**Задание 2.**

**Создание частотного словаря средствами MSOffice.**

Гипотеза: предположим, что структура предисловия «Героя нашего времени» не будет совпадать со структурой предисловия «Театрального романа».

Для проведения анализа этих предисловий построим количественные модели двух предисловий и составим для каждого предисловия список употреблений лексем. Данный материал оформим в качестве частотного словаря.

*«Герой нашего времени»*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Грамматические категории | Абсолютная частота | Относительная частота |
| Существительное | 99 | 24,1 |
| Глагол | 48 | 11,7 |
| Прилагательное | 39 | 9,5 |
| Числительное | 3 | 0,7 |
| Наречие | 21 | 5,1 |
| Предикатив | 4 | 0,9 |
| Местоимение | 77 | 18,7 |
| Союз | 48 | 11,7 |
| Частица | 28 | 6,8 |
| Предлог | 34 | 8,3 |
| Причастие | 4 | 0,9 |
| Остальное | 5 | 1,2 |
| Итого (общая сумма) | 410 | 100 |

*«Театральный роман»*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Грамматические категории | Абсолютная частота | Относительная частота |
| Существительное | 90 | 30,5 |
| Глагол | 38 | 12,9 |
| Прилагательное | 22 | 7,5 |
| Числительное | 3 | 1,01 |
| Наречие | 10 | 3,4 |
| Предикатив | 1 | 0,3 |
| Местоимение | 56 | 18,9 |
| Союз | 26 | 8,8 |
| Частица | 9 | 3,05 |
| Предлог | 30 | 10,1 |
| Причастие | 4 | 1,4 |
| Остальное | 6 | 2,03 |
| Итого (общая сумма) | 295 | 100 |

*Предисловие М.Ю. Лермонтова:*

|  |  |
| --- | --- |
| Существительные | |
| Частота: больше/= 2 | **Частота: 1** |
| Время, вымысел, Герой, Книга, порок, портрет, предисловие, публика, цель,  человек, читатель, шутка | Автор, басни, Бог, болезнь, брань, вещь, возможности, государи, дворам, действительность, дела, дипломатов, доверчивость, дружбы, желудок, журналов, злодеев, знакомых, значению, иронии, исправителем, истины, конце, критики, лекарства, лести, личности, людей, места, мечту, нападок, невежества, нелепостей, несчастью, нравоучения, нравственность, образованность, обществе, объяснением, одеждою, оправданием, орудие, оскорбление, ответом, Печорина, поколения, покушении, пользу, пощады, правды, правительство, пример, провинциала, развитии, разговор, Русь, сказок, сластями, слов, сочинения, сочинитель, существования, удар, упрека, характер |
| Прилагательные | |
| Частота: больше/= 2 | Частота: 1 |
| Волшебный, неотразимый, порядочный, современный | Безнравственного, больше, буквальному, верный, взаимной, волшебная, волшебных, враждебным, гордую, горькие, дурен, едкие, жалкая, журнальных, людских, милостивые, молода, невидимое, нежнейшей, неотразимый, несчастную, нравственной, острое, подобных, полном, порядочной, порядочном, последняя, похожа, простодушна, романтических, смертельное, современная, современного, Старая, трагических, ужасными, уродливыми, явная |
| Глаголы | |
| Частота: больше/= 2 | Частота: 1 |
| Быть, верить, знать, иметь, мочь, находить, понимать, сказать | Встречал, выигрывает, думайте, есть, жаль, желали, замечали, избави, избегнет, извините, излечить, изобрела, испортился, испытала, кормили, любовались, наносить, нарисовал, обиделась, обманывает, обновляться, остался, рисовать, сделаться, служит, ставят, угадывает, читают, чувствуют |
| Числительные | |
| Частота: больше/= 2 | Частота: 1 |
| - | Первый, один, два |
| Местоимение | |
| Частота: больше/= 2 | Частота: 1 |
| Вы, все, который, мы, наш, он, она, они, свой, тот, это, этот, я | Весь, всякая, другой, иной, каждый, какой, некоторый, самая |
| Наречие | |
| Частота: больше/= 2 | Частота: 1 |
| Еще, как, отчего, просто, так | Более, весело, видно, вместе, гораздо, довольно, дурно, едва, когда, менее, нужны, обыкновенно, опять, особенно, оттого, очень, после, потому, почти, слишком, тонко, точно, ужасно |

*Предисловие М.А. Булгакова*

|  |  |
| --- | --- |
| Существительные | |
| Частота: больше/= 2 | **Частота: 1** |
| бандероль, год, день, жизнь, Записка, Леонтьевич, Максудов, отношение, письмо, самоубийца, свет, Сергей, Сергея, театр, фантазия, читатель, эпиграф | Беллетриста, болезнью, весною, Вестник, воля, газеты, головой, делом, драматургии, друг, знаки,именем, качестве, Киеве, конце, людей, меланхолия, Москвы, моста, название, образом, обстоятельствах, пароходства, плод, подарок, препинания, произведении, работа, раз, роман, ручательство, содержания, сотрудником, сочинению, справки, стиль, течение, точку, человека |
| Прилагательные | |
| Частота: больше/= 2 | Частота: 1 |
| Единственный, неприятный,  предсмертный,  странный | Близких, больной, маленьким, ненужным, неряшлив, печальных, покойного, последнее, претенциозным, прошлого, родных, театральную, толстейшую, удивительного, цепного |
| Глаголы | |
| Частота: больше/= 2 | Частота: 1 |
| Быть, иметь, принимать | Выправил, выпустил, выразилась, дарит, достались, заявлял, кинулся, наводил, озаглавил, оказались, осталось, подписал, получил, поставил, представляют, предупреждаю, произошло, расставил, солгал, сообщаю, страдал, требовать, трогал, уничтожил, хватало |
| Числительные | |
| Частота: больше/= 2 | Частота: 1 |
| - | Второй, два, третий |
| Местоимение | |
| Частота: больше/= 2 | Частота: 1 |
| Который, никакой, он, они, свой, себя, такой, тот, эти, я | Мой, какой, коемуждо, никто |
| Наречие | |
| Частота: больше/= 2 | Частота: 1 |
| Весьма | Вниз, где, заблаговременно, затем, наконец, неудачно, нигде, никогда, после, там, теперь, тщетно, хорошо, явно |

При сравнении полученных моделей с таблицей по словарю Засориной, можно отметить, что предисловие к «Герою нашего времени» имеет признаки художественного и драматического стиля а предисловие к «Театральному роману» имеет больше признаков газетно-журнального и научно-публицистического стиля, при этом имея признаки художественного стиля.

При анализе и сравнении полученных данных со средними значениями для всех функциональных стилей (таблица Засориной), мы отметили различия в показателях.

Возможными причинами, повлиявшими на показатели, стали индивидуальные авторские стили писателей, кроме того, не стоит забывать и о разных временных отрезках, в которые писались данные произведения.

Предисловие «Героя нашего времени» характеризуется частым употреблением существительных и местоимений, кроме того, здесь присутствует (сравнивая с предисловием «Театрального романа» большое количество имен прилагательных). Можно сказать, что предисловие М.Ю. Лермонтова – это повествование с элементами описания.

В предисловии «Театрального романа» большой объем имеют имена существительные и местоимения. Мы можем предположить, что это текст-повествование. Кроме того, можно предположить, что, возможно, речь идет о каком-то предмете, которое имеет для писателя определенное значение. В предисловии же Лермонтова речь идет о каком-либо событии, об описании определенных событий.

В предисловии Лермонтова преобладают существительные (портрет (4), читатель (2), порок (2)), указательные местоимения (этот (4)), местоимения (он, она (7)), глаголы и прилагательные. Кроме того, присутствует большое количество служебных частей речи.

В предисловии Булгакова ведущую позицию занимают местоимения (я (13)). Кроме того, много существительных (Сергей (6), самоубийца (2), письмо (3), записка (6)) и прилагательных (единственный (2), странный (2)).

Используя данные таблиц, мы можем сделать вывод, что предисловие «Героя нашего времени» направлено в первую очередь на читателя, пытается захватить его внимание, в то время, как предисловие «Театрального романа» является скорее личными впечатлениями и рассуждениями автора, которые не имеют столь явного направления на читателя.

Таким образом, мы можем утверждать, что наша гипотеза о том, что предисловия «Героя нашего времени» не будет совпадать со структурой предисловия «Театрального романа», подтверждена.

Задание №3.

Статистический анализ текстов из НКРЯ.

Публицистические тексты:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статистика Национального корпуса русского языка** | | | | **ЧС русского языка** | | | | |
|  | | | |  | | | | |
| (только для корпуса со снятой грамматической омонимией, данные на 11 янв. 2016 г. — объём корпуса со снятой омонимией *5 942 687* (5,9 млн)) | | | | **(под ред. Засориной)** | | | | |
|  | **Часть речи** | **Число словоупотреблений** | **%** | **общая (% )** | **газ.-журн. (% )** | **драм. %** | **н.-публ. %** | **худ. пр. %** |
| 1 | существительное | 551 504 | 33,81 | 26,65 | **32,77** | 20,4 | 31,03 | 23,44 |
| 2 | глагол | 215 951 | 13,24 | 17,12 | **14,50** | 20,88 | 13,5 | 18,96 |
| 3 | прилагательное | 179 619 | 11,01 | 9,37 | **11,97** | 6,24 | 12,46 | 7,37 |
| 4 | наречие | 56 827 | 3,48 | 8,10 | **6,95** | 9,01 | 7,26 | 8,98 |
|  | предикатив | 10 504 | 0,64 |  |  |  |  |  |
| 5 | числительное | 42 812 | 2,62 | 1,17 | **1,55** | 1,13 | 1,026 | 0,9969 |
|  | числительное-прилагательное | 8 415 | 0,52 |  |  |  |  |  |
| 6 | местоимение-существительное | 77 968 | 4,78 | 13,29 | **10,01** | 16,18 | 11,55 | 14,94 |
|  | местоимение-прилагательное | 79 934 | 4,90 |  |  |  |  |  |
|  | местоименное наречие | 24 438 | 1,50 |  |  |  |  |  |
|  | местоимение-предикатив*(некого, нечего)* | 86 | 0,005 |  |  |  |  |  |
| 7 | союз | 119 334 | 7,32 | 7,39 | **6,57** | 6,81 | 7,61 | 8,56 |
| 8 | предлог | 178 676 | 10,95 | 11,10 | **11,47** | 11,18 | 11,23 | 10,54 |
| 9 | частица | 53 531 | 3,28 | 1,00 | **0,57** | 1,6 | 0,67 | 1,078 |
|  | вводное слово | 7 021 | 0,43 | 4,81 | **3,64** | 6,039 | 2,34 | 4,0839 |
|  | междометие | 504 | 0,03 |
|  | инициал | 6 457 | 0,40 |
|  | прочие (аномальная, искаженная форма, сокращение, топонимы) | 78 292 | 4,80 |
|  | Всего: | *1 631 321* | 100,00 | 100,0 | 100,00 |  |  |  |

Рекламные тексты:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статистика Национального корпуса русского языка** | | | | **ЧС русского языка** | | | | |
|  | | | |  | | | | |
| (только для корпуса со снятой грамматической омонимией, данные на 11 янв. 2016 г. — объём корпуса со снятой омонимией *5 942 687* (5,9 млн)) | | | | **(под ред. Засориной)** | | | | |
|  | **Часть речи** | **Число словоупотреблений** | **%** | **общая (% )** | **газ.-журн. (% )** | **драм. %** | **н.-публ. %** | **худ. пр. %** |
| 1 | существительное | 4 984 | 35,61 | 26,65 | **32,77** | 20,4 | 31,03 | 23,44 |
| 2 | глагол | 1 436 | 10,26 | 17,12 | **14,50** | 20,88 | 13,5 | 18,96 |
| 3 | прилагательное | 1 634 | 11,68 | 9,37 | **11,97** | 6,24 | 12,46 | 7,37 |
| 4 | наречие | 343 | 2,45 | 8,10 | **6,95** | 9,01 | 7,26 | 8,98 |
|  | предикатив | 57 | 0,41 |  |  |  |  |  |
| 5 | числительное | 1 176 | 8,40 | 1,17 | **1,55** | 1,13 | 1,026 | 0,9969 |
|  | числительное-прилагательное | 71 | 0,51 |  |  |  |  |  |
| 6 | местоимение-существительное | 548 | 3,92 | 13,29 | **10,01** | 16,18 | 11,55 | 14,94 |
|  | местоимение-прилагательное | 678 | 4,84 |  |  |  |  |  |
|  | местоименное наречие | 153 | 1,09 |  |  |  |  |  |
|  | местоимение-предикатив*(некого, нечего)* | 1 | 0,007 |  |  |  |  |  |
| 7 | союз | 945 | 6,75 | 7,39 | **6,57** | 6,81 | 7,61 | 8,56 |
| 8 | предлог | 1 516 | 10,83 | 11,10 | **11,47** | 11,18 | 11,23 | 10,54 |
| 9 | частица | 255 | 1,82 | 1,00 | **0,57** | 1,6 | 0,67 | 1,078 |
|  | вводное слово | 35 | 0,25 | 4,81 | **3,64** | 6,039 | 2,34 | 4,0839 |
|  | междометие | 3 | 0,02 |
|  | инициал | 60 | 0,43 |
|  | прочие (аномальная, искаженная форма, сокращение, топонимы) | 100 | 0,71 |
|  | Всего: | *13 995* | 100,0 | 100,0 | 100,00 |  |  |  |

Устные тексты:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статистика Национального корпуса русского языка** | | | | **ЧС русского языка** | | | | |
|  | | | |  | | | | |
| (только для корпуса со снятой грамматической омонимией, данные на 11 янв. 2016 г. — объём корпуса со снятой омонимией *5 942 687* (5,9 млн)) | | | | **(под ред. Засориной)** | | | | |
|  | **Часть речи** | **Число словоупотреблений** | **%** | **общая (% )** | **газ.-журн. (% )** | **драм. %** | **н.-публ. %** | **худ. пр. %** |
| 1 | существительное | 3 085 658 | 27,19 | 26,65 | **32,77** | 20,4 | 31,03 | 23,44 |
| 2 | глагол | 2 041 679 | 17,99 | 17,12 | **14,50** | 20,88 | 13,5 | 18,96 |
| 3 | прилагательное | 1 058 917 | 9,33 | 9,37 | **11,97** | 6,24 | 12,46 | 7,37 |
| 4 | наречие | 805 880 | 7,10 | 8,10 | **6,95** | 9,01 | 7,26 | 8,98 |
|  | предикатив | 406 485 | 3,58 |  |  |  |  |  |
| 5 | числительное | 291 047 | 2,56 | 1,17 | **1,55** | 1,13 | 1,026 | 0,9969 |
|  | числительное-прилагательное | 40 199 | 0,35 |  |  |  |  |  |
| 6 | местоимение-существительное | 1 795 567 | 15,82 | 13,29 | **10,01** | 16,18 | 11,55 | 14,94 |
|  | местоимение-прилагательное | 985 391 | 8,68 |  |  |  |  |  |
|  | местоименное наречие | 713 394 | 6,29 |  |  |  |  |  |
|  | местоимение-предикатив*(некого, нечего)* | 1 221 | 0,01 |  |  |  |  |  |
| 7 | союз | 1 493 989 | 13,16 | 7,39 | **6,57** | 6,81 | 7,61 | 8,56 |
| 8 | предлог | 988 314 | 8,71 | 11,10 | **11,47** | 11,18 | 11,23 | 10,54 |
| 9 | частица | 1 797 270 | 15,84 | 1,00 | **0,57** | 1,6 | 0,67 | 1,078 |
|  | вводное слово | 213 905 | 1,88 | 4,81 | **3,64** | 6,039 | 2,34 | 4,0839 |
|  | междометие | 751 865 | 6,62 |
|  | инициал | 0 | 0 |
|  | прочие (аномальная, искаженная форма, сокращение, топонимы) | 0 | 0 |
|  | Всего: | *11 349 008* | 100,0 | 100,0 | 100,00 |  |  |  |

Электронные тексты:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статистика Национального корпуса русского языка** | | | | **ЧС русского языка** | | | | |
|  | | | |  | | | | |
| (только для корпуса со снятой грамматической омонимией, данные на 11 янв. 2016 г. — объём корпуса со снятой омонимией *5 942 687* (5,9 млн)) | | | | **(под ред. Засориной)** | | | | |
|  | **Часть речи** | **Число словоупотреблений** | **%** | **общая (% )** | **газ.-журн. (% )** | **драм. %** | **н.-публ. %** | **худ. пр. %** |
| 1 | существительное | 13 484 | 22,43 | 26,65 | **32,77** | 20,4 | 31,03 | 23,44 |
| 2 | глагол | 8 883 | 14,78 | 17,12 | **14,50** | 20,88 | 13,5 | 18,96 |
| 3 | прилагательное | 3 261 | 5,42 | 9,37 | **11,97** | 6,24 | 12,46 | 7,37 |
| 4 | наречие | 2 714 | 4,51 | 8,10 | **6,95** | 9,01 | 7,26 | 8,98 |
|  | предикатив | 557 | 0,93 |  |  |  |  |  |
| 5 | числительное | 6 231 | 10,36 | 1,17 | **1,55** | 1,13 | 1,026 | 0,9969 |
|  | числительное-прилагательное | 227 | 0,38 |  |  |  |  |  |
| 6 | местоимение-существительное | 5 001 | 8,32 | 13,29 | **10,01** | 16,18 | 11,55 | 14,94 |
|  | местоимение-прилагательное | 2 563 | 4,26 |  |  |  |  |  |
|  | местоименное наречие | 1 542 | 2,56 |  |  |  |  |  |
|  | местоимение-предикатив*(некого, нечего)* | 13 | 0,02 |  |  |  |  |  |
| 7 | союз | 4 557 | 7,58 | 7,39 | **6,57** | 6,81 | 7,61 | 8,56 |
| 8 | предлог | 5 727 | 9,53 | 11,10 | **11,47** | 11,18 | 11,23 | 10,54 |
| 9 | частица | 3 496 | 5,82 | 1,00 | **0,57** | 1,6 | 0,67 | 1,078 |
|  | вводное слово | 301 | 0,50 | 4,81 | **3,64** | 6,039 | 2,34 | 4,0839 |
|  | междометие | 156 | 0,26 |
|  | инициал | 62 | 0,10 |
|  | прочие (аномальная, искаженная форма, сокращение, топонимы) | 1 343 | 2,23 |
|  | Всего: | *60 118* | 100,0 | 100,0 | 100,00 |  |  |  |

Проанализировав полученные данные и сравнив их с характеристиками показателей частотного словаря под редакцией Засориной, мы пришли к следующим выводам:

* публицистические тексты тяготеют к газетно-журнальному стилю;
* рекламные тексты – к газетно-журнальному стилю;
* устные тексты – к научно-публицистическому стилю;
* электронные тексты – в равной степени к газетно-журнальному и научно-публицистическому стилю.

Выяснив, какой из функциональных стилей преобладает в том или ином типе текстов, мы можем пояснить следующее:

1. Для первой и второй таблицы характерен газетно-журнальный стиль. Для данного стиля характерно:

* информативность;
* призыв к действию;
* воздействие на массовое сознание;
* образность;
* оценочность;
* логичность;
* эмоциональность.

1. Для третьей таблицы характерен научно-публицистический стиль. Для данного стиля характерно:

* направленность на определённый тип читателя;
* экспрессивность;
* познавательность;
* использование научной терминологии.

1. Четвертая таблица характеризуется сразу двумя стилями: газетно-журнальный и публицистический. Говоря об их схожести, можно отметить следующее:

* последовательность;
* ясность
* четкость изложения.

**Задание № 4.**

Sharp.

1972 stellten wir stolz unseren ersten Fotokopierer vor. Darauf folgte eine Reihe neuer, schneller Digitalkopierer und Multifunktionssysteme in den späten 1990er-Jahren. Heute beläuft sich unsere weltweite Produktion von Druckern/Kopierern bereits auf über 13,5 Millionen Einheiten und auch in Zukunft warden wir einige der weltweitbesten und beliebtesten digitalen Geräte zur Verarbeitung von Dokumenten herstellen. Leistungsstarke Hardware und fortschrittliche Toner-Technologie sind dabei nicht unsere einzigen Fachgebiete. Wir entwickeln außerdem vielseitige Lösungen für schnellere und effizientere Arbeitsmethoden, die jeden Arbeitsplatzproduktiv ermachen.

Aktuell bieten wir mit dem Konzept „My Integrated Office“ eine perfekte Plattform für den Austausch von Informationen innerhalb von Unternehmen an. Es erleichtert die Kommunikation zwischen Teams, Mitarbeitern und sogar ganzen Fachbereichen.

Als Vorreiter in der LCD-Technologie und als einer der weltweitgrößten Hersteller kennen wir die verschiedenen Anforderungen an das tägliche Business. Sharp Visual Solutions-Produkte bieten mit branchenführender Technologie und einer breiten Palette an professionellen Monitoren und Touch-Screens individuelle Lösungen für jede Herausforderung.

Ob es um eine Videowand fürs Foyer, den Einzelhandeloder den Tagungsraum geht, ob BIG PADs für Hörsäle oder Präsentation enein gesetzt warden sollen oder die tägliche Arbeit durch einen High Definition-UV2A-Monitor erleichtert wird – wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, mit unserem Know-how die optimale Lösung für jede Umgebung zufinden. Mit einem einzigartigen Produktportfolio bietet Sharp Lösungen für die unterschiedlichsten Anforderungen und Marktsegmente – dennes sind die Details, auf die es ankommt.

Sharp.

В 1972 году мы с гордостью представили наш первый копировальный аппарат. За ним в 90-х годах последовал ряд новых, быстрых цифровых копировальных и многофункциональных систем. Сегодня наше производство копировальной техники по всему миру достигло 13,5 миллионов единиц, а в будущем мы планируем выпускать одни из самых лучших и популярных цифровых устройств, предназначенных для обработки документов. Высокопроизводительное оборудование и усовершенствованные тонер-технологии являются далеко не единственными нашими достижениями. Также мы разрабатываем универсальные решения для более быстрых и более эффективных методов работы, которые сделают любое рабочее место более продуктивным.

В настоящее время мы предлагаем технологию «MyIntegratedOffice» - идеальную платформу для обмена информацией внутри компании. Этот сервис облегчает общение между командами, сотрудниками и даже между целыми отраслями.

Являясь лидером в технологии изготовления ЖК-экранов и в качестве одного из крупнейших мировых производителей, мы знаем, что нужно современному бизнесу. SharpVisualSolutions предлагает продукты с передовыми технологиями и широким спектром профессиональных мониторов и сенсорных экранов, которые подходят для любых индивидуальных решений и производственных задач.

Что бы это ни было – видеопанельна ресепшн компании, конференц-зал, предназначенный для важных совещаний, или же HD-UV2A-монитор для каждодневной работы – наши технологии будут работать безупречно. Уникальный ассортимент продукции Sharp предлагает решения для разнообразных потребностей и сегментов рынка – мы не упускаем из вида детали, которые крайне важны.

Рекламная статья на немецком языке:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Грамматические категории | Абсолютная частота | Относительная частота |
| Существительное | 60 | 26,3 |
| Глагол | 29 | 12,7 |
| Прилагательное | 45 | 19,7 |
| Числительное | 9 | 3,9 |
| Наречие | 13 | 5,7 |
| Местоимение | 16 | 7,0 |
| Союз | 13 | 5,7 |
| Частица | 3 | 1,3 |
| Предлог | 25 | 10,9 |
| Причастие | 6 | 2,6 |
| Заимствования | 9 | 3,9 |
| Итого (общая сумма) | 228 | 100 |

Перевод рекламной статьи:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Грамматические категории | Абсолютная частота | Относительная частота |
| Существительное | 51 | 25,9 |
| Глагол | 26 | 13,2 |
| Прилагательное | 36 | 18,3 |
| Числительное | 6 | 3,0 |
| Наречие | 14 | 7,1 |
| Местоимение | 11 | 5,6 |
| Союз | 11 | 5,6 |
| Частица | 7 | 3,5 |
| Предлог | 20 | 10,1 |
| Причастие | 6 | 3,0 |
| Заимствования | 9 | 4,6 |
| Итого (общая сумма) | 197 | 100 |

Прежде чем начинать анализировать данные, полученные из рекламной статьи на немецком и русском языках, стоит отметить, что в общем и целом частотные показатели и в оригинале, и в переводе имеют похожие показатели. Особенно это заметно в частотных показателях имен существительных (26,3% в оригинале, 25,9% - в переводе), глаголов – (12,7% в оригинале, 13,2% - переводе), имен прилагательных (19,7% в оригинале и 18,3% - в переводе), предлогов (10,9% в оригинале, 10,1% в переводе).

Также стоит отметить наличие характерных заимствований из английского языка – название сервисов и технологий компании Sharp. При переводе я сохранила данные названия как в оригинальном рекламном тексте.

При сравнении полученных данных с таблицей частотного словаря под редакцией Засориной, мы видим следующее:

* Имена существительные в переведенной статье близки по своей частоте к художественному стилю (25,9% в переводе, 23,44% по Засориной);
* Глаголы близки к научно-публицистическому стилю (13,2% - 13,5%);
* Имена прилагательные опять же близки к художественному стилю (18,3% - 18,96%);
* Частота имен числительных имеет расхождения с таблицей Засориной. Причиной тому может являться узкая направленность текста, предназначенного исключительно для рекламирования определенных услуг и технологий в сфере IT;
* Наречия близки к научно-публицистическому жанру (7,1% - 7,26%);
* Местоимения также имеют расхождения с показателями таблицы Засориной;
* Союзы близки к газетно-журнальному стилю (5,6% - 6,57%);
* Предлоги близки к художественному произведению (10,1% - 10,54%).

Таким образом, нужно отметить, что в переводе рекламной статьи с немецкого языка есть элементы газетно-журнального, научно-публицистического и художественного стиля с явным преобладанием художественного стиля. Возможно, такое «разнообразие» стилей связано с определенной стилистической неточностью перевода, либо со сравнительно небольшим объемом текста относительно проанализированных массивов текста в таблице Засориной.

Сравнивая полученные данные из переведенного текста с таблицей НКРЯ из задания №3, мы видим следующее:

* Имена существительные по частоте использования близки к устным текстам (25,9% в тексте и 27,2% в таблице НКРЯ);
* Глаголы идентичны к публицистическим текстам (13,2% и 13,2%);
* Имена прилагательные имеют расхождения с показателями НКРЯ, опять же возможной причиной является специфика данного отдельно взятого рекламного текста, или же определенная стилистическая неточность при переводе статьи;
* Имена числительные близки к публицистическим текстам (3,0% и 3,48%);
* Наречия идентичны устным текстам (7 и 7%);
* Союзы и предлоги близки к рекламным текстам (5,6% и 6,75%);
* Частицы близки к публицистическим текстам (3,5% и 3,28%);

Мы снова можем видеть определенное «разнообразие» стилей при анализе текста с таблицей НКРЯ из задания №3. К причинам я могу отнести определенную неточность стиля текста при моем переводе, также возможной причиной является сравнительно небольшой объем текста, не позволяющий в полной мере определить его стилистическую направленность.

Если брать отдельно от текста полученные данные при составлении частотного словаря, можно отметить, что текст имеет смешанный стиль с явным преобладанием публицистического стиля, соответственно, правильно определить его характер исключительно из анализа по НКРЯ будет затруднительно.