

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/69139>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Лингвистика текста

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ 3

Глава 1. Теоретические основы исследования предложно-падежных конструкций в русском языке 9

1.1. Особенности предложно-падежных конструкций, их виды, классификация 9

1.2. Особенности синтаксических связей в предложно-падежных конструкциях русского языка 17

Глава 2. Анализ функционирования предложно-падежных конструкций в языке рекламы 24

2.1. Синтаксические особенности в языке рекламы 24

2.2. Классификация предложно-падежных конструкций и языка рекламы 30

2.3 Роль предложно-падежных конструкций в языке рекламы 38

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 44

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 49

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Одной из актуальнейших проблем современной лингвистики и языкознания является исследование служебных частей речи. Они вызывают подлинный интерес исследователей. Все больше современных исследований посвящено изучению синтаксических, семантических особенностей, специфики употребления и парадигматических связей служебных слов. Особый интерес представляют предлоги, поскольку они являются весьма специфическими частями речи, имеющими многочисленные связи. Исследование предлогов и других частей речи позволяет открывать многочисленные языковые закономерности и явления. О развитии языка часто судят по видоизменению служебных частей речи. Исследователи исходят из того, что служебные слова нуждаются в особом типе описания. Как правило, такое понимание частей речи исходит из того, что служебные части речи являются весьма противоречивыми. Характерной чертой является то, что у них отсутствует денотативное и номинативное значение. Тем не менее, между ними наблюдаются крайне сложные синтаксические и грамматические связи.

Все указанные выше критерии могут быть в полной мере отнесены и к предлогу. Тот факт, что изучение предлогов важно и актуально, не вызывает сомнения. Так, предлог представляет собой отдельную часть речи, в которой представлены основные типы значений, отражено основное универсальное содержание. Также характерной чертой является то, что основные значения представлены в чистом виде, без номинативности.

Специфика предлогов в русском языке состоит в том, что в образовании того или иного грамматического значения принимает участие не только сам предлог, но и соответствующая форма падежа. В русском языке мы не можем говорить отдельно о значении предлога, не учитывая при этом падеж, синтаксические и семантические связи. Как правило, значение предлога определяется тем основным словом, к которому оно относится. При этом учитывается как лексическое значение, так и морфологические свойства опорного слова. Между предлогом и опорным словом формируется подчинительная связь. Поэтому правильнее говорить не столько о значении предлога, сколько о специфике его употребления. Говоря о предлоге, мы имеем в виду предложно-падежную конструкцию, поскольку употребление предлога без основного слова практически не встречается. Предложно-падежные конструкции представляют собой единую морфолого-синтаксическую структуру.

Способность к образованию предложно-падежных конструкций, является характерной чертой предлогов и вызывает интерес многих исследователей. По сути, предложно-падежные конструкции представляют собой отдельные словосочетания, которые могут быть как изменчивыми, так и устойчивыми. В составе предложно-падежной конструкции предлоги обретают особое значение, а также имеют специфические грамматические, синтаксические свойства, выполняют определенные функции. Предложно-падежные конструкции могут применяться в различных сферах, в том числе в рекламе [1].

Реклама сегодня рассматривается как отдельная подсистема русского языка, которая функционирует в

рамках своих, определенных закономерностей и направлена на достижение конкретных целей. Даже если язык не имеет ярко выраженной структуры, общеупотребительные слова и конструкции все равно приобретают новые смысловые оттенки. Некоторые исследователи выдвигают гипотезу о том, что реклама охватывает все разделы языка и полностью понятна для всех классов общества. Механизм ее производства налажен и включает различные аспекты воздействия.

Реклама является интернациональной. Доказательством этому служит следующий пример: человек, листая журналы и газеты, безошибочно может определить текст рекламного характера. Независимо от того, на каком языке издан журнал: будь то японский или индийский ежедневник, или испанское, французское, английское издание. Дело в том, что рекламные слова и выражения всегда ярко отличаются от обычного информативного или литературно-художественного текста. Это связано с активным использованием идеографии и символизма как ведущих форм воздействия на восприятие человека [3].

Язык рекламы является продуктивным. В ходе образования языка происходит объединение, пополнение национального языка. Реклама охватывает практически все сферы человеческой деятельности. Человек воспринимает рекламу вне зависимости от уровня его образованности, этнической, культурной принадлежности, социального положения. Язык рекламы может проникать во все сферы и отрасли человеческой жизни, подвластны всем возрастным категориям [2].

Степень разработанности тематики. Несмотря на то, что изучение предлогов весьма актуально, и привлекает внимание многих исследователей, эта тема по-прежнему остается малоизученной. В целом, все служебные части речи остаются малоизученными.

Предложно-падежные конструкции изучены в меньшей мере. Анализ литературных источников показал, что на сегодня мало внимания уделяется специфике функционирования предложно-падежных конструкций в рамках отдельных языковых подсистем. В частности, недостаточно изученной остается специфика функционирования предложно-падежных конструкций в языке рекламы.

Проблематика исследования. Язык рекламы представляет собой отдельную отрасль, наряду с языком науки, журналистики, публицистики. По сути, язык рекламы можно выделить в отдельную подсистему языка. Тем не менее, ряд исследователей придерживается мнения о том, что язык рекламы представляет собой просто неестественную форму языка.

В любом случае, слова и конструкции в языке рекламы обретают специфические значения и функции, претерпевают определенные изменения. Поэтому изучение специфики языка рекламы является важным направлением лингвистических исследований. Особенно актуально изучение специфики функционирования предложно-падежных конструкций в языке рекламы, поскольку изучению этой темы уделяется недостаточно внимания [4].

Актуальность исследования определяется также тем, что исследование предлогов и предложно-падежных конструкций находится в русле одного из наиболее перспективных на сегодняшний день направлений изучения языковых явлений, а именно - принципов «лексикографического портретирования» в рамках идеи интегрального описания языка [1].

Цель исследования – провести анализ функционирования предложно-падежных конструкций в современном языке рекламы.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть особенности предложно-падежных конструкций в русском языке (краткая характеристика, классификация);
2. Изучить особенности синтаксических связей в предложно-падежных конструкциях русского языка;
3. Провести анализ функционирования предложно-падежных конструкций в языке рекламы;
4. Охарактеризовать синтаксические особенности предложно-падежных конструкций в языке рекламы;
5. Представить классификацию предложно-падежных конструкций и языка рекламы;
6. Определить роль предложно-падежных конструкций в языке рекламы.

Объект исследования – предложно-падежные конструкции в современном русском языке.

Предмет исследования – особенности функционирования предложно-падежных конструкций в языке рекламы.

Гипотеза исследования. В основу исследования положено предположение о том, что предложно-падежные конструкции представляют собой специфическую форму функционирования предлога с учетом падежной системы языка. В языке рекламы предложно-падежные конструкции видоизменяются, обретают специфические черты и синтаксические связи, выполняют специфические функции.

Материалы и методы исследования. В работе использовались теоретические и практические методы.

Теоретические методы - анализ научно-методической литературы по теме исследования, классификация,

систематизация, обобщение полученных данных. Основу теоретического обзора составили лингвистические исследования, источники, посвященные исследованию частей речи, предлогов, предложно-падежных конструкций, в том числе, научные публикации, статьи, монографии, авторефераты диссертаций, Интернет-ресурсы, словарные статьи и научные описания предлогов и предложно-падежных конструкций. Также были использованы данные, представленные в различных типах словарей. Нами были использованы толковые, этимологические, объяснительные и специальные словари современного русского языка, различные издания справочного и энциклопедического характера, академические грамматики и учебные пособия. Практические методы - анализ рекламных текстов, Интернет-источников, лексикографический и синтаксический анализ текстов рекламного характера. Главным источником языкового иллюстративного материала является «Национальный корпус русского языка» (НКРЯ) -- наиболее представительный фонд разнообразных текстов разных типов, что особенно важно для нашего исследования.

Научная новизна исследования. Впервые был проведен комплексный анализ грамматических особенностей, синтаксических связей в предложно-падежных конструкциях на примере языка рекламы. Выявлена роль и специфика предложно-падежных конструкций в рекламе.

Теоретическая значимость исследования. Теоретические сведения и практические данные, полученные в ходе исследования, существенно пополняют теорию изучения частей речи, предлогов и предложно-падежных конструкций, внесут уточнения в специфику функционирования этих элементов в рекламе.

Практическая значимость исследования. Результаты исследования могут быть использованы для дальнейшего углубленного изучения особенностей предложно-падежных конструкций языка рекламы.

Прикладное значение - результаты могут быть полезны при обучении школьников и иностранных студентов специфике применения предлогов и предложно-падежных конструкций в русском языке, при обучении пониманию текстов различной направленности, в том числе, рекламного характера.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы.

Глава 1. Теоретические основы исследования предложно-падежных конструкций в русском языке

1.1. Особенности предложно-падежных конструкций, их виды, классификация

Предлог рассматривается как отдельная составляющая расчлененной конструкции - предложно-падежной конструкции. Предлог зависит от имени нарицательного, к которому он привязан. Впервые идею о том, что предлог следует рассматривать в тесной связи с предложно-падежной конструкцией, а также в зависимости от падежа, высказал академик Виноградов В.В. [5-6]. Вместе с предложной формой предлог образует единую синтаксическую конструкцию, называемую предложной конструкцией имени. В таком соединении невозможно установить значение предлога отдельно вне зависимости от значения падежа. К примеру, единство образуют такие конструкции, как без отца, за ограду, на дороге, перед домом, с друзьями. Сегодня эти конструкции настолько прочно вошли в наш язык, что невозможно представить себе их вне предложно-падежного сочетания. Эти выражения уже давно рассматриваются как единое целое и образуют функциональное синтаксическое и семантическое единство. Данная форма характеризуется как нечленимая.

Таким образом, рассматривая современное состояние языка, можно прийти к заключению о том, что предложно-падежная форма всегда соотносится со значением падежа. При этом падежное значение полностью поддерживает предлог, но вместе с тем и поддерживается им. По сути, образуется абсолютно

новая конструкция, которая обладает специфическими свойствами и представляет собой целостную смысловую единицу [5].

Связь предлога с падежной формой настолько тесна, что в настоящее время не рассматривают предлог отдельно от падежного слова. Они рассматриваются в единой смысловой связи и выступают в качестве грамматического показателя предлога и его падежной формы. К примеру, фразу «к столу» не может рассматриваться как сочетание предлога с падежом. Вместе они образуют единую неделимую группу, выступающую в роли сложной морфемы. В состав этой группы входит предлог и его падежная форма. Единственное, что в данном случае возможно – вставить между ними прилагательное [7]. Отдельно же рассматривать фразы предлог к и существительное стол нецелесообразно.

Определенное содержание приводится в «Русской грамматике». Так, в ней утверждается, что при соединении двух слов образуется единая грамматическая конструкция, которая выступает в качестве целостной смысловой единицы и обращается одновременно и к предлогу, и к его падежной форме. В первую очередь данное явление проявляется при наличии сильных и слабых синтаксических связей. В качестве примера можно привести такие выражения, как: состоять из частиц, говорить о деле. Это вполне устойчивые выражения, которые имеют конкретное закрепленное за ними значение. Так, можно говорить отдельно «состоять из», отдельно «из частиц». Но фраза «состоять из частиц» едина и неделима, имеет иной смысл. Аналогичным образом рассматривается и конструкция «говорить о деле», которая имеет качественно иное значение и смысл по сравнению с фразами «говорить о» и «о деле».

В соединениях с опорным словом предлог рассматривается как единая конструкция и не может функционировать отдельно. В такой роли он выступает в качестве показателя лексического значения слова.

Определенный интерес представляют наблюдения, описанные в «Русской корпусной грамматике». При этом подчеркивается параллелизм между предложными и беспредложными формами. Указывается на то, что предложная форма во многом зависит от предлога. При этом можно утверждать, что предлог и падежная форма образуют единое целое как в синтаксическом, так и в семантическом смысле. В любом случае, в семантической интерпретации падежа в предложной конструкции важная роль отводится определению значения предлога, а также самому значению существительного. Например, [отойти] от края - исходная точка; [дрожать] от

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арбузова И.И. Основные русские пространственные предлоги и приставки: учебное пособие для иностранных учащихся [Текст] / И.И.
2. Астафьева Н.И. Предлоги в русском языке и особенности их употребления [Текст] / Н.И. Астафьева. -- Минск: Высшая школа, 1974. -- 61с.
3. Бардина Т.К. Проблема лексико-грамматической переходности частей речи в современном русском языке: Дис.... канд. филол. наук: 10.02.01 [Текст] / Т.К. Бардина. — Волгоград, 2003. — 194 с.
4. Бондарко А.В. О грамматике функционально-семантических полей // Изв. АН СССР. Серия лит. и яз. Т. 43. № 6. -- М.: Наука, 1984. -- С. 492-503.
5. Виноградов В.В. Русский язык. Грамматическое учение о слове [Текст] / В.В. Виноградов. -- М.: Высшая школа, 1972. -- 616 с.
6. Виноградов В.В. Русский язык: Грамматическое учение о слове. – 3е изд., испр. -- М.: Высш. шк., 1986. -- 640 с.
7. Виноградова Е.Н. К вопросу о грамматике русского предлога: Синонимия и антонимия предложных единиц [Текст] / Е.Н. Виноградова, В.Л. Чекалина // Вестник МГУ. Серия 9 «Филология». №2. -- М.: Изд-во МГУ, 2006, -- С. 18-37.
8. Владимирский Е.Ю. Выражение пространственных отношений при помощи предложно-падежных конструкций [Текст] / Е.Ю. Владимирский // Русский язык как иностранный: актуальные вопросы описания и методики преподавания. Сб. спецкурсов. -- М.: Русский язык, 1982. -- С. 87-118.
9. Гареева Л.М. Синонимико-вариационные отношения предлогов с обстоятельственным значением в современном русском языке: Дисс.... канд. филол. наук: 10.01.09 [Текст] / Л.М. Гареева. — Челябинск. 2012. — 211 с.
10. Гареева Л.М. Синонимические и вариационные отношения пространственных предлогов в современном русском языке [Текст] / Л.М. Гареева // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. Филология и искусствоведение. № 3 (2). -- Киров: Изд-во ВятГГУ, 2011. -- С. 36-39.
11. Денисов П.Н. Лексика русского языка и принципы ее описания [Текст] / П.Н. Денисов. — М.: Рус. яз., 1980.

— 253 с.

12. Засорта Л.Н. Опыт системного анализа предлогов современного русского языка (предлоги со значением причины) // Проблемы языкознания [Текст] / Л.Н. Засорта. — Л.: ЛГУ., 1961. — С. 64-84.
13. Засухина Т.П. Пространственная семантика предлогов, приставок и падежей в современном русском языке: Автореф. дис. ... канд. филол. Наук: 10.02.01 [Текст] / Т.П. Засухина. — Екатеринбург, 1992. — 22 с.
14. Захарова Ю.М. Русские первообразные предлоги как элементы лексической системы языка и как объекты лексикографического описания (к постановке проблемы) [Текст] / Ю.М. Захарова // Словарь, грамматика, текст в свете антропоцентрической лингвистики: Сборник статей. Выпуск 3. — Иркутск, ИРГУ, 2005. — С. 32-52.
15. Иомдин Л.Л. Словарная статья предлога по // Семиотика и информатика. Вып. 32. Материалы к Интегральному словарю современного русского литературного языка (образцы словарных статей). — М.: ВИНТИ, 1991. — С. 94-120.
16. Калинин А.А. Семантика и предикативное функционирование предложно-падежных форм существительных в современном русском языке: Дисс. ... канд. филол. Наук: 10.02.01 [Текст] / А.А. Калинин. — Киров, 2003. — 243 с.
17. Камчатное А.М. Введение в языкознание [Текст] / А.М. Камчатное,
18. Лебедева М.Н. Словарь - справочник синтаксических сочетаемости глаголов [Текст] / М.Н. Лебедева. — М.: Русский язык, Курсы, 2001. — 192 с.
19. Левицкая А.П. Некоторые спорные вопросы теории предлога [Текст] / А.П. Левицкая // Функционирование языковых единиц: Сб. научн. трудов. — Воронеж: ВорГУ, 1990. — С.120-125.
20. Малащенко В.П. Роль предлогов в формировании системы семантических противопоставлений предложно-именных сочетаний [Текст] / В.П. Малащенко // Неоднозначные слова: Сб. ст. Вып. 2. — Ставрополь, 1977. — С. 14-31.
21. Мальцева О.Л. Предлог как средство концептуализации пространственных отношений: Дис.... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / О.Л. Мальцева. — Курск, 2004. — 222 с.
22. Маляр Т.Н. Концептуализация пространства и семантика английских пространственных предлогов и наречий: Дисс. ... канд. филол. Наук: 10.02.04. [Текст] / Т.Н. Маляр. — М., 2001. — 389 с.
23. Милованова Л.А. Семантико-грамматические свойства и отношения предлога за1, оформляющего винительный падеж, и предлога за2, оформляющего творительный падеж, в современном русском языке: Дис... канд. филол. наук: 10.02.01 [Текст] Л.А. Милованова. — Челябинск, 2009. — 262 с.
24. Мухин А.Н. Лингвистический анализ. Теоретические и методологические проблемы [Текст] / А.Н. Мухин. — Л.: Наука, 1987. — 282 с.
25. Национальный корпус русского языка – НКРЯ.
26. Никитина С.Е. О семантическом варьировании русских предлогов [Текст] / С.Е. Никитина // Семантическое и формальное варьирование: Сб.статей. — М.: Наука, 1979. — С. 108-146.
27. Падучева Е.В. Семантические исследования (Семантика времени и вида в русском языке; Семантика нарратива) [Текст] / Е.В. Падучева. — М.: Языки русской культуры, 1996. — 464 с.
28. Пантелеева Т.А. Семантико-грамматическая структура предлога НА1, оформляющего винительный падеж, и предлога НА2, оформляющего предложный падеж, в современном русском языке: Дисс... канд. филол. наук: 10.02.01 [Текст] / Т.А. Пантелеева. — Челябинск, 2006. — 245 с.
29. Плунгян В.А., Рахилина Е.В. По поводу «локалисткой» концепции значения: предлог под [Текст] / В.А. Плунгян, Е.В. Рахилина // Исследования по семантике предлогов. — М.: Русские словари, 2000. — С. 115-134.
30. Попова З.Д. Падежные и предложно-падежные формы русского языка в связной речи [Текст] / З.Д. Попова. — Воронеж, изд-во ВГУ, 1971. — 90 с.
31. Пруссакова Е.М. Система производных предлогов современного русского языка: Автореф. дисс... канд. филол. наук: 10.02.01 [Текст] / Е.М. пруссакова. — Бишкек, 2002. — 203 с.
32. Райан Н. Родительный падеж в русском языке: формы и употребление Сравнительный анализ функций родительного падежа в английском и русском языках [Текст] / Н. Райан. — СПб.: Златоус, 2008. — 112 с.
33. Рахилина Е.В. Корпус как творческий проект [Текст] / Е.В. Рахилина // Национальный корпус русского языка: 2006–2009. Новые результаты и перспективы / Отв. ред. В.А. Плунгян. — СПб.: НесторИстория, 2009. — С. 7-24.
34. Рыбакова И.Я. Причинные конструкции современного русского литературного языка: Дисс. ... канд. филол. Наук: 10.02.01 [Текст] / И.Я. Рыбакова. — Ленинград, 1985 — 190 с.
35. Селиверстова // Языковая относительность: английский лексикон и лингвистический текст. Выпуск 441. — М.: МГУ, 1998. — С. 3-16.

36. Симоненко М.Л. Предложно-падежные конструкции с пространственным значением в русском и немецком языках: Дисс. ... канд. филол. Наук: 10.02.01, 10.02.19 [Текст] / М.Л. Симоненко. -- Краснодар, 1998. -- 157 с.
37. Скобликова Е.С. Современный русский язык. Синтаксис простого предложения [Текст] / Е.С. Скобликова. -- М.: Просвещение, 1979. -- 232 с.
38. Тихонов А. Н. Современный русский язык [Текст] / А. Н. Тихонов -- М.: ЦИТАДЕЛЬ ТРЕЙД, 2003. -- 464 с.
39. Чепасова А.М. Лексические и фразеологические предлоги в современном русском языке: учеб. пособие [Текст] / А.М. Чепасова, Т.Г. Голощапова, Н.А. Павлова и др., науч. ред. В.М. Мокиенко. – 3е изд., стер. -- М. : Флинта, 2012. -- 176 с.
40. Чернышев А.Б. Когнитивное моделирование семантики пространственных и временных непроектируемых предлогов с общим значением "движение к конечному объекту": на материале английского и русского языков: Дисс. ... канд. филол. Наук: 10.02.20 [Текст] / А.Б.Чернышев. -- Москва, 2010 -- 194 с.
41. Шанский Н.М. Современный русский язык. Учеб. для студентов пед. ин-тов по спец. № 2101 «Рус. яз. и лит.». В 3 ч. Ч. 2. Словообразование. Морфология [Текст] / Н.М. Шанский, А. Н. Тихонов. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Просвещение, 1987. — 256 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/69139>