

Урок русского языка в 11 классе  
учителя русского языка и литературы высшей категории МОУ «Южно-  
российский лицей казачества и народов Кавказа»  
Скрынникова Светлана Васильевна



# Урок русского языка 11 класс



- **Тип урока** – объяснение нового материала
- **Цель урока** –
  1. Развивать речь учащихся;
  2. Научить навыкам использования в речи специализированной лексики, выявлению особенностей публицистического стиля;
  3. Воспитать любовь к русскому языку; чувство коллективизма и проявлению индивидуальных особенностей личности в процессе коллективной деятельности.



# Что должны уметь учащиеся:



Распределять время для  
**выполнения**

**работы;**

- воспринимать изучаемые объекты и явления;
- Выполнять различные виды творческих работ и заданий;
- В процессе усвоения нового применять ранее полученные знания;
- продуктивно работать;
- оценивать результаты работы;



# Вы, надеюсь, почувствуете, ЧТО

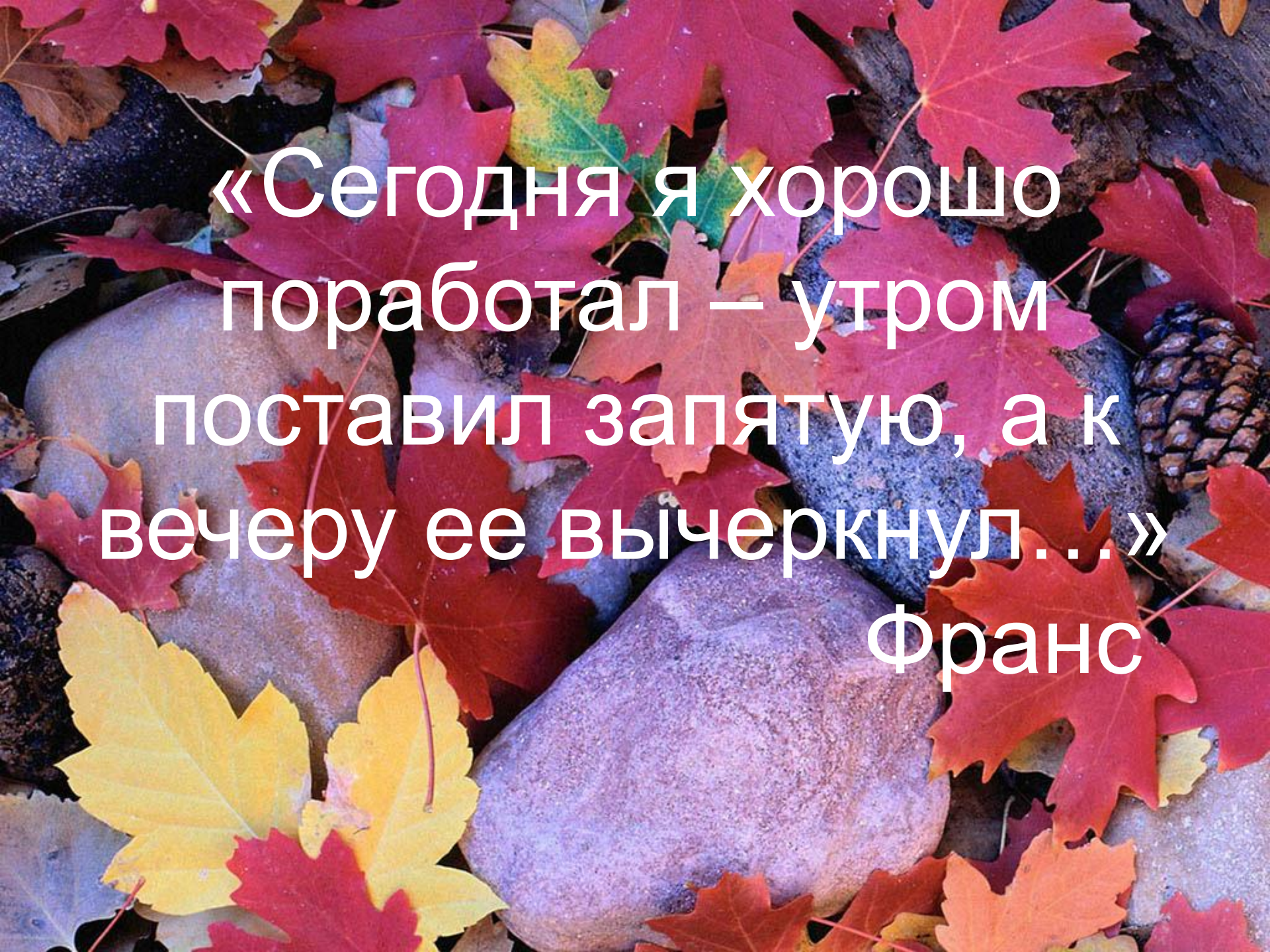
- ◆ урок будет эмоциональным;
- ◆ темп и ритм урока будут оптимальными;
- ◆ Для успешного восприятия материала - полный контакт и учащихся;
- ◆ В классе - атмосфера доброжелательности;
- ◆ Во время урока будут различные виды деятельности.



учителя





A close-up photograph of autumn foliage. The scene is filled with various types of leaves in shades of red, orange, yellow, and brown. Some leaves are still attached to their stems, while others are scattered. In the background, several smooth, greyish-brown rocks are visible, along with a dark, textured pine cone on the right side. The overall composition is dense and textured, capturing the essence of a fall forest floor.

«Сегодня я хорошо  
поработал – утром  
поставил запятую, а к  
вечеру ее вычеркнул...»

Франс

# ПУБЛИЦИСТИКА

(от лат. *publicus* — общественный),  
род произведений,  
посвященных актуальным  
проблемам и явлениям  
текущей жизни общества



# Публицистика существует

□ в словесной

(письменной и устной),

□ графически изобразительной (плакат, карикатура),

фото- и кинематографической (документальное кино, телевидение),

□ радиопередачи,

□ театрально-драматической, словесно-музыкальной формах.



# Публицистический стиль

## Сфера употребления

- ✓ общественно-экономическая
- ✓ политическая
- ✓ культурные отношения: в газетах и журналах.

# Публицистический стиль

## Стилевые черты:

- ❖ Логичность,
- ❖ Образность,
- ❖ Эмоциональность,
- ❖ Оценочность,
- ❖ Призывность,
- ❖ Страстность,
- ❖ Доступность

## Задача речи:

- Информативность,
- Передача значимой информации,
- Воздействие,
- Убеждение,
- Побуждение.

# Лексические особенности

1. Общественно-политическая лексика,
2. Лексика, обозначающая понятия морали, этики, медицины, экономики, культуры,
3. Слова из области психологии,
4. Слова, обозначающие внутреннее состояние, переживания человека...



# Подумай и составь слова

## 1 вариант

с приставками:

Анти-

Де-

Меж-

## 2 вариант

с суффиксами:

-ци(я)

-ИЗМ

-ИСТ

# Можно использовать и такие слова

## 1 вариант

с приставками:

Анти-

**анти**правительст-  
венный

Де- **де**градация

Меж

**меж**национальный

## 2 вариант

с суффиксами:

-ци(я)

деклара**ция**

-ИЗМ

патриот**изм**

-ИСТ

ате**ист**

# Лексические особенности

## 5. Фразеологизмы:

- ❖ бить в набат,
- ❖ Вырвать с корнем,
- ❖ Вылететь в трубу,
- ❖ Локальные споры...

## ЗАДАНИЕ

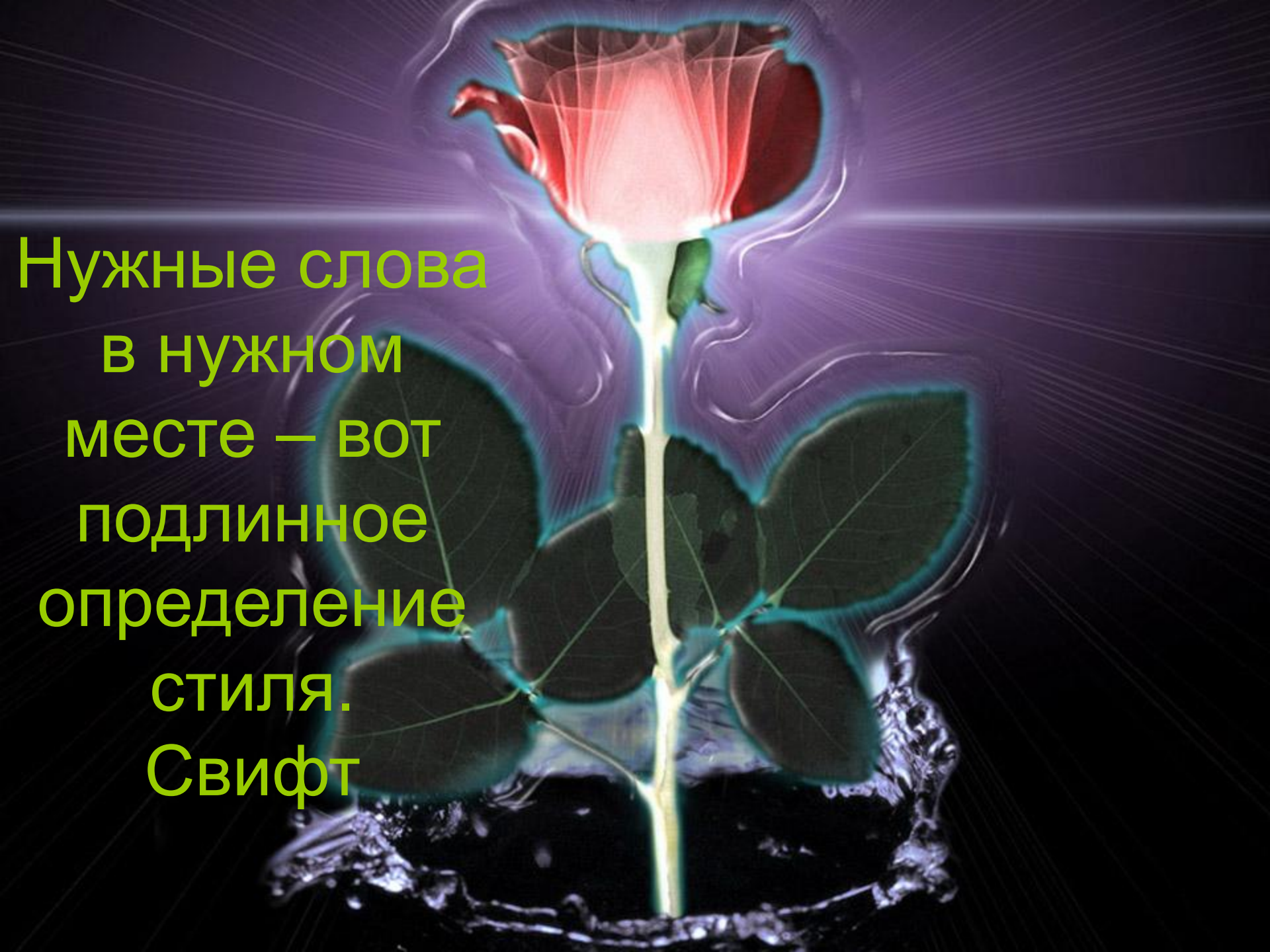
1. упр. 387, стр. 227
2. Выберите из предложенных фразеологизмов те, которые могут использоваться в публицистическом стиле.





# ОТВЕТ

**Сыграть роль, бить в набат,  
втирать очки, пустить корни, взять  
на заметку, как говорится, выйти в  
свет, на каждом шагу, сплошь и  
рядом, с точки зрения, вносить свой  
вклад, в первую очередь, другими  
словами, играть роль, иметь  
значение.**



Нужные слова  
в нужном  
месте — вот  
подлинное  
определение  
стиля.  
Свифт

# Эмоциональные средства выразительности

- ❑ Эпитеты
- ❑ Сравнения
- ❑ Метафоры,
- ❑ риторические вопросы «Много ли надо, чтобы увидеть небо в алмазах?»
- ❑ Обращения «Дорогие читатели! Ваши пожелания направлены в редакцию»
- ❑ Лексические повторы (так называемый ложный плеоназм): «Побеждают те, кто ясно видит будущий день истории; побеждает «давление жизни» (А. Н. Толстой)
- ❑ Градация



# ЗАДАНИЕ

**Среди текстов в брошюре**

**«Русский язык. ЕГЭ»**

- 1. найдите текст публицистического стиля.**
- 2. Укажите в нем эмоциональные средства выразительности.**

# Термины

- о Атмосфера **доверия**
- о Позитивные **результаты**
- о Дуэт **либералов и  
консерваторов**
- о Фронт **борьбы**
- о Тур **переговоров...**

# Синтаксические особенности публицистического стиля

1. Сущ. ед. ч. в зн. мн. ч. «Русский человек всегда отличается своей понятливостью»
2. Глаголы повел. наклон. как средство активизации внимания собеседника: посмотрите, давайте...
3. Использование однородных членов предл.вводных слов и предложений, сложных синтаксических конструкций.

# Жанры

## ПИСЬМЕННАЯ РЕЧЬ: УСТНАЯ РЕЧЬ:

- ✓ Статья в газету,
- ✓ Очерк,
- ✓ Репортаж,
- ✓ Фельетон...

- Ораторская речь,
- Судебная речь,
- Выступление по радио, телевидению, на собрании,
- Доклад,
- Дискуссия,
- Интервью,
- Похвальное слово,
- Агитационное выступление,

□ Реклама







- Весь день на базаре старик торго
- Никто за корову цены не давал.
- Один паренек пожалел старика:
- - Папаша, рука у тебя нелегка!
- Я возле коровы твоей постою,
- Авось продадим мы скотину твою





- Идет покупатель с тугим кошельком,
- И вот уж торгуется он с пареньком:



# Как старик корову продавал

- - Корову продашь?
- - Покупай, коль богат.
- Корова, гляди, не корова, а клад!







- Старик посмотрел на корову свою:
- - Зачем я, Буренка, тебя продаю? -
- Корову свою не продам никому -
- Такая скотина нужна само



# Особенности рекламы

Своеобразие языка рекламы, вербального текста (внутри текст рекламного) определяется тем, что он (язык рекламы) всегда находится в соотношении, во взаимодействии:

- со зрительным рядом (печатная реклама - в газетах, журналах; наружная реклама - рекламные щиты, "растяжки", плакат, афиши и т.п.);
- - со звуковым рядом (на радио);
- - со звуковым и зрительным рядом (в составе телевизионного ролика, клипа).

# Особенности рекламы

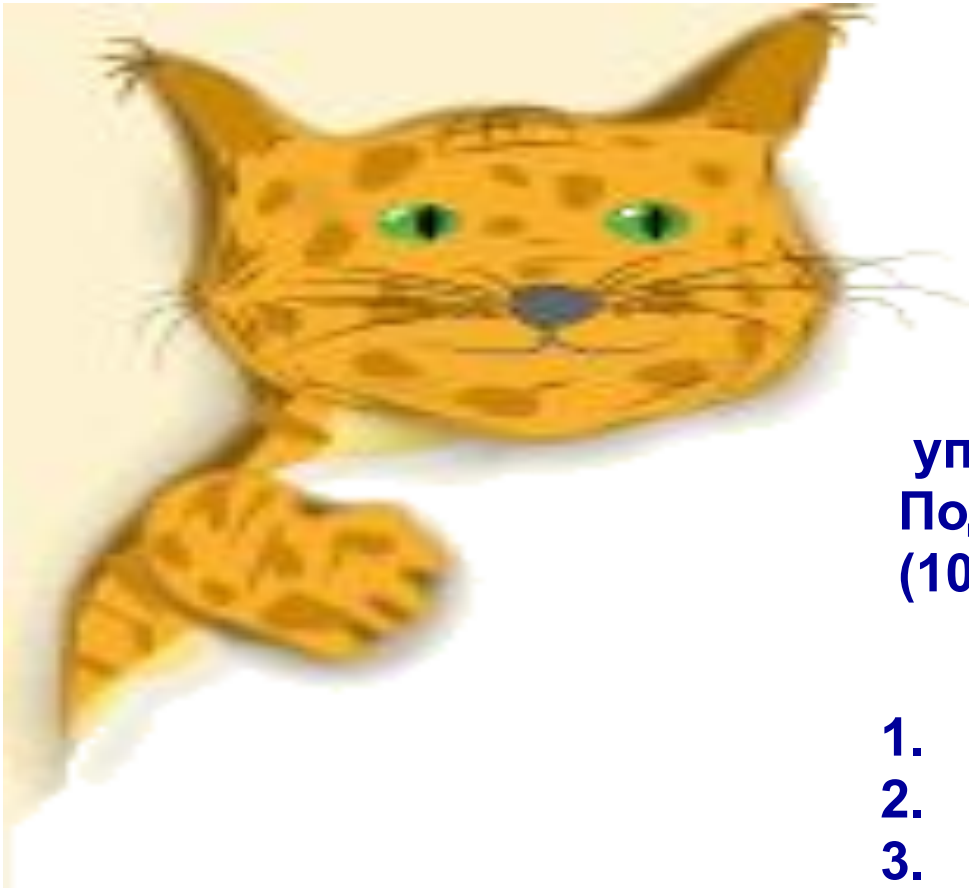
- Оптимальные конструкции в рекламных текстах:
- ✓ безглагольные предложения {Bee-line - лидер сотовой связи России; "Балтика" - лучшее пиво России), выполненные в так называемом фирменном стиле;
- ✓ назывные предложения (в них представлено только подлежащее): Lion. Ощути силу льва! (фирменный лозунг); Летний отдых в Италии от фирмы "Саквояж";
- ✓ Международный детский курорт для детей от 7 до 17 лет...
- ✓ Среди сложных предложений встречаются бессоюзные. Например: Знак хорошего вкуса и традиций пример - высший сорт чая Lipton всегда под рукой

# Карапузы за столом объедались арбузом





# Домашнее задание



**упр. 403**

**Подберите небольшие тексты  
(10 – 15 строк)**

**публицистического стиля  
речи разных жанров:**

- 1. Газетная статья,**
- 2. Репортаж,**
- 3. Интервью,**
- 4. Фельетон,**
- 5. Статья.**