**ЗАОЧНОЕ ОТДЕЛЕНИЕ**

**2 КУРС**

**НАПРАВЛЕНИЕ «Реклама и связи с общественностью», ДИСЦИПЛИНА «Стилистика»**

**Летняя сессия**

**4 СЕМЕСТР**

**Лекции – доц. Запрягаева М.Я.**

**Лабораторные – преподаватели кафедры**

**Раздел 1: Синтаксис. Простое двусоставное предложение**

**Раздел 2: Синтаксис. Простое односоставное предложение**

**Раздел 3: Синтаксис. Сложное предложение**

ЛИТЕРАТУРА

Учебники и учебные пособия к **разделу 1**

1. Валгина Н.С. Синтаксис современного русского языка / Н.С. Валгина. - М.: Агар, 2000. - 416 с. (или другие издания).
2. Розенталь Д.Э. Современный русский язык / Д.Э. Розенталь, И.Б. Голуб, М.И. Теленкова. - М.: Айрис-пресс, 2001. - 444 с.

|  |
| --- |
| **Реклама и связи с общественностью (после СПО)** |

Темы для изучения

1. Словосочетание. Типы словосочетаний в зависимости от лексико-грамматических свойств главного (опорного) слова.
2. Смысловые отношения между компонентами словосочетания.
3. Виды подчинительных связей в словосочетании.
4. Простое предложение. Главные члены простого предложения. Подлежащее и способы его выражения.
5. Сказуемое. Типы сказуемого, способы выражения различных типов сказуемого.
6. Второстепенные члены предложения. Определение, типы определения.
7. Приложение.
8. Дополнение, типы дополнения.
9. Обстоятельства. Типы обстоятельств.

Студенты 2 курса, обучающиеся по данному направлению, должны, пользуясь указанными учебными пособиями, самостоятельно изучить теоретический материал раздела 1 «Синтаксис. Простое двусоставное предложение», освоить методику анализа словосочетаний, главных и второстепенных членов предложения, выполнить контрольную работу и прислать ее в заочное отделение факультета журналистики ВГУ к 15 мая.

**Контрольная работа для студентов 2 к. ОЗО**

(выполняется в межсессионный период и присылается в заочное отделение

к 15 мая)

**Задание 1**. Охарактеризуйте следующие словосочетания: а) по лексико-грамматической природе главного слова (именные: субстантивные, адъективные, выраженные именем числительным); б) по смысловым отношениям (определительные, объектные, обстоятельственные); в) по способу синтаксической связи (согласование, управление, примыкание). Главное слово обозначьте символом Х.

**Образец**: гордый Х (чем?) успехом - именное, адъективное; объектное; управление.

Шагать в ногу, обсуждение проблем, широко представлено, задумывая побег, серебристый ландыш, свободный от предрассудков, петь по нотам, работать с энтузиазмом, работать не покладая рук, очень ласковый, работающий по вечерам, слишком быстро, второй от угла, шесть зданий.

**Задание 2**. В данных предложениях подчеркните одной чертой подлежащее, выпишите его и укажите, чем оно выражено.

**Образец**: Что белеется на горе зеленой?

Что - подлежащее, выражено местоимением в И.п.

1. Кто-то без мундира, в одной белой рубашке, плясал вприсядку посредине комнаты. 2. Художник с Васей едва добрались до дому. 3. Множество картин было разбросано совершенно без всякого толку. 4. Догнать медвежат, быстро катившихся через торосы, - дело нелегкое. 5. Великое свершилось в душе. 6. Две двери вели из прихожей. 7. Дурака учить - что мертвого лечить. 8. Беспечность не бывает доброй. Нет, беспечность может быть только преступной, а «авось» - ее постоянный полпред. 9. «Трудно быть богом» - одно из лучших произведений братьев Стругацких. 10. «Только» - это частица.

**Задание 3**. В данных предложениях подчеркните двумя чертами сказуемое и определите его тип (простое глагольное, составное глагольное или составное именное). Укажите, чем выражено сказуемое.

**Образец**: Дуб этот считался священным - сказуемое составное именное, состоит из полузнаменательной связки и полного прилагательного в Тв.п.

1. Есть в осени первоначальной короткая, но дивная пора. 2. Мужик Серафим Николаевич редкостный, упрямый и разворотливый. 3. Положение его - хоть убегай куда глаза глядят. 4. Этот скромный и своеобразный человек со странностями вложил все свои средства в это издание. 5. Ни возвращаться домой, ни попадать в исправительный дом я не хотел. 6. Давыдов не был мастером говорить речи. 7. Отец был необычайно ласков с детьми и часто провожал мать в город. 8. Живший и творивший на излете 19 столетия, Чехов по существу своего взгляда на мир и на людей оказался писателем века 20. 9. Задняя стенка стала подниматься. 10. Бабушка хвать меня за волосы.

**Задание 4**. Подчеркните второстепенные члены предложения и определите их типы. Укажите, чем выражены второстепенные члены предложения. Пометьте цифрами все второстепенные члены: сначала зависящие от подлежащего, затем - от сказуемого, в последнюю очередь - зависящие от других второстепенных членов.

**Образец**: Молодой (1) критик писал свои (6) статьи (2) быстро (3), без помарок (4) и остановок (5).

1 - согласованное определение, выраженное прилагательным; 2 - прямое дополнение, выраженное существительным; 3 - обстоятельство образа действия, выраженное наречием; 4,5 - обстоятельства образа действия, выраженные существительными с предлогами.

1. На стук в его дверь и на просьбы монахов выйти и поделиться с ними своею печалью он отвечал глубоким молчанием. 2. Он хотел сказать ей нечто убедительное, ясное и не находил нужных слов. 3. Из-за какой-то беды поезд два часа простоял на полустанке и пришел в Москву только в три с половиной часа. 4. Иду в лес изучать распределение света и тени на елке. 5. Дети учат взрослых людей не погружаться в дело до конца и оставаться свободными. 6. Есенин к жизни своей отнесся как сказке. 7. Вперемежку с роскошными фотографиями в путеводителе содержались любопытные сведения. 8. Вдова оказалась моложавой полной женщиной со свежим лицом.

***Внимание! Без этой контрольной работы студенты не будут допущены к экзамену по русскому языку во время летней сессии!***

Учебники и учебные пособия к **разделам 2, 3**

1. Валгина Н.С. Синтаксис современного русского языка / Н.С. Валгина. - М.: Агар, 2000. - 416 с. (или другие издания).
2. Розенталь Д.Э. Современный русский язык / Д.Э. Розенталь, И.Б. Голуб, М.И. Теленкова. - М.: Айрис-пресс, 2001. - 444 с.
3. Современный русский язык: учебник для вузов / Под редакцией П.А. Леканта. – М., 2000. – 560 с.
4. Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Под ред. И.Б. Голуб. - 3-е изд., испр. - М.: Рольф, 2001. - 368 с.

Темы для изучения

1. Простые односоставные предложения. Определенно-личные, неопределенно-личные, обобщенно-личные предложения.
2. Безличные и инфинитивные предложения.
3. Номинативные предложения. Конструкции, по форме совпадающие с номинативными предложениями.
4. Неполные и эллиптические предложения.
5. Сложное предложение. Сложносочиненное предложение.
6. Сложноподчиненное предложение.
7. Бессоюзное сложное предложение.
8. Многочленное сложное предложение.
9. Стилистические ресурсы односоставных предложений.
10. Стилистические ресурсы сложных предложений.
11. Тире между подлежащим и сказуемым.
12. Знаки препинания в сложносочиненном предложении.
13. Знаки препинания в сложноподчиненном предложении.
14. Знаки препинания в бессоюзном сложном предложении.

Во время летней сессии на лабораторных занятиях по русскому языку студенты 2 курса отрабатывают практический материал и готовятся к экзамену.

**По содержанию 2 и 3 разделов синтаксиса студенты в летнюю сессию сдают экзамен.**

Вопросы для экзамена

1. Синтаксис. Система синтаксических единиц.
2. Простое предложение. Типы простых предложений в конструктивно-синтаксическом аспекте.
3. Простые двусоставные и односоставные предложения. Определенно-личные, неопределенно-личные, обобщенно-личные односоставные предложения.
4. Безличные и инфинитивные предложения.
5. Номинативные предложения. Конструкции, по форме совпадающие с номинативными предложениями.
6. Неполные и эллиптические предложения.
7. Стилистические ресурсы односоставных, неполных и эллиптических предложений.
8. Сложное предложение. Сложносочиненное предложение с различными сочинительными союзами. Типы сочинительных союзов.
9. Сложноподчиненное предложение. Подчинительные союзы. Союзные слова.
10. Сложноподчиненные предложения с придаточными изъяснительными и определительными.
11. Сложноподчиненные предложения с придаточными образа действия, меры и степени.
12. Сложноподчиненные предложения с придаточными причины и цели.
13. Сложноподчиненные предложения с придаточными места и времени.
14. Сложноподчиненные предложения с придаточными условия и следствия.
15. Сложноподчиненные предложения с придаточными уступки.
16. Бессоюзное сложное предложение. Перечислительные бессоюзные сложные предложения.
17. Сопоставительные бессоюзные сложные предложения.
18. Обусловленные бессоюзные сложные предложения.
19. Объяснительные бессоюзные сложные предложения.
20. Многочленное сложное предложение.

**Все студенты 2 курса пишут 1 курсовую работу (в учебном году) по кафедре стилистики и литературного редактирования.**

Курсовая работа должна быть представлена на кафедру (к.203) к 1 мая 2018 года.

ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ НА 2017-2018 УЧ. ГОД

Доцент Шишлянникова А.М.

1. Лексико-фразеологические ошибки в текстах СМИ.
2. Афористика в текстах СМИ.
3. Оценочные заголовки в СМИ.
4. Метафора в газетных заголовках.
5. Каламбур в текстах СМИ.
6. Каламбур в рекламных текстах.
7. Речевые особенности стиля публициста, политика и т.п. (по выбору:
8. В. Познер, А. Гордон, Д. Быков и др.).
9. Стилистические фигуры в газетных заголовках.
10. Стилистические фигуры в рекламных слоганах.
11. Словесные товарные знаки в современной российской рекламе.
12. Звукопись в рекламных слоганах.
13. Гипербола в рекламных текстах.
14. Роль эпитета в рекламных текстах.
15. Лексико-фразеологические ошибки в рекламе.
16. Антитеза в рекламных текстах.
17. Прецедентные тексты в рекламе.
18. Стилистико-языковая характеристика воронежской наружной рекламы.
19. Стилистико-языковая характеристика рекламных заголовков в газете «АиФ» (или в какой-либо иной).
20. Тема формулируется вместе со студентом.

e-mail: shishlyanna@yandex.ru

Доцент Бебчук Е. М.

1. Фразеология на газетной полосе.

2. Фразеозаголовки в прессе.

3. Изобразительные средства языка в газетных заголовках.

4. Ошибки на газетной полосе.

5. Новая иноязычная лексика в прессе.

6. Языковые особенности телерекламы.

7. Языковые особенности пресс рекламы.

8. Ошибки в речи теле- и радио ведущих.

9. Тема формулируется вместе со студентом.

10. Прецедентные тексты в рекламе.

11. Речевая агрессия в текстах СМИ.

12. Речевая агрессия в текстах рекламы.

13. Рекламное имя (названия предприятий, фирм, заведений общепита и т.д.).

14. Политическая метафора в СМИ.

15. Языковая личность политика.

16. Речевое воздействие в рекламном тексте.

e-mail: bebchuk52@yandex.ru

Доцент Сандлер Л.Л.

1. Эмоционально-экспрессивная лексика в речи радиоведущих.
2. Речевая динамика в новостных теле- и радиопрограммах.
3. Паралингвистические средства в речи телеведущих.
4. Окказиональные слова в газетных текстах.
5. Эмоционально-экспрессивные средства языка в телевизионной рекламе.
6. Структурно- стилистическая характеристика слоганов в телевизионной

рекламе.

1. Интерактивная лексика в речи ди-джеев на региональном радио.
2. Невербальные средства в рекламном тексте.
3. Графическая трансформация слова в современной рекламе.
4. Графическая трансформация слова в тексте.
5. Полифункциональность слова в современной рекламе.
6. Графическая трансформация слова и фразеосочетания в языке газеты.
7. Жанрово-стилистические характеристики PR-текстов: (пресс-релизов,

байлайнеров, имиджевых интервью и др.).

1. Дискурсивный анализ текстов ТВ-рекламы.
2. Дискурсивный анализ текстов PR.
3. Дискурсивный анализ речи телеведущих.
4. Типология личности спортивного телевизионного комментатора.
5. Типология личности телеведущего.
6. Информационный телевизионный дискурс.
7. Интеллектуальные ток-шоу (лингвистический аспект).
8. Типология прецедентных текстов в телевизионном дискурсе.
9. Лингвокультурный компонент в текстах телевизионной рекламы.
10. Тема формулируется совместно со студентом.

**e-mail:** **LSandler@yandex.ru**

**Преп. Хорошунова И. В.**

1. Метафора на газетной полосе / в газетном заголовке.
2. Тропы на газетной полосе.
3. Стилистические фигуры на газетной полосе.
4. Лексика ограниченной сферы употребления на газетной полосе.
5. Приемы языковой игры на газетной полосе.
6. Ошибки на газетной полосе.
7. Источники экспрессии в СМИ.
8. Фразеологизмы на газетной полосе.
9. Речевая агрессия в печатных СМИ.
10. Ненормативная и табуированная лексика в печатных СМИ как социальная проблема.
11. Иноязычная лексика в печатных СМИ.
12. Языковые особенности молодежной печатной прессы.
13. Мотивирующие признаки коммерческой номинации.
14. Оценочная лексика как источник экспрессии в печатных СМИ.
15. Средства привлечения внимания в газетном заголовке.
16. Прецедентные тексты в печатных СМИ.
17. Особенности индивидуально-авторского стиля письма (на примере текстов определенного журнала).
18. Жаргонная лексика в печатных СМИ.

**e-mail: hiv@phil.vsu.ru**

**Доцент Запрягаева М. Я.**

1. Новые заимствования на страницах местной и центральной печати.
2. Заимствования и их стилистическая характеристика (на материале газет).
3. Речевые ошибки, связанные с употреблением иностранных слов (на материале словарно-орфографического минимума).
4. Неологизмы и их стилистическая характеристика (на материале рекламы).
5. Нарушение норм орфоэпии (на материале местных теле- и радиопередач).
6. Способы образования окказионализмов и их функция на страницах печати

и рекламы.

1. Использование фразеологии в рекламе.
2. Фразеологическое новаторство (на материале местной и центральной

печати).

1. Речевые ошибки при употреблении фразеологизмов (на материале газет).
2. Средства создания образности в рекламе (на примере метафоры и др.).
3. Средства создания выразительности в публицистике.
4. Ошибки при использовании образных средств (на материале газет).
5. Создание звуковой выразительности в публицистике.
6. Парцелляция как средство создания выразительности в тексте.
7. Невербальные средства общения в речевом поведении телеведущих (мимика, жесты, позы).
8. Тема формулируется вместе со студентами.

**e-mail: zfamily@inbox.ru**

**Ст. преп. Лебедева Л.Д.**

1. Трансформированный фразеологизм в заголовке как средство привлечения внимания.
2. Заимствованная лексика в языке газеты.
3. Способы освоения заимствованной лексики.
4. Новая заимствованная лексика и появление новых значений

в заимствованных словах.

1. Синтаксис рекламного слогана.
2. Способы выражения побуждения в рекламных слоганах.

**e-mail: shishlyannikova1@rambler.ru**

**Преп. Павлова Т.А.**

* 1. Особенности языка и стиля пресс-релиза.
  2. Специфика языка и стиля имиджевой статьи.
  3. Язык и стиль кейс-стори.
  4. Виды лидов.
  5. Сравнение и его функции в печатных СМИ.
  6. Особенности языка и стиля «джинсы» - заказного рекламного материала.
  7. Языковые особенности современного газетного репортажа.
  8. Пословицы и поговорки в рекламных текстах.

**e-mail: shishlyannikova1@rambler.ru**

**Профессор Новичихина М.Е.**

1. Эволюция взглядов на рекламное имя в современной ономастике.
2. Языковые особенности современных коммерческих названий.
3. Типы ассоциативных реакций при восприятии рекламного имени.
4. Функционирование рекламного имени в художественных и публицистических текстах.
5. Нейминг в шоубизнесе.
6. Нейминг в спорте.

Коммуникативная эффективности ник – имени в Интернет-пространстве.

1. Восприятие газетного названия носителем языка.

Исследование коммуникативной эффективности названия газеты.

1. Название газеты как средство управления поведением читателя.
2. Роль номинации в процессе позиционирования объекта или события.
3. Цитирование в публичном выступлении.
4. Публичная речь как средство формирования имиджа руководителя.
5. Риторический политический идеал в русской культуре.

Речевое воздействие и манипуляция посредством многозначной лексики.

Диалог в рекламном тексте.

1. Метафора в заголовке статьи как прием привлечения внимания.
2. Жаргонная лексика в рекламном слогане.
3. Метафора в рекламном слогане.
4. Прецедентный текст в коммерческой номинации.

**e-mail: Novichihina @ km.ru**

**Преп. Курасова Е.В.**

1. Ошибки на газетной полосе.

2. Новые метафорические значения слов в русском языке (по материалам прессы).

3. Новые метонимические значения слов в русском языке (по материалам прессы).

4. Изобразительно-выразительные средства в газетных заголовках.

5. Средства создания экспрессии на страницах газет.

6. Новая иноязычная лексика в прессе.

7. Тема формулируется вместе со студентом.

**e-mail:** [**Lena\_14\_05@mail.ru**](mailto:Lena_14_05@mail.ru)

**Выбрав тему, Вы должны связаться по электронной почте с Вашим научным руководителем.**

**Без курсовой работы студенты не будут допущены к экзамену в летнюю сессию.**