Фраза «Еще за четверть часа до своей смерти он был жив» пример ляпалиссиады или избыточного уточнения, доведенного до абсурда. Автор текста сообщает нам очевидное или детализирует то, что само собой разумеется.

Термин «ляпалиссиада» образован от имени французского маршала — маркиза [Жака де Ла Палиса](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B0%D0%BA_II_%D0%B4%D0%B5_%D0%A8%D0%B0%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BD_%D0%B4%D0%B5_%D0%9B%D0%B0_%D0%9F%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81), погибшего в [1525 году](https://ru.wikipedia.org/wiki/1525_%D0%B3%D0%BE%D0%B4) в [битве при Павии](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D1%82%D0%B2%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%B8_%D0%9F%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%B8). В результате двусмысленного прочтения одной из букв текст надгробной надписи был преобразован молвой. Изначально эпитафия гласила: «Здесь покоится сеньор де Ла Палис: если бы он не был мёртв, то ещё вызывал бы зависть». Молва разнесла вариант: «если бы он не был мёртв, он бы всё ещё был жив». Появились шуточные солдатские песни, сведенные позднее в поэму «Ляпалиссиада» откуда и пошла фраза, ставшая мотивом этого поста: «Ещё за четверть часа до своей смерти он был жив».

Представим себя создателями аналогичной поэмы, возьмем факт: мяч круглый. Теперь создадим ляпалиссиаду: «Мяч легко катился по полю, потому что был круглым».

Еще примеры: «он смотрел на меня глазами», «чтобы в помещении стало светло, надо включить свет», «если бы мы не опоздали, то обязательно успели бы на этот трамвай».

Наличие ляпалиссиады делает текст комичным. Иногда ее употребление становиться литературным приемом: «если бы пациент не был мертв, он был бы жив». Нечто подобное в сказке «Золотой ключик» выдают врачи, которых Мальвина пригласила для лечения Буратино. Используя ляпалиссиаду, А. Толстой показывает нам глупость лекарей, утверждающих очевидные факты и не способных оказать настоящую помощь кукольному мальчику.

Если в художественной литературе избыточность, доведенная до абсурда, может стать интересным приемом и подчеркнуть комизм ситуации, то в информационных текстах ее быть не должно.

Когда вы пишите продающий текст, в котором предлагаете приобрести холодильники, не стоит сообщать потенциальным клиентами о том, что внутри аппарата холодно или о том, что он, как правило, устанавливается на кухне.

Берегите время и место в тексте.