

А.А. Миронова

**РЕКЛАМА
В СПРАВОЧНЫХ ИЗДАНИЯХ
XIX — НАЧАЛА XX ВЕКА:
ИСТОРИКО-ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**



ФЛИНТА

А.А. Миронова

**РЕКЛАМА
В СПРАВОЧНЫХ ИЗДАНИЯХ
XIX — НАЧАЛА XX ВЕКА:
историко-лингвистический аспект**

Монография

2-е издание, стереотипное

Москва
Издательство «ФЛИНТА»
2018

УДК 659:94
ББК 76.0
М64

Рецензенты:

д-р филол. наук, профессор ЧГПУ *Л.А. Глинкина*

старший преподаватель кафедры русского языка и литературы
ЮУрГУ *Ю.А. Матаева*

Миронова А.А.

М64 Реклама в справочных изданиях XIX — начала XX века: историко-лингвистический аспект [Электронный ресурс]: монография / А.А. Миронова. — 2-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА, 2018. — 233 с.

ISBN 978-5-9765-3717-0

Монография посвящена истокам рекламных жанров в русской письменности XVIII — начала XX века. Рассматривается развитие рекламного текста от информационного сообщения к типу высказывания, обращенному к интуиции и чувствам покупателя.

Предназначается филологам и специалистам других наук, интересующимся историей рекламы, культурным наследием Урала.

УДК 659:94
ББК 76.0

ISBN 978-5-9765-3717-0

© Миронова А.А., 2018
© Издательство «ФЛИНТА», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
Глава 1. Проблема жанра в лингвистике.....	8
Глава 2. Диктумное содержание рекламных текстов в справочных изданиях XIX–начала XX века.....	18
§ 1. «Все врут календари»: из истории календарей в России	18
§ 2. Тематика рекламных текстов в адрес-календаре	30
§ 3. Рекламные сообщения в структуре городского адрес- календаря.....	57
§ 4. Структурно-тематические особенности «Памятных книг» и «Списков должностных лиц ...»	79
§ 5. Диктумное содержание рекламных текстов в «Справочных книгах» XIX–начала XX века	87
Глава 3. Особенности жанров печатной рекламы в справочных изданиях XIX–начала XX века	108
Заключение.....	157
Литература	159
Приложения	178

Глава 1. ПРОБЛЕМА ЖАНРА В ЛИНГВИСТИКЕ

В настоящее время жанр является объектом исследования как лингвистики (функциональная и диахроническая лингвистика, текстология), так и неязыковых дисциплин (теория архитектуры, музыки, изобразительных искусств). В каждой дисциплине понятие «жанра» рассматривается под своим углом зрения. Активное исследование жанров речи в конце XX века привело к тому, что появилась новая интегративная дисциплина – жанроведение.

Категория жанра рассматривается лингвистами, с одной стороны, как жанр речи (языка), с другой, как жанр речевого произведения, текстотип.

С точки зрения формального подхода жанр понимался как постоянная специфическая группировка приемов с определенной доминантой [Жирмунский 1977; Томашевский 2002].

Со временем формообразование перестает быть главным признаком жанра. Его начинают рассматривать с точки зрения сферы и цели общения, речевой ситуации. Разрабатывая идеи функционального осмысления речевых актов, исследователи обращали внимание на структурно-семантические свойства жанров в коммуникативно-функциональном аспекте [Г.О. Винокур, Л.П. Якубинский]. Г.О. Винокур считал, что «многообразие речевых жанров, в возможно более широком и полном их охвате ... не должно упускаться из виду лингвистической стилистикой» [Винокур 1929: 445 – 446]. Динамика жанров в диахронии отражает уровень экономического и культурного развития общества [Гвенцадзе 1986].

С точки зрения когнитивной теории, бурно развивающейся в последнее время, жанр является ментальной схемой, которая помогает

ориентироваться в речевом событии, извлекать из памяти сценарий, дающий возможность прогнозировать развертывание дискурса, отбирать языковые средства [Шмидт 1981; Вежбицкая 1983; Кубрякова 1991].

Жанры рассматриваются с точки зрения теории коммуникации [Радзиевская 1992, Шмелева 1997, Гайда 1999]. Термин «речевой жанр» был предложен М.М. Бахтиным. Согласно его концепции, речевой жанр – это первичная форма существования языка, которая возникает в определенной ситуации общения; жанр обязательно адресован, имеет собственную нормативную экспрессию; каждая речевая сфера вырабатывает свой репертуар речевых жанров [Бахтин 1979; Матвеева 2003]. С. Гайда отмечает, что «следует различать жанр как текстовый феномен (объект познания), жанровое понятие (обиходное, соответствующее сознаваемой части жанровой компетенции общественного языкового сознания, и научное, создаваемое в генеалогических теориях). Таким образом, жанр – это элемент действительности, факт общественного сознания и инструмент научного описания» [Гайда 1986: 23]. Жанровая классификация текстов является, с одной стороны, частью коммуникативной компетенции, с другой – языковой, поэтому понятие жанра тесно связано со сферой деятельности человека. Появление новых сфер деятельности порождает новые жанры. При этом подходе жанр осмысливается как ограничение коммуникативной ситуации по ряду параметров.

Т.В. Шмелевой была предложена модель речевого жанра и выделены актуальные жанрообразующие признаки текстов [Шмелева 1997]. Отличаясь друг от друга дополнительными параметрами, они демонстрируют такие общие параметры, как адресант («образ автора»,