки о работе подготовительных курсов Академии.
 - Напишите рекламный текст в жанре комментария от лица сотрудников вуза на актуальную тему, которая обсуждается в обществе.

Литература: [[3 – С. 48-63](#)].

Тема 16. Проблема авторизации рекламных и PR-текстов.

1. Основные критерии установления авторства текста.
2. Лингвоэкспертиза рекламных и PR-текстов.

Термины: авторизация, лингвоэкспертиза

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Творческое письменное задание:
 - Выполните задания 1-2 из указанной главы источника 7.

Литература: [[1 – С. 18-20](#), 7 – С. 266-272].

Тема 17. Взаимоотношения автора и редактора рекламных и PR-текстов.

1. Этические основы редактирования.
2. Правовые основы редактирования.
3. Границы допустимого вмешательства редактора в текст.

Термины: авторское право, профессиональная этика.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Тема творческой работы:
 - Должностные обязанности редактора и требования к его квалификации.
 - Выполните практические задания 4-7 из источника 1.

Литература: [[1 – С. 12-17, 38-39](#); [3 – С.17-21](#)].

7.2. ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Правовые основы литературного редактирования.
2. Способы верификации фактического материала.
3. Задачи редактора рекламного текста.
4. Задачи редактора рг-текста.
5. Правка текста и ее виды.
6. Работа над композицией рекламного и рг-текста.
7. Допустимость разговорной речи в массовой коммуникации.
8. Практика применения неологизмов в рекламных текстах.
9. Научность и псевдонаучность рекламных текстов.
10. Манипулятивные технологии рекламных и рг-текстов.
11. Может ли рекламный текст обойтись без манипуляций.
12. Креативная значимость архаизмов в рекламных и рг-текстах.
13. Цели использования диалектизмов в рг-текстах.
14. Омонимия как одно из эффективных средств создания рекламного каламбура.
15. Функциональная стилизация как выразительный рекламный прием.
16. Значение заголовка в рекламном и рг-тексте.
17. Средства экспрессивного синтаксиса в современной рекламе.
18. Популярные стилистические приемы современной рекламы.
19. Изобразительный текст и способы его совершенствования.
20. Каким не должен быть пресс-релиз.

7.3 ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Предмет и задачи литературного редактирования.
2. Практическая стилистика как научная дисциплина. Предмет и задачи.
3. Литературное редактирование и литературная критика.
4. Понятие «редакторский анализ». Виды и этапы редактирования. Технология редакторского чтения.
5. Виды и задачи правки.
6. Основные правила исправления текста. Общая методика правки текста.
7. Типы стилистических ошибок. Основные критерии оценки стилистических качеств речи (смысловой, функциональный, эстетический).
8. Разграничение речевой ошибки и стилистического приема с единой лингвистической основой.
9. Понятие авторского стиля. Проблема авторства в рекламе.
10. Жанры рекламных текстов.
11. Жанры PR-текстов в зависимости от адресата.
12. Ошибки, нарушающие ясность текста, и способы их исправления.
13. Ошибки, нарушающие полноту речи, и способы их исправления.
14. Логические ошибки и способы их исправления.
15. Основные стилистические различия рекламных и PR-текстов.
16. Основные подходы к выделению и описанию функциональных стилей литературного языка и критерии их классификации.
17. Система стилей современного русского литературного языка.
18. Функциональный стиль в текстах рекламы и PR.
19. Разновидности и жанры рекламы.
20. Жанры газетного дискурса в рекламе (заметка, статья, корреспонденция, репортаж, отчет, рецензия, консультация, рассказ).
21. Элементы научного стиля в рекламе (листочки, проспекты, памятки, альбомы).
22. Черты разговорного стиля в современной рекламе.
23. Ассоциации в рекламе: русское языковое мышление.
24. Жанры внутренних и внешних PR-текстов.
25. Связность и цельность как основные категориальные свойства текста. Лексический и семантический повтор как основные средства когезии.
26. Структурная организация текста.
27. Сильные позиции рекламного и PR-текста. Заголовок и тема. Редакторские требования к заголовку.
28. Семантическая организация текста. Виды текстовой информации.
29. Редакторская работа над информационной структурой текста. Оценка, проверка и анализ фактического материала. Виды фактического материала.
30. Тематическая и коммуникативная заданность текста. Функционально-смысловые типы (композиционно-речевые формы) текстов (повествование, описание, рассуждение); их структура и особенности.
31. Понятие композиция. Редакторская работа над композицией текста. Основные композиционные недочеты и погрешности.
32. Фонетика. Стили произношения. Социальная, территориальная, собственно-стилистическая реализация фонем
33. Проблема неблагозвучия. Основные стилистические погрешности и недочеты.
34. Стилистический конфликт. Макароническая речь. Лексический повтор.
35. Логические основы редактирования.

Тестовое задание:

- 1) Каков основной предмет стилистики?

- а) вопросы культуры речи
- б) закономерности употребления языка в разных сферах и ситуациях общения
- в) правила образования морфологических форм современного языка

2) Что входит в задачи стилистики?

- а) изучение выразительных средств языка
- б) исследование грамматических потенций языка
- в) анализ тенденций развития языка

3) Что является основой стилистики?

- а) стилистическая окрашенность
- б) стиль речи
- в) тип речи

4) На что указывает первый план стилистической окрашенности?

- а) на оценочный характер слов и выражений
- б) на эмоционально-экспрессивный характер слов и выражений
- в) на сферу употребления слов и выражений

5) Что такое стиль речи?

- а) типизированная форма организации речи, отличающаяся заданным характером речевой деятельности и формой использования языка
- б) система языковых элементов внутри литературного языка, разграниченные условиями и задачами общения
- в) учет предварительной обусловленности авторского выбора тех или иных средств выражения смысловой структуры текста его видовой и жанровой целеустановкой

6) Кто из ученых предложил выделять стили, исходя из функций языка?

- а) Л. В. Щерба
- б) А. И. Горшков
- в) В. В. Виноградов

7) Какой принцип выделения стилей речи предложили выделять стили современного русского языка М. Н. Кожина и Н.М. Шанский?

- а) ориентируясь на структуру текста
- б) в соответствии со сферами функционирования языка
- в) исходя из видов речи

8) Какие стили выделил Д. Э. Розенталь?

- а) научный, официально-деловой, публицистический, художественный, разговорно-бытовой
- б) научный, официально-деловой, публицистический, разговорный, язык художественной литературы
- в) разговорный стиль, научный, литературно-художественный, официально-деловой, публицистический

9) Какой подход к проблеме сопоставления различных функциональных стилей был характерен для 60-70-х годов XX века?

- а) увидеть черты сходства художественной и научной прозы
- б) увидеть черты различия художественной и научной прозы
- в) увидеть черты соприкосновения разных функциональных стилей

10) Какой стиль речи выражает обыденное сознание?

- а) разговорный

- б) официально-деловой
- в) художественный

11) Какова прагматическая цель художественного стиля?

- а) создание документов
- б) создание художественной реальности
- в) фиксация научных знаний

12) Для каких стилей характерна письменная форма речи?

- а) официально-делового, научного, художественного, публицистического
- б) официально-делового, научного, разговорного
- в) разговорного, публицистического, художественного

13) Для каких стилей характерен такой характер речи, как диалог?

- а) официально-делового, разговорного, публицистического
- б) разговорного, художественного, публицистического
- в) разговорного, художественного, научного

14) О каком стиле идет речь в следующем определении: «Один из книжных стилей, который используется в сфере деловых отношений, деловых бумагах, т.е. законах, документах, актах, договорах, постановлениях, уставах, служебной переписке и т.д.»?

- а) научный
- б) художественный
- в) официально-деловой

15) Какова задача разговорного стиля?

- а) выразить отношение к изображаемому
- б) сообщить информацию, дать инструкцию
- в) обменяться впечатлениями

16) Характеристики какого стиля представлены в данном определении: «Частое использование лексических средств, указывающих на связь и последовательность мыслей»?

- а) научного
- б) публицистического
- в) официально-делового

17) Как называется увлечение канцеляризмами в разговорной речи?

- а) вульгаризм
- б) просторечие
- в) канцелярит

18) В каких особенностях публицистического стиля проявляется информационная ориентация текстов СМИ?

- а) побудительность, оценочность
- б) образительность, образность
- в) объективность, логичность

19) В каких жанрах публицистического стиля преобладает воздействующая функция медиатекстов?

- а) рецензия, очерк
- б) памфлет, репортаж
- в) отчет, корреспонденция

20) Что явилось стилистической доминантой перестроечной прессы?

- а) ирония и сарказм
- б) прецедентные тексты
- в) расшатывание стандарта

21) Что передает внешний аспект «образа автора»?

- а) фактуальное содержание
- б) смысловое содержание
- в) идею произведения

22) Какие установки реализуются с помощью приема стилистического и жанрового смешения?

- а) привлечение внимания
- б) создание иноязычного колорита
- в) информационная насыщенность

23) Что называется стилистической нормой?

- а) совокупность коллективных реализаций языковой системы, принятых обществом на определенном этапе его развития и осознаваемых им как правильные и образцовые
- б) наука, анализирующая различия семантического и экспрессивно-стилистического характера между разными жанрами и общественно обусловленными видами устной и письменной речи
- в) правила наиболее целесообразных в каждой сфере общения реализаций принципов отбора и сочетания языковых средств

24) Какая из «лингвотекстовых» дисциплин занимается изучением текстовых категорий?

- а) стилистика текста
- б) теория текста
- в) грамматика текста

25) Для какого стиля речи характерно широкое распространение инфинитивных конструкций?

- а) публицистического
- б) научного
- в) официально-делового

26) Какому стилю характерна десемантизация глагола?

- а) официально-деловому
- б) научного
- в) разговорному

27) К какому подстилю официально-делового стиля относится *указ*?

- а) законодательный
- б) административно-канцелярский
- в) делового общения

28) Чем отличается научная статья от публицистической?

- а) анализом проблемы
- б) новой информацией
- в) отсутствием эмоциональности

29) Назовите жанр научного стиля, отвечающего следующим требованиям: произведение, с которым выступают в аудитории специалистов, тематически обычно узкое и содержащее новые сведения (фактический материал и научные идеи):

- а) научная статья

- б) научный доклад
- в) лекция

30) Какому подстилю разговорного стиля относится речь малообразованных людей, в которой наряду со стилистически нейтральными единицами употребляются нелитературные единицы нежаргонного характера?

- а) литературно-разговорный
- б) просторечие
- в) вульгарно-разговорный стиль

8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «Стилистика и литературное редактирование» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в семинарских занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

В ходе проведения семинарских занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные в план семинарского занятия. Помимо устной работы, проводится защита рефератов по теме семинарского занятия, сопровождающаяся его обсуждением и оценением. Также внимание на семинарских занятиях уделяется практико-ориентированным заданиям: составлению рекламных и рг-текстов, анализу собственных и опубликованных в СМИ рекламных и рг-текстов, их правке и совершенствованию.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

При проведении различных видов занятий используются интерактивные формы обучения:

Занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии
Семинарские занятия	Дискуссии, коллективное решение творческих задач, ролевая игра

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
Зачтено	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач по анализу и моделированию разрешения конфликтов на различных стадиях и в различных ситуациях.
Не зачтено	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы. Демонстрирует слабое понимание значения и сути конфликта в социальных отношениях, затрудняется при выборе стратегий урегулирования конфликтов.
Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
Отлично	Студент обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала, свободно выполняет предусмотренные программой задания; если он усвоил основную и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной в программе; проявляет творческие способности в интерпретации учебного материала, свободно владеет специальной терминологией;
Хорошо	Студент обнаруживает хорошее знание учебно-программного материала, успешно выполняет предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу по курсу, без затруднений излагает материал в устной речи, владеет специальной терминологией
Удовлетворительно	Студент обнаруживает знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы в вузе; справляется с выполнением предусмотренных программой заданий; знаком с основной литературой, рекомендованной программой; с незначительными затруднениями устно излагает материал. Оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим ошибки в ответе на зачете и при выполнении заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их исправления под руководством преподавателя
Неудовлетворительно	Студент обнаружил пробелы в знаниях основного программного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, затрудняется в устном изложении материала, не владеет специальной (по данной дисциплине) и плохо владеет общенаучной терминологией.

10. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. [Борисова Е. Г. Стилистика и литературное редактирование: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е. Г. Борисова, Е. Ю. Геймбух. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 275 с.](#)
2. [Голуб И. Б. Стилистика русского языка. – 11-е изд-е. – М.: Айрис-пресс, 2010. – 448 с.](#)
3. [Сметанина С. И. Литературное редактирование для журналистов и специалистов по связям с общественностью — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2003 - 252 с.](#)
4. [Солганик Г. Я. Стилистика текста: Учеб. пособие. – 3-е изд-е. – М.: Флинта: Наука, 2001 – 256 с.](#)
5. [Литературное редактирование: учебное пособие/И. Б. Голуб. — М.: Логос, 2010. — 432 с.](#)
6. [Шишлянникова А. М. Литературное редактирование медиатекстов: теория и практика: учебное пособие/А. М. Шишлянникова, И. В. Хорошунова. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2017. – 192 с.](#)

Дополнительная литература:

7. Руженцева Л. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учеб.пособие. – М.: Флинта: Наука, 211. – 184 с.

11.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. При подготовке к занятиям по данной дисциплине используется аудиторный фонд (столы, стулья, доска).

При подготовке и проведении занятий используются дополнительные материалы. Предоставляется литература читального зала библиотеки ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского». Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии.

Информационные технологии и программное обеспечение не применяются.