Заключительный тур

Республиканской школьной олимпиады – 2025 по русскому языку как родному

Имя, фамилия .....
Школа, класс .....
Город .....
Учитель .....
Телефон .....
e-mail .....

ИНСТРУКЦИЯ

На выполнение олимпиадной работы отводится **три часа**. В работе предлагаются **три задания** (с поэтапным усложнением задач).

В **задании №1** проверяются умения участника олимпиады проводить сравнительный анализ двух публицистических текстов, созданных в разные исторические эпохи, сопоставлять структурно-композиционные и языковые особенности текстов, выявлять их функции, определять и обосновывать жанровую принадлежность. Рекомендуемое время выполнения — 35 мин.

Задание №2 нацелено на лингвистический анализ текста манипулятивной рекламы, умение выявлять общие приемы и конкретные языковые средства манипуляции, анализировать роль структуры текста в достижении целей рекламы и характеризовать адресата текста. Рекомендуемое время выполнения — 45 мин.

Задание №3 направлено на анализ языковых средств создания портретов персонажей в художественном тексте, трансформацию исходного художественного текста в медийный продукт, анализ в нем средств создания речевых портретов и сопоставительный анализ исходного (художественного) и созданного (медийного) текстов. Рекомендуемое время выполнения – 1 час 40 мин.

NB! *Обратите внимание: задания имеют разный «вес» в системе оценивания.*

Задание 1 (максимальная оценка — 20 баллов).

1. Прочитайте два публицистических текста 1928 г. и 2024 г. **Сравните**:
   - **жанровую** принадлежность текстов;
   - **композиционную** структуру текстов;
   - **функции** текстов;
   - **названия реалий** в текстах (использование имен собственных — микротопонимов, названий государственных и общественных организаций, видов вооружения и т.п.);
   - использование **средств выразительности** и **оценочности**.
2. Сделайте **вывод** о том, в чем проявляется **сходство** и **различие** текстов.

ТЕКСТ №1

79345

НАРВСКІЙ ЛИСТОКЪ

Цѣна № 7 сент.(коп.)

1-й годъ изданія.

Выходитъ два раза въ недѣлю: по вторникамъ и субботамъ на 6-ти страницахъ.
Редакція и главная контора: Вышгород.23,д.Ушарова. Телефонъ № 220.
Контора открыта съ 9—3 и отъ 5—7 ч.
условія подписки: на 6 мѣсяц. 350 с. | на 2 мѣсяц. 120 с. „ 3 „ 180 „ | „ 1 „ 60 „

№ 17 НАРВА. Подъ редакціей И. І. Корчакъ-Котовичъ. Вторникъ, 28 февраля 1928 г.

23 и 24 февраля въ Нарвѣ.

Принарядилась Нарва въ эти дни, потонула въ морѣ зелени и электрическаго свѣта, украсилась транспорантами, щитами, флагами, — большими и малыми, однимъ словомъ въ смыслѣ декорировки большаго и желать нельзя было, такъ пріятно ласкала глазъ внѣшняя сторона праздника.

На Ратушной площади наиболѣе эффектно оказались украшены зданія ратуши и быв. важни.

На первомъ разноцвѣтные лампіоны придавали особенную торжественность. Вышгородская улица съ ея старинными зданіями нѣсколько была блѣдна и украшенія витринъ магазиновъ не отличались помпезностью и могли быть гораздо оригинальнѣе. Со вкусомъ артиллеристы украсили свое офицерское казино, что на углу Вышгородской и Рыцарской ул.

Наиболѣе удачнымъ транспорантомъ на главной улицѣ былъ работы художника К. М. Коровайкова на зданіи эмигрантской гимназіи.

Далѣе Вирская и Вестервальская улицы. И опять таки здѣсь выдѣлялись военныя учрежденія — „Sõdurite kodu“, пѣхотное офицерское казино, 1 артиллерійская группа и полковой дворъ,—оказался вкусъ и умѣніе украшавшихъ придать зданіямъ эффектный видъ.

На Петровской площади привлекалъ всеобщее вниманіе домъ Олева (быв. „Import“) утопавшій весь въ огнѣ и зелени. Изъ другихъ зданій въ центрѣ города необходимо отмѣтить городское пожарное общество и зданіе почты.

Много потрудились желѣзнодорожники по украшенію станціи, которая въ смыслѣ освѣщенія была наиболѣе удачной изъ всѣхъ зданій города.

Главная Кренгольмская аллея была сплошь залита снопами электрическаго свѣта, а зданія этого городка по своему украшенію отличались необыкновенной изысканностью и богатствомъ вкуса.

Даже мелкіе домовладѣльцы не забыли скромно декорировать свои зданія, украсивъ ихъ ельникомъ и транспорантами.

—

23 февраля въ половинѣ одинадцатаго вечера началось съ Петровской площади факельное шествіе самозашитниковъ и пожарныхъ, которое къ 12 часамъ ночи подошло на Ратушную площадь, гдѣ послѣ трехъ пушешныхъ выстрѣловъ самозащитники исполнили національную пѣснь, а начальникъ ихъ — капитанъ А. Леппъ поздравилъ съ 10-лѣтней годовщиной; по его предложенію всѣ прокричали въ честь правительства троекратное „elagu“. На слѣдующій день, 24 февраля, въ 12 ч. дня состоялся парадъ войсковымъ частямъ всѣхъ родовъ оружія, самозащитникамъ и пожарнымъ. На парадъ прибыли начальникъ дивизіи генералъ-майоръ О. Гейнце, министръ торговли и промышленности І. Хольберг, начальникъ штаба дивизіи майоръ П. Тріикъ и начальникъ гарнизона полковникъ Мардеръ. Рапортировалъ гостямъ командиръ полка, полковникъ Пулькъ.

Послѣ рѣчей министра, начальника дивизіи и городского головы и исполненія національнаго гимна участники парада прошли церемоніальнымъ маршемъ и направились шествіемъ по главнымъ улицамъ города.

Вечеромъ во всѣхъ общественныхъ учрежденіяхъ состоялись торжественные акты, сопровождавшіеся концертными отдѣленіями.

(*Нарвский листок, №17, 28 февраля 1928 г., с. 1*)

ТЕКСТ №2

ФОТО ⟩ В Таллинне прошел парад в честь Дня независимости Эстонии

rus.postimees.ee
24 февраля 2024, 12:08
Обновлено 24 февраля 2024, 14:40

Сегодня, 24 февраля, в 12 часов на площади Вабадузе в Таллинне начался парад в честь 106-летия Эстонской Республики.

Подразделения выстроились на площади Вабадузе в 11 часов. Парад под командованием главы Сил обороны генерала Мартина Херема принимал президент Алар Карис. За построение войск отвечал главный фельдфебель вооруженных сил Энн Адосон.

В параде принимали участие почти 840 военнослужащих и 31 единица техники. Были представлены 34 знамени, пять рот, 11 взводов и два оркестра — Военный оркестр Эстонии и оркестр Кайтселийта Saxon, а также четыре служебных собаки.

Среди участников парада: знаменные группы государственного флага Эстонской Республики, Сил обороны, всех видов вооруженных сил, Балтийского колледжа обороны, Центра компетенции НАТО по киберзащите (CCDOE) и штабного элемента НАТО (NFIU), а также Силы специальных операций, Академия Сил обороны, военная полиции Караульного батальона, Куперьяновский батальон, батальон штаба и связи эстонской дивизии, 1-я и 2-я пехотные бригады, Кайтселийт, Найскодукайтсе, Академия МВД и тюремная служба.

В параде также принимали участие резервисты 22-го и 23-го батальонов 2-й пехотной бригады.

Вдобавок на площади можно было увидеть знаменные группы вооруженных сил Германии, Дании, Франции, а также парадные расчеты армии США и Соединенного королевства Великобритании и Северной Ирландии.

В параде участвовали военная техника Сил обороны, боевой группы НАТО в Эстонии (Соединенное королевство, Франция и Дания) и ракетные системы залпового огня HIMARS армии США.

Парад продлился до часа дня, а после до 15.30 на площади Вабадузе проходит выставка военной техники Сил обороны и союзников.

(*rus.postimees.ee, 24 февраля 1924 г.*)

Задание 2 (максимальная оценка — 30 баллов).

Перед Вами **текст манипулятивной рекламы**, где под видом объективной оценки осуществляется воздействие на читателя и продвижение определенного продукта.

1. Какие **общие приемы** и конкретные **языковые средства манипуляции** используются в данном тексте? **Приведите** несколько примеров разных **лексических** и **грамматических средств** и **проанализируйте** их.
2. **Охарактеризуйте** роль **структуры текста** в достижении целей рекламы.
3. Какие **прецедентные тексты**, трансформированные цитаты использованы автором? Насколько, на ваш взгляд, удачно их использование с точки зрения достижения целей рекламы?
4. На какого **адресата**, по вашему мнению, ориентирована манипулятивная реклама?
5. Как бы Вы охарактеризовали **себя как потенциального адресата** аналогичной медиа-продукции, будь то реклама товаров, пропаганда определенного образа жизни, политических взглядов, идеологий и т. д.?

ТЕКСТ ДЛЯ АНАЛИЗА

ЧТО В КРЕМИКЕ ТЕБЕ МОЕМ?

Разбираем косметику разных категорий

Мария Селезнева

Наш консультант – Людмила Ставро, врач эстетической и превентивной медицины

При выборе косметики рука так и тянется к красивой упаковке, а если эта коробочка еще и от Chanel, то удержать нас может только цена. Но не стоит обольщаться и возлагать надежды на привлекательный вид и громкое название. Перед покупкой косметического средства необходимо обратить внимание на такие важные вещи, как состав продукта, стоимость, место, в котором оно продается, и маркетинговую политику. А вот бренд и упаковка — дело второстепенное и на молодость кожи не влияет.

МАСС-МАРКЕТ:
ПОКУПАТЕЛЬ НЕ ПОЛУЧАЕТ НИЧЕГО

Молодые девушки, да и дамы более зрелого возраста часто покупают декоративную и уходовую косметику в супермаркетах и в недорогих магазинах. Кажется — заплати 3–5 евро, и будет тебе счастье в виде упругости кожи, здорового цвета лица и устранения «гусиных лапок». Но пора избавиться от иллюзий и понять, что средство менее чем за 10 евро — это «кот в мешке». Отнимаем от цены крема стоимость упаковки, рекламы, транспортировки, заработка магазина и фирмы-изготовителя. В баночке остается крем за 10 центов. Сомнительное омоложение и уход за такую цену, не так ли? Но мы покупаем, ведь обещания рекламы так заманчивы. Пора полюбить себя и обходить стороной полочки с такой косметикой. Ни один дешевый крем не способен омолодить нашу кожу или избавить от проблем.

Самый большой плюс такой косметики — она доступна и благодаря массированной рекламе известна. Такая косметика подойдет молодым людям без особых проблем и тем, кому важно сэкономить.

ЛЮКС-МАРКЕТ:
ПРИЯТНО, НО БЕСПОЛЕЗНО

Хочется побаловать себя или сверкнуть пудреницей от Dior перед подругами? Welcome в Douglas, KristiAna, магазины аэропортов и бутики. Это косметика известных элитных брендов, рекламу которых можно видеть в глянцевых журналах. Такая косметика, как правило, использует высококачественное сырье. Но иллюзий у вас всё равно быть не должно. Не всегда косметические средства от известных мировых брендов — это гарантия желаемого эффекта. Маркетинг качественный, а вот проблем с кожей содержимое не решит и десять лет не уберет. Зато порадует, ведь почти каждая женщина любит красивый дизайн, громкие названия, тонкие ароматы и то чувство, с которым наносишь под глаза крем за 50–150 евро. Хочешь почувствовать себя принцессой и поиграть с баночками, — пожалуйста. Но если у твоей кожи есть проблемы, лучше ограничься декоративной косметикой.

Эстетическое удовольствие и удовлетворение косметика класса люкс может принести только обладателям здоровой кожи без особых запросов.

АПТЕЧНАЯ КОСМЕТИКА:
И ТЕБЯ ТОЖЕ ВЫЛЕЧИМ!

У такой косметики, как правило, более дешевая и неприметная упаковка, так как на рекламу особых затрат нет. Содержимое направлено на решение определенных проблем. Есть серии для очень сухой кожи, проблемной, чувствительной, юной, зрелой и так далее.

От аптечной косметики обязательно будет эффект. Поэтому если у твоего мужа перхоть, выброс нашумевший Head&Shoulders и купи специальный лечебный шампунь. А для своего тинейджера серию «для проблемной кожи».

И запомни: спирт, содержащийся в лосьонах типа Clean&Clear (масс-маркет), вызывает еще больше прыщей, так как кожное сало начинает вырабатываться в больших объемах.

В лечебных средствах такого агрессивного компонента ты не встретишь.

Изначально аптечная косметика создавалась для кожи дерматологических пациентов, однако сейчас аптечные полки всё больше походят на полки магазинов мидл-маркет.

Средний ценовой сегмент 10–30 евро.

МИДЛ-МАРКЕТ:
ВЫТАЩИ СВОЙ ЛОТЕРЕЙНЫЙ БИЛЕТИК!

Мидл-маркет — высшая ступень масс-маркета или низшая люкс-класса? Трудно сказать — пожалуй, это самая «темная лошадка», т. к. косметика этого сегмента может быть, с одной стороны, достаточно качественной и эффективной, но с другой — эти средства могут быть абсолютным маркетинговым фантиком. В магазинчиках наподобие Body Shop особенно приятно покупать кремы, ведь можно их понюхать, потрогать, посоветоваться с приятным консультантом и получить в подарок еще целый пакетик пробников. А главное — обещания в аннотации. Да и цена уже не 10, а 20 евро.

ЗАМАНЧИВО! Нюхаем, мажем, но пока только тестируем. Скорее всего, ваша кожа со временем сможет ответить на вопрос, была ли эта косметика правильным выбором.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОСМЕТИКА:
МЫ ИДЕМ РЕШАТЬ ВАШИ ПРОБЛЕМЫ!

Эти косметические средства самые ценные, так как содержат самый высокий процент полезных, активных компонентов. При этом ценовой диапазон здесь довольно широк. Необходимо

помнить, что очень дешевой такая косметика быть не может, так как у нее ценный состав, который тщательно разрабатывается специалистами. Профессиональная косметика нацелена на решение разных задач — увлажнение, устранение морщин, лечение, омоложение и так далее.

Вместе с косметологом вам подбираются необходимые косметические средства именно для вашей кожи. Начиная от очищения и заканчивая сыворотками и масками. Данная косметика не дает моментального эффекта за счет пленки, как простая, — она нацелена на долгосрочный результат. Профессиональный крем можно оценивать как театральное представление. Здесь важно всё: каждый компонент в составе, аромат, консистенция, цвет, срок годности, эффективность, безопасность. Срок годности у такой косметики не превышает двух лет, так как количество антиоксидантов, отвечающих за сохранность, в ней минимально. Безопасность также на высшем уровне, так как состав тщательно разработан.

(*Журнал «Лилит», сентябрь 2018 г., с. 106–108*)

Задание 3 (максимальная оценка — 50 баллов)

1. **Охарактеризуйте** языковые особенности рассказа М. Зощенко, с помощью которых создаются языковые портреты персонажей и реализуется основной замысел рассказа. С этой целью:
   - перечислите выявленные Вами **лексические средства**, характерные для речи персонажей, проанализируйте их форму, значение, стилистические характеристики;
   - охарактеризуйте **нормативность речи** персонажей на примере **лексических** (3–5 примеров на ваш выбор) и **грамматических** (2–3 примера на ваш выбор) средств;
   - охарактеризуйте роль диалогической **структуры текста** в создании языковых портретов персонажей;
   - сделайте **общие выводы** о языковых портретах персонажей и общем авторском замысле рассказа. **Попробуйте соотнести** рассказ М. Зощенко со временем его написания (1925 год).
2. Представьте, что Вы блогер, интересующийся языковыми вопросами. На основе данного текста **создайте текст поста**, демонстрирующий использование иноязычных вкраплений и просторечных элементов в современной русской речи. Для этого Вам надо, сохранив исходную структуру текста (диалог), наполнить ее актуальным для нашего времени содержанием. Придумайте аналогичную изображенной М. Зощенко ситуацию (например, чей-то устный разговор в любом месте, переписка в соцсетях и т. п. и их оценка / интерпретация сторонним наблюдателем, которым можете быть Вы или кто-либо иной) и передайте ее современным языком. Полученный текст Вы можете, если считаете нужным, включить в более широкий контекст, например, написать собственную авторскую подводку к тексту, дополнительно привлечь внимание вашей аудитории к языковым вопросам, задать вопросы пользователям и т. п.
3. **Проанализируйте** ваш текст по параметрам, перечисленным выше в пункте 1. **Аргументируйте** использование Вами конкретных языковых средств.
4. **Проведите сопоставительный анализ** исходного и трансформированного текстов, опираясь на описанные Вами особенности каждого из них. **Сделайте общие выводы.**

ОБЕЗЬЯНИЙ ЯЗЫК

М. Зощенко

Трудный этот русский язык, дорогие граждане! Беда, какой трудный. Главная причина в том, что иностранных слов в нем до черта. Ну, взять французскую речь. Все хорошо и понятно. Кескесе, мерси, комси — все, обратите ваше внимание, чисто французские, натуральные, понятные слова.

А нуте-ка, сунься теперь с русской фразой — беда. Вся речь пересыпана словами с иностранным, туманным значением. От этого затрудняется речь, нарушается дыхание и треплются нервы.

Я вот на днях слышал разговор. На собрании было. Соседи мои разговорились. Очень умный и интеллигентный разговор был, но я, человек без высшего образования, понимал ихний разговор с трудом и хлопал ушами. Началось дело с пустяков. Мой сосед, не старый еще мужчина, с бородой, наклонился к своему соседу слева и вежливо спросил:

— А что, товарищ, это заседание пленарное будет али как?

— Пленарное, — небрежно ответил сосед.

— Ишь ты, — удивился первый, — то-то я и гляжу, что такое? Как будто оно и пленарное.

— Да уж будьте покойны, — строго ответил второй. — Сегодня сильно пленарное и кворум такой подобрался — только держись.

— Да ну? — спросил сосед. — Неужели и кворум подобрался?

— Ей-богу, — сказал второй.

— И что же он, кворум-то этот?

— Да ничего, — ответил сосед, несколько растерявшись. — Подобрался, и все тут.

— Скажи на милость, — с огорчением покачал головой первый сосед. — С чего бы это он, а?

Второй сосед развел руками и строго посмотрел на собеседника, потом добавил с мягкой улыбкой:

— Вот вы, товарищ, небось не одобряете эти пленарные заседания... А мне как-то они ближе. Все как-то, знаете ли, выходит в них минимально по существу дня... Хотя я, прямо скажу, последнее время отношусь довольно перманентно к этим собраниям. Так, знаете ли, индустрия из пустого в порожнее.

— Не всегда это, — возразил первый. — Если, конечно, посмотреть с точки зрения. Вступить, так сказать, на точку зрения и оттеда, с точки зрения, то да — индустрия конкретно.

— Конкретно фактически, — строго поправил второй.

— Пожалуй, — согласился собеседник. — Это я тоже допущаю. Конкретно фактически. Хотя как когда...

— Всегда, — коротко отрезал второй. — Всегда, уважаемый товарищ. Особенно если после речей подсекция заварится минимально. Дискуссии и крику тогда не оберешься...

На трибуну взошел человек и махнул рукой. Все смолкло. Только соседи мои, несколько разгоряченные спором, не сразу замолчали. Первый сосед никак не мог помириться с тем, что подсекция заваривается минимально. Ему казалось, что подсекция заваривается несколько иначе.

На соседей моих зашикали. Соседи пожали плечами и смолкли. Потом первый сосед снова наклонился ко второму и тихо спросил:

— Это кто ж там такой вышедши?

— Это? Да это президиум вышедши. Очень острый мужчина. И оратор первейший. Завсегда остро говорит по существу дня.

Оратор простер руку вперед и начал речь.

И когда он произносил надменные слова с иностранным, туманным значением, соседи мои сурово кивали головами. Причем второй сосед строго поглядывал на первого, желая показать, что он все же был прав в только что законченном споре.

Трудно, товарищи, говорить по-русски!

1925