

ГБОУ средняя общеобразовательная школа **№548**
с углубленным изучением английского языка
Красносельского района

**Исследовательская работа
по русскому языку**

ученика **8 «Б»** класса

Горохова Ильи Андреевича

Учитель: Сабельникова А. В.

Санкт-Петербург
2016-2017 учебный год

«По отношению каждого человека к своему языку можно совершенно точно судить не только о его культурном уровне, но и о его гражданской ценности. Истинная любовь к своей стране немыслима без любви к своему языку. Человек, равнодушный к родному языку, — дикарь.»

*К. Г. Паустовский
Наедине с осенью. (Статья «Поэзия прозы»)*



Тема:

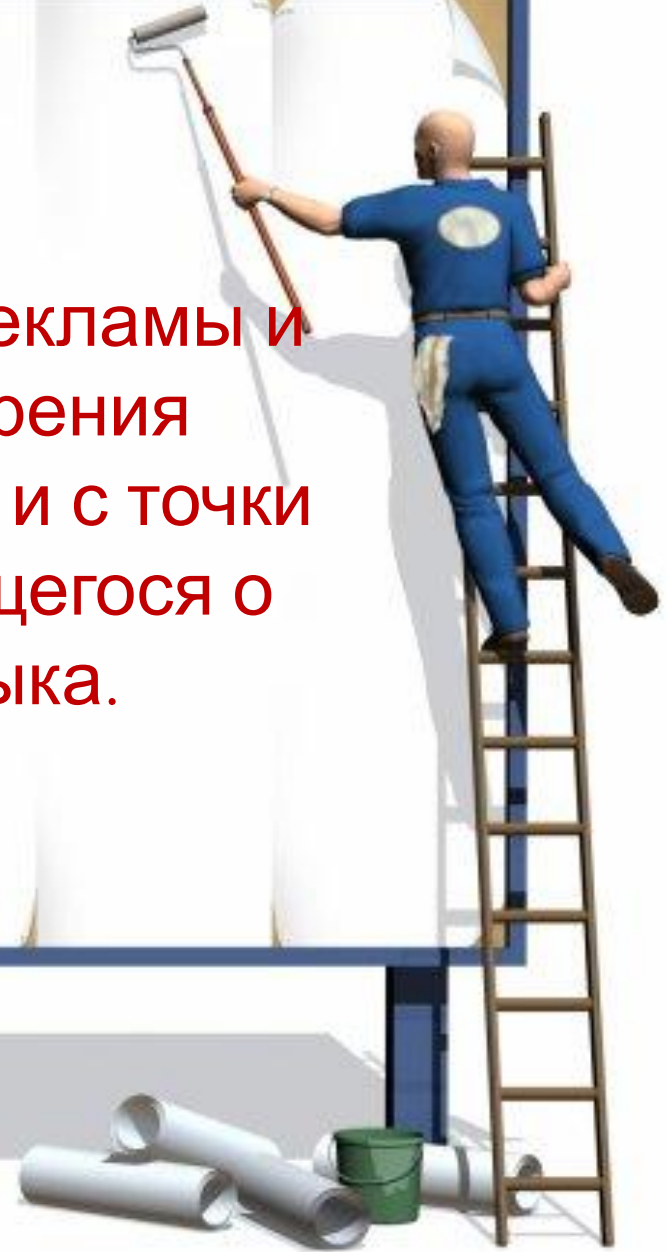
Язык рекламы.

Ошибка как аномалия и языковая игра как норма?



Цель:

изучить язык современной рекламы и
дать ему оценку с точки зрения
соответствия статьям закона и с точки
зрения гражданина, заботящегося о
сохранении родного языка.



Задачи:

- познакомиться с историей появления и развития рекламы;
- определить, что включают в себя понятия «реклама», «язык рекламы», «рекламный текст»;
- познакомиться с существующими видами рекламы;
- проанализировать статьи Федерального закона «О рекламе» и статьи Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации»;
- собрать коллекцию рекламы на фотохостинге Pinterest;



Задачи:

- провести лингвистическое наблюдение над рекламными текстами собранной коллекции;
- определить, какие ошибки встречаются в современных рекламных текстах и что считать ошибкой в языке рекламы, то есть аномалией;
- разобраться, что такое языковая игра в рекламе, какие приёмы игры используют копирайтеры в современных рекламных текстах и с какой целью;
- сформулировать правило (-а) как различать ошибку и языковую игру;
- изучить литературу по исследуемой теме.

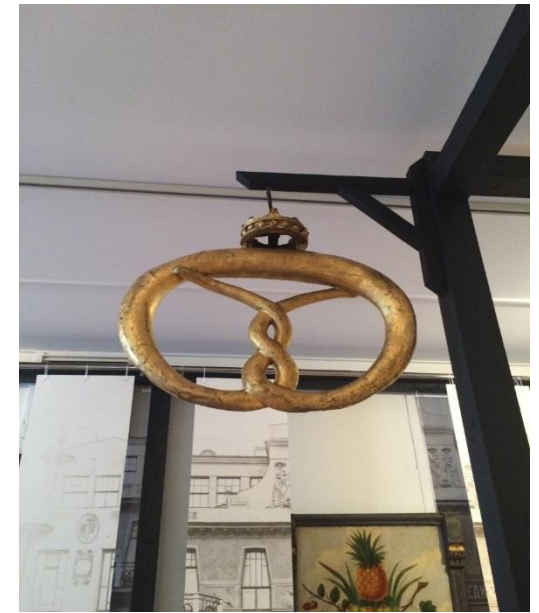


Глава I

Из истории рекламы

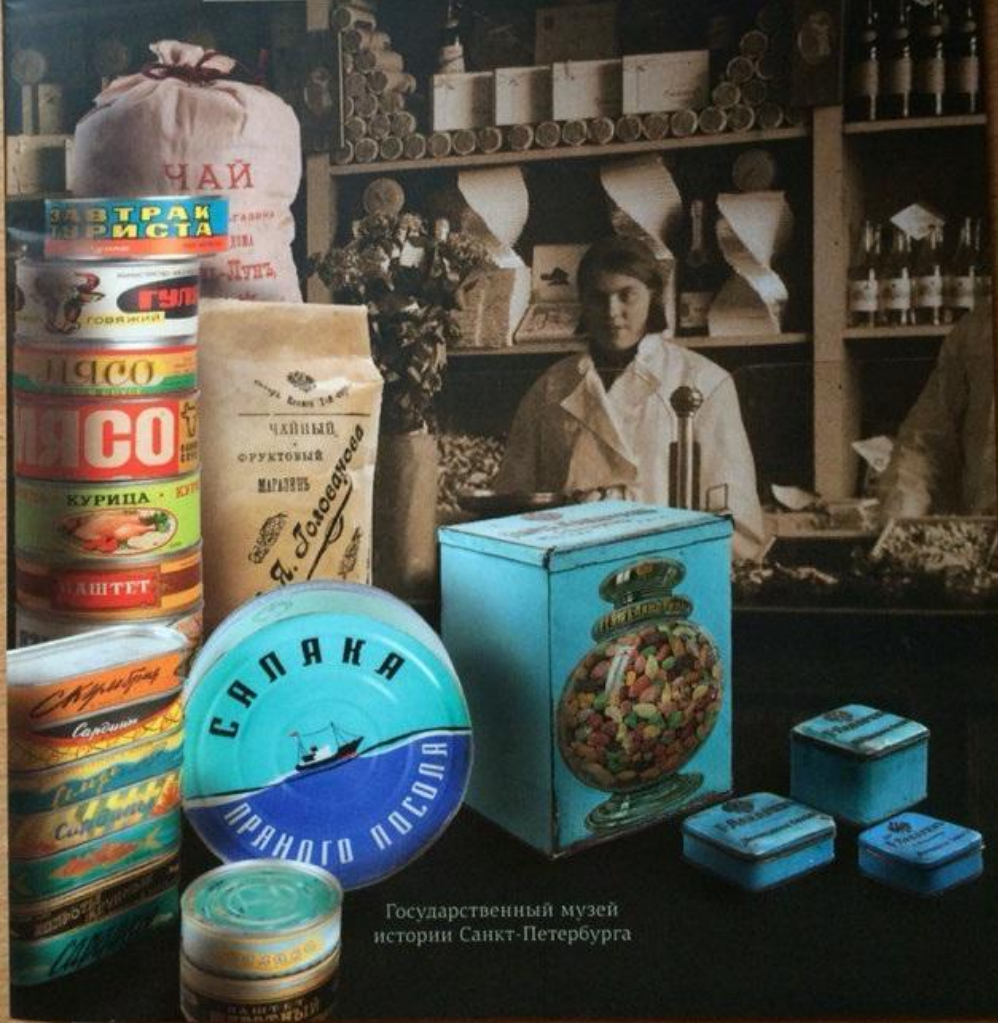






ТОВАР ЛИЦОМ — ЛИЦО ТОВАРА

РЕКЛАМА И УПАКОВКА В ПЕТЕРБУРГЕ



Государственный музей истории Санкт-Петербурга



МУЗЕЙ УПАКОВКИ



Реклама – едва ли не ровесница истории
человечества, сопровождающая общество с давних
времен, и сегодня, в информационную эпоху,
занимающая в современном коммуникативном
пространстве всё более заметное место.



Глава II

Что такое реклама? Виды рекламы



РЕКЛАМА

1. Оповещение *различными способами* для создания *широкой известности*, привлечения потребителей, зрителей. **2.** Объявление с таким оповещением.

Ожегов С. И. «Словарь русского языка»

Реклама - информация, распространенная *любым способом*, в *любой форме* и с использованием *любых средств*, адресованная *неопределенному кругу лиц* и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

«Федеральный **закон** «О рекламе» с изменениями и дополнениями на 2016 г.»



мобайл (подвесной, на тележках)

упаковка с нанесёнными названиями и товарными знаками рекламодателя



информационные



рекламные

газеты

специальные

отраслевые

На местах продаж



проспекты, листовки



открытки

визитные карточки

Печатная

плакаты, календари

каталоги продукции



Вывески магазинов

Наружная

Щиты с информацией



Реклама в СМИ

Журналы

экономические



Прямая

реклама по почте (direct mail)

рекламные материалы, вручаемые лично

раздаваемые бесплатно (рекламные газеты, листовки, сувениры)



Insert

Hand icon

T icon

Eraser icon

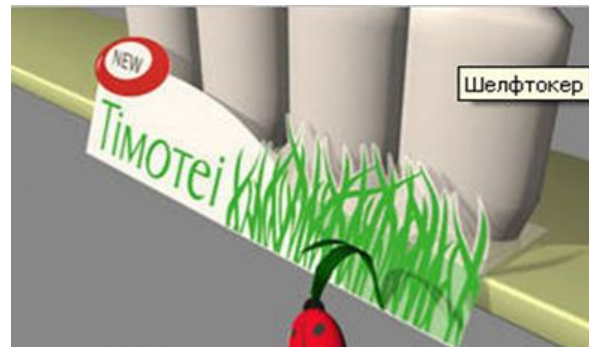
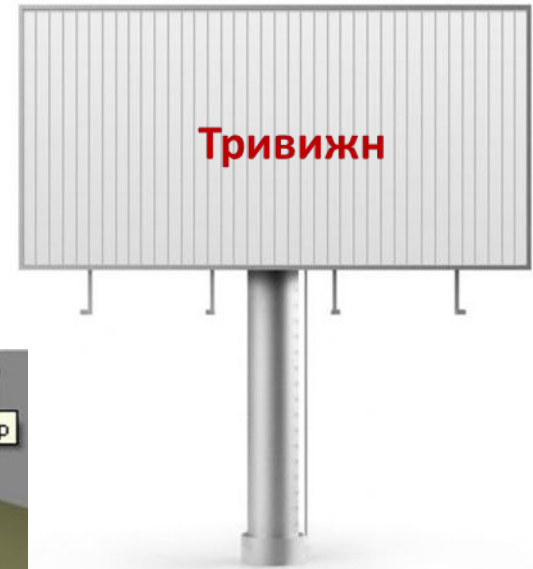
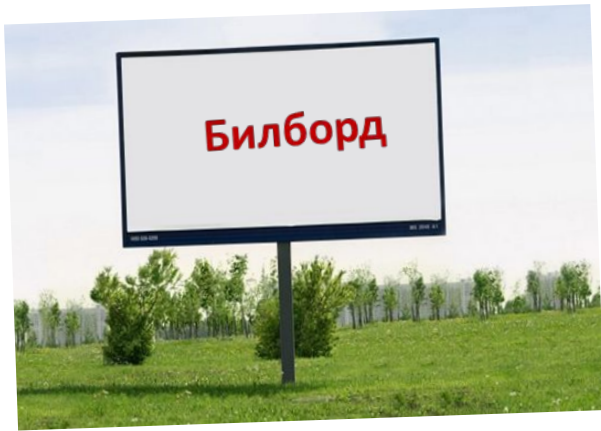
Circle icon

Pencil icon

Eraser icon

Undo icon

Realtime Board





«Массового сознания не существует в природе. Масса состоит из личностей. Поэтому хорошая реклама всегда является обращением одного человека к другому. А реклама, нацеленная на всех, не трогает никого».

Фэрфакс Коун



Глава III

*Язык рекламы и
рекламный текст*

Язык рекламы



информирует

понятный

должен быть литературно грамотным

логичный по форме и содержанию

убеждает

оригинальный

лаконичный

Рекламный текст

заголовок
к

концовка

основной текст
или
слоган

*обратить
внимание
потенциального
потребителя*

*заинтересовать
потребителя*

*обобщение изложенной
информации,
размещение выводов*

*убедить потребителя в
правильности выбора именно
данного продукта*

*закрепление информации
в памяти целевой
аудитории*

Главная цель рекламного текста –

**побуждение потребителей сделать выбор в пользу
рекламируемого товара или услуги,
компании или бренда.**



«Если реклама «не продаёт», то рекламный текст бесполезен.

*К каждому слову в рекламе должны предъявляться высочайшие требования, причём не столько художественные и информационные, сколько экономические - здесь буквально **каждое слово должно работать на продаваемость**».*

Ильясова С. В. Язык СМИ и рекламы: игра как норма и как аномалия / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2016.



Глава IV

Реклама и закон

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН
«О РЕКЛАМЕ»

Текст с изменениями и дополнениями на 2016 год



АКТУАЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО



Федеральный закон «О рекламе» принят Государственной Думой 22 февраля

2006 года

Ст.1 Закон направлен на реализацию права потребителей на получение **добросовестной** и **достоверной** рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.



Федеральный закон «О рекламе» принят Государственной Думой 22 февраля

2006 года

Ст.5

В рекламе не допускается:

- 1) использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации;
- 2) использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина и т. д.

Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации» принят Государственной Думой

20 мая 2005 года

Ст. 1 При использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации *не допускается использование слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка, за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.*



«...защита
носителей»



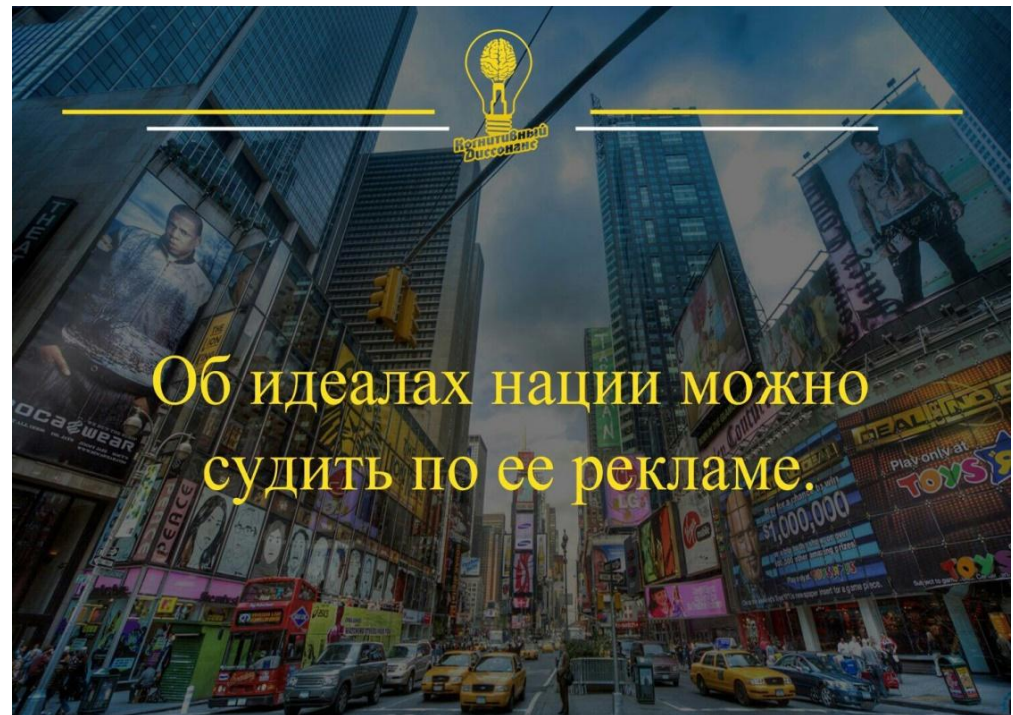
Максим Кронгауз
Русский язык
на грани нервного
срыва 3D

Corpus

от нас, его

НОВОЕ ИЗДАНИЕ
С ВИДЕОЛЕКЦИЯМИ АВТОРА НА DVD

Работа по составлению рекламного текста должна предполагать наличие не только определённого дарования, **но и** соответствующей профессиональной квалификации, предполагающей в свою очередь владение и речевым этикетом.

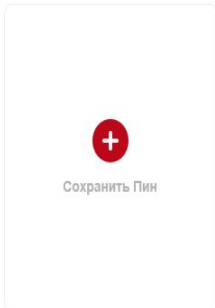




Поиск



Язык рекламы (ошибки и языко...



Сохранено: илья

2



Сохранено: илья

1



Сохранено:

1



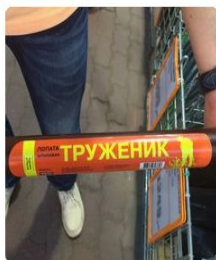
Сохранено: илья

1



Сохранено: илья

1



Сохранено: илья

2



Сохранено: илья

1



Сохранено: илья

1



Сохранено: илья

1



Сохранено: илья



Сохранено: илья

1



Орфографическая ошибка.

1



Сохранено: илья

1

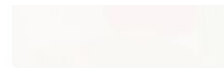


Сохранено: илья

1



Язык рекламы (ошибки и языко...



Язык рекламы (ошибки и языко...



Сохранено: илья

1



1

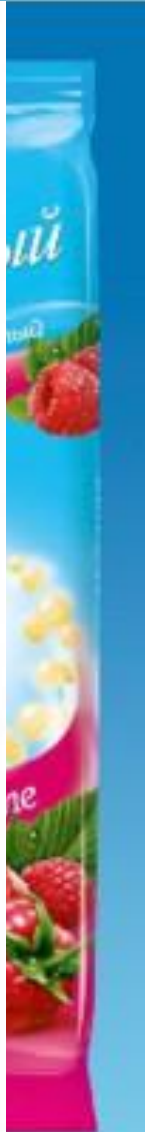






Ошибка — это отклонение от общепринятых рекомендуемых нормами литературной речи правил употребления слов, словосочетаний и предложений. Ошибкой становится нарушение (незнание) либо системных правил, либо установленной обществом конвенции, которая касается кодифицированного, одобренного обществом облика конкретных языковых единиц.

Пунктуационная



Почувствуй, как легко!

Пунктуационная,
грамматическая



Щиты с информацией
(наружная реклама)

ОШИБКА

Здоровые ноги это Ваше лицо
Почему за ногами Вы ухаживаете менее ревностно?

Полноценный препарат для наружного применения в группе азолов. Обладает широким спектром противогрибкового действия. Оказывает фунгицидное действие в отношении дерматофитов, плесневых и некоторых диморфных грибов.

ФУНГОТЕРБИН
НИЖФАРМ®
www.nizhpharm.ru

Пунктуационная + незапланированная двусмысленность

Крем **ФУНГОТЕРБИН**® рекомендован Национальной академией микологии.

 **НИЖФАРМ**®

www.nizhpharm.ru

Щиты с информацией (наружная реклама)

незапланированная двусмысленность

ТОЛЬКО 11 ИЮНЯ С 21:00 ДО 24:00!

МЫ СОШЛИ
СУМА!



~~39999.-~~ ВЫГОДА 20%

31999.-



Зеркальный цифровой фотоаппарат
CANON 650D 18-55DC+75-300DC ЗЦФК

Количество товара ограничено



КВАДР ТЫ?



ПОЛНЫЙ ДЗЕН



БОТАН



МАЧО



КРАСОТКА



ХИПСТЕР



ПРИКОЛИСТ



Дата изготовления / Дайндателен күн:
Годен до конца / Карсетелен айдын агына дейін жарамды:
Номер партии / Партиялык номер:

10 2016
L 52780968
1159 1010

КВАДРА



В ШОКЕ



РАЗДОЛБАЙ



ДИКИЙ



ЖЕРТВА



НЕНАСЫТНЫЙ
МАНЬЯК



РЭПЕР ТИМОХ



БЕШЕНЫЙ



ОЧУМЕЛАЯ ПАРОЧКА



ПАРОЧКА



ЯНИК, ДЕТКА...



ОМГ!



ДИКИЙ



РЭПЕР ТИМОХ



ПАРОЧКА



ОМГ!

В ГОРОД

БЕЗБАШЕННЫЕ КВАДРЫ В ГОРОД
Instagram [instagram.com/cinnimol](https://www.instagram.com/cinnimol)

MINI'S

**КАКОЙ
КВАДР ТЫ?**

**ПРИСОЕДИНЯЙСЯ
К БЕЗБАШЕННОЙ
КВАДРА-ТУСОВКЕ!**



Дата изготовления / Действителен срок
Годен до конца срока годности / Срок годности
Номер партии / Партия / Номер

10 2016
L 52780968
1159 1010
05.10.2015

БЕЗБАШЕННЫЕ КВАДРЫ В ГОРОД
Instagram @bezbashennye_kvadry
Laminat 43681017
FERT 12301003
KN: V102E819
CUT 200

«Квадры» - это слово-термин.

Всех людей можно объединить в 4 группы в зависимости от ценностей, на которые они ориентированы. В соционике эти группы называются квадры. В каждую квадру входит 4 типа людей (социотипа), а всего типов 16.

Безбашенный – перен., сленг.

Характеристика человека или его поступков: бесшабашный, безголовый, сумасшедший, дурной.

Раздолбай – 1. Разг.-сниж.

Небрежный, неряшливый, неаккуратный в делах человек.

2. Употребляется как порицающее или бранное слово.

**Фактическая,
речевая**

Блокнот «Евгений Онегин» — это двадцать самых ярких и запоминающихся отрывков из поэмы. И, конечно же, самые сочные иллюстрации. Здесь вы не увидите классических рисунков эпохи Пушкина, никаких карандашных набросков — только яркие краски и необычные образы знакомых со школьной скамьи героев. Отрывки разделены между собой листочками в клетку — пишите, рисуйте и, конечно же, не забывайте читать.

За **ОШИБКА** ь!

Мы вдох **ОШИБКА** жизнь

МУЖСКАЯ ОДЕЖДА

Sudar  *Venzano*
VENZANO
COLLECTION

приглашает на выставку-распродажу

с 15 по 17 августа

выставочный комплекс "РУССКИЙ ДОМ"

СКИДКИ

Неуместное использование латиницы, так как слово «**сударь**» исконно русское.

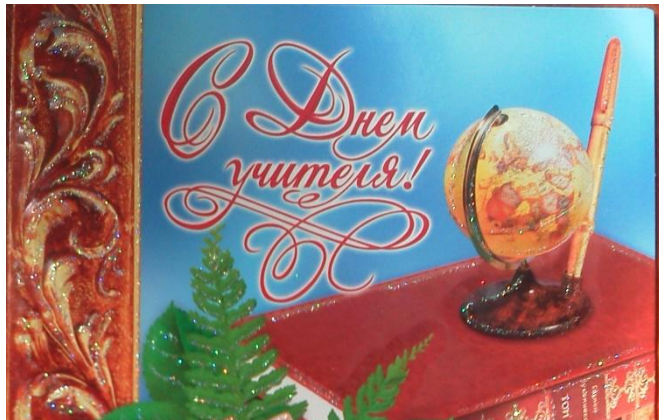
Игра с латиницей в данном случае – ошибка.

Латинский алфавит (**лати́ница**) – восходящая к греческому алфавиту буквенная письменность, возникшая в латинском языке в середине I тысячелетия до н. э.

Речевая

Неуместное использование англ. hello







С Новым Годом!

С Новым годом!



Выбери Любовь

С 8 Марта



www.С любовью в сердце.РФ
Благотворительный фонд «С любовью в сердце»

Любовь – женское русское личное имя
старославянского происхождения.

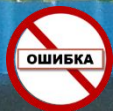


Речь не идёт о графической игре. Если бы в названии фонда слово «любовь» было с большой буквы, то в сочетании «Выбери Любовь» большую букву «Л» можно было бы объяснить стремлением к яркости, броскости, эмоциональности, но этого нет.

Объявление

Встреча жителей микрорайона
с администрацией Кр. Сельск.
р-на по вопросу строительства
объездной а/дороги
состоится 17.03.16г в 17⁰⁰
в 270 школе

— Активисты —



ХОЧЕШ ПОЛУЧИТЬ СТРАХОВОЙ ПОЛИС?

ПРОЙДИ ТЕХНИЧЕСКИЙ ОСМОТР!

ул.Комарова,46 БЕЗ ВЫХОДНЫХ

Т.228-777-9



ь после шипящих пишется **в окончании 2-го лица ед. ч. настоящего и будущего времени глагола, например: несёшь — несёшься, носишь — носишься.**

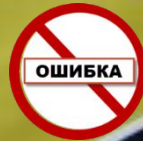
Ни пишется слитно:

В местоимениях, если частица НИ не отделена от последующего местоимения предлогом, например: никто, ничто, никого и т. п.



ПЛАТНАЯ ДОСТАВКА

ПРИ ЗАКАЗЕ ОТ 150 РУБЛЕЙ
ДОСТАВКА В ТЕЧЕНИИ 1 ЧАСА



при заказе

ул. Орджоникидзе 24/2, VIP reserve тел.: 365-888

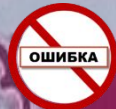
Серебряный
стиль



ул. Войкова, 51

ТОМСКИЙ ТРИКОТАЖ ПО ЦЕНАМ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Магазин находится за углом



Мило^услава



ХОХМА.TV

ШОППИНГ - СЕТЬ

SHOPPING SHERLOCK

ПОКУПАЙ ОНЛАЙН, СОХРАНЯЯ ВРЕМЯ И ДЕНЬГИ

- 1. Регистрация (или авторизация)
- 2. Поиск (или просмотр) товаров
- 3. Оформление заказа

ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕСЬ БЕСПЛАТНО И НАЧИНАЙТЕ ЭКОНОМИТЬ СЕЙЧАС!

5,604,310

Сколько раз мы помогли сэкономить время и деньги для клиентов в 2013? Давайте шопинг и экономьте!

БЕСПЛАТНО!

ЧТО ТАКОЕ SHOPPING SHERLOCK?

Посмотрите это видео и вы все поймете!

Смотреть видео

ВХОД

RUSSIA

RUSSIA

RUSSIA

Основа сети -
запатентованная интернет-технология «Shopping Sherlock», позволяющая **экономить время и деньги**, при поиске или покупках в интернете

РЕКЛАМА на

SHOPPING TV

Головокружительный шопинг

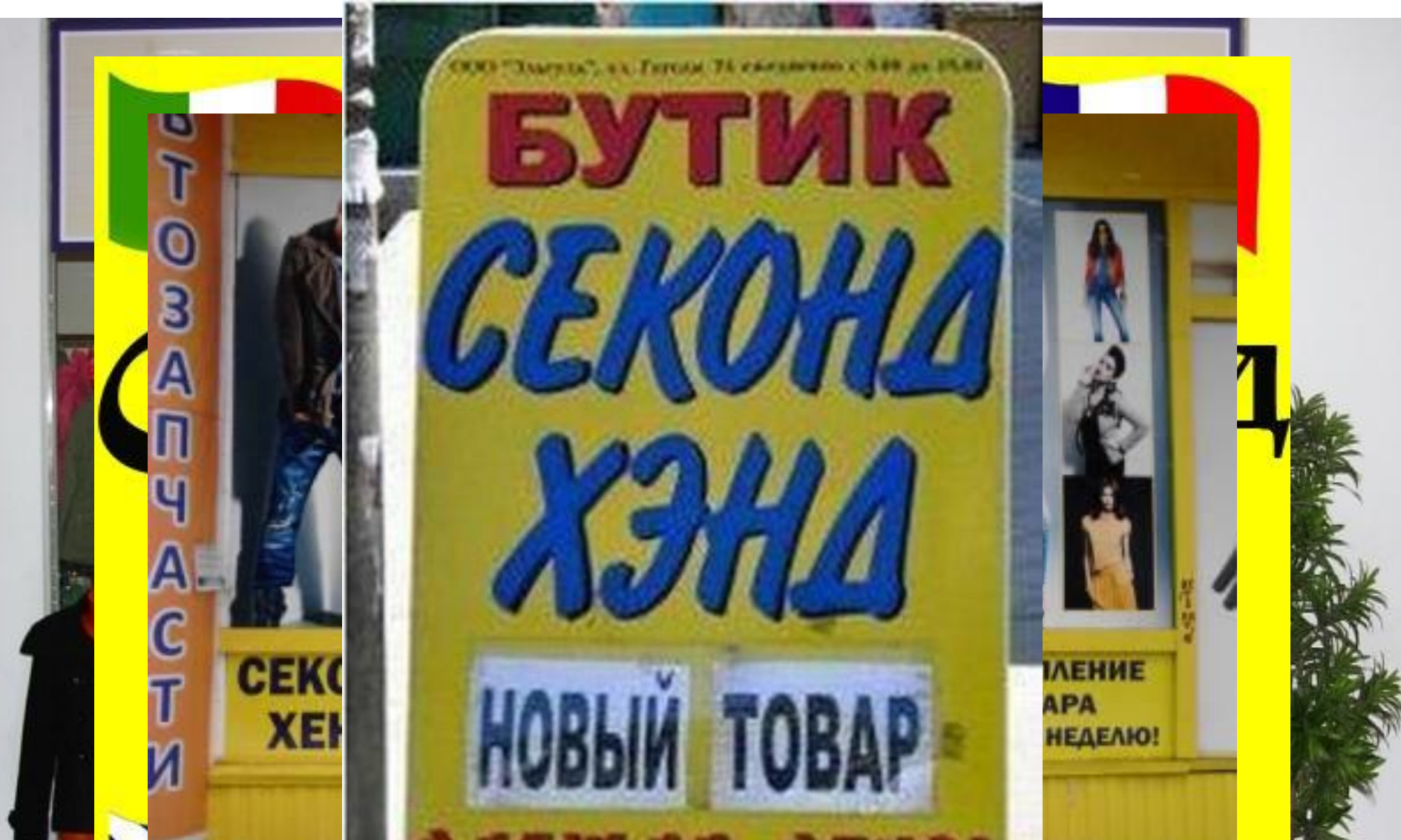
МОИ
НОВЫЙ

(495)626-5200

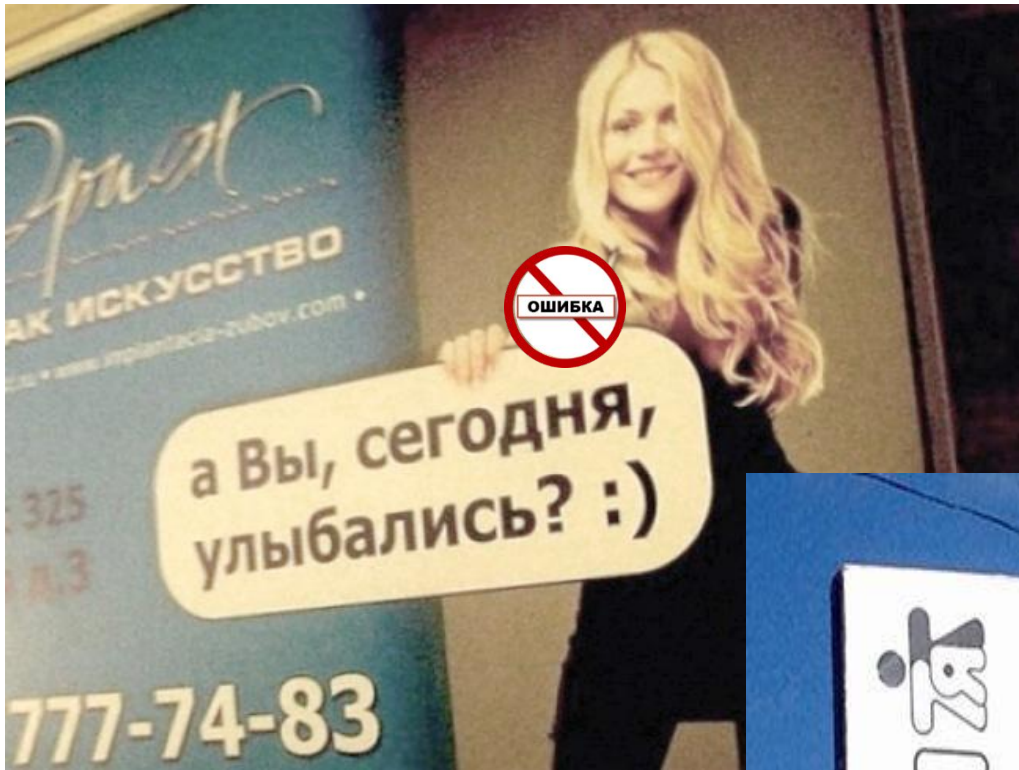
LOGO

MS 8645 A1

Шоп – происходит от английского слова shop, что в переводе означает магазин.



СЕКОНД-ХЭНД [англ. second hand - вторые руки]. **В иноязычных словах после согласных пишется е**, кроме слов пэр, мэр, сэр, а также некоторых собственных имён. Кроме того, **сложные существительные, имеющие значение одного слова**, обычно пишутся через дефис.



В рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений.



Шмотки – разг., пренебр., мн. ч. одежда, тряпки, вещи.

Стильно – синонимы: модно, с иголочки, фасонисто, фешенебельно, элегантно

Красивый – растяжимое понятие, то есть допускающее различное понимание и толкование.

Коралловый МИР



CORAL CLUB
INTERNATIONAL

**СЕМЬ БЕД - ОДИН ОТВЕТ:
УКРЕПЛЯЙ ИММУНИТЕТ!**

БУЛЬВАР

ГОРОДСКОЕ КАФЕ



МИНИ
Кафе
столовая

вкусно, быстро, недорого



| Составление меню | Сценарии | Шоу-программы |
| Оформление зала | Специальные предложения |





Результаты лингвистического наблюдения



- тенденция отказа от употребления знаков препинания
- небрежное отношение к пунктуационным нормам русского языка
- **нарушение орфографической нормы в рекламе связано с таким явлением, как заимствование иноязычных слов**

порой стремление копирайтеров к оригинальности и словотворчеству приводит к обратному результату, например, к **незапланированной двусмысленности**

- **в большинстве рекламных текстов употребляется местоимение «ТЫ»,** которое рекомендуется использовать преимущественно в рекламе, адресованной молодёжи. «С одной стороны, отмечается, что слоганы с «ты» звучат более динамично, в них присутствует персональность обращения. С другой стороны, **неуместный переход на «ты» может продемонстрировать неуважение к адресату, нарушение определённой этикетной дистанции».**



Реклама оказывает серьёзное влияние на закрепление в сознании адресата устойчивых стереотипов образа жизни, мышления, морали и нравственности. Ошибка запоминается автоматически, и потом говорящий (пишущий) «выдаёт» её в своей речи, «заражая» ею и окружающих.

Ошибка – это всегда аномалия? Или в рекламном тексте ошибка может быть и нормой, то есть языковой игрой? Где граница между творчеством, языковой игрой, и незнанием автором рекламного текста правил русского языка?



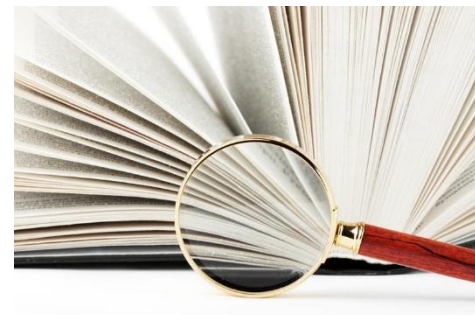
Глава VI

Языковая игра в рекламе. Анализ коллекции. Лингвистическое наблюдение



Языковая игра – сознательный эксперимент, имеющий установку на творчество.

«**Языковая игра** – это некоторая языковая неправильность (или необычность) и, что очень важно, неправильность, осознаваемая говорящим (пишущим) и намеренно допускаемая. При этом слушающий (читающий) также должен понимать, что это «нарочно так сказано».



Розыгрыш от "Турфирмы Иванченко"



СКИДКА
ВСЕМ
участникам

Выиграй
тур в Турцию

КОНКУРС

Фонетическая ЯИ

Аллитерация — повторение одинаковых или однородных согласных в стихотворении, придающее ему особую звуковую выразительность (в стихосложении).

КОНКУРС

СПРАВКИ ПО ТЕЛЕФОНУ: 105-05-21



5
Пятёрочка

ДИОГЕН В БОЧОНОЧКЕ, А КАЧЕСТВО В ПЯТЁРОЧКЕ!



ДВОЕЧКИ У ВОВОЧКИ А КАЧЕСТВО В ПЯТЁРОЧКЕ!

Игровая рифма здесь является **средством стилизации под русские народные частушки** и «способствует поддержанию общей игровой стилистики рекламной кампании бренда «Пятёрочка».

Valio

ЧИПСЫ мы. Хрустим отважно,
Нас купить ужасно важно



Сильпо





Анафора – стилистическая фигура, состоящая в повторении сходных звуков, слова или группы слов в начале каждого параллельного ряда, то есть в повторении начальных частей двух и более относительно самостоятельных отрезков речи.

БОЛЬШЕВИК
МОСКВА 1917

Шокобарокко®

С молочным шоколадом



*Восхитительное сочетание нежнейшего печенья
и молочного шоколада*

Графическая ЯИ

Латинское написание «NO-SPA»

спасение от спазмов и боли





Я 

Центр города



г.Краснодар
ул.Красная, 17

РЕСТОРАН
КОЛЕСО

Наши повара приготовят для Вас

koleso-kafe.ya.ru
koleso.kafe@yandex.ru



Свадьбы
БАНКЕТЫ ЮБИЛЕИ

зал до 100 человек, 1700руб/чел

т.8(916)513-62-17

Жуковский, ул. Энергетическая, д. 7



Кетчуп HEINZ.
Естественно. Вкусно.

100% натуральные ингредиенты



Графическая ЯИ

Парцелляция – разделение единого по смыслу высказывания на несколько самостоятельных, обособленных предложений.

За счёт неё достигается высокий экспрессивный эффект.

ДАЙ

КАЧЕСТ

ВО!



Vintaji.ru



Судьба дает шанс...
поРой!

«БАРСЕЛОНСКАЯ ГАЛЕРЕЯ»



ПРАВИЛА ПОЛЬЗОВАНИЯ МОСКОВСКИМ МЕТРОПОЛИТЕНОМ

Настоящие Правила обязательны к выполнению всеми лицами, находящимися на территории метрополитена. Несоблюдение требований настоящих Правил влечет административную ответственность в соответствии с Кодексом города Москвы об административных правонарушениях.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

СХЕМА ЛИНИИ

RAPID TRANSIT SYSTEM



Волгоград, ул. 02.01.2012

Новый магазин! Смешные цены!

ВОЛВА!

СЕКОНД

ЖЕНД

Ленинский пр., д.140

В продаже шубы от известных производителей
Каждую субботу: полное обновление товара, скидки 10% 30% 50%

Графическая ЯИ (обыгрывание аббревиатуры)

«Экспрессивная функция использования аббревиатуры в данном случае заключается в привлечении внимания к названию компании «МТС» через её расшифровку нестандартным образом» .



Орфографическая ЯИ
(нарушение в написании согласных)



Игрой является и использование цифры «7»
(частичное сходство звучания).

Но такие безобидные игры вызывают тревогу исследователей, так как эта ошибка вполне может закрепиться в сознании читателей и повториться в отнюдь не игровой ситуации.

Морфологическая ЯИ

(создание степеней
сравнения
относительных
прилагательных)

Модем и тариф

790 руб.

Самый летний Интернет

- Мобильный USB-модем с поддержкой 3G
- Тарифный план с выгодной ценой на Интернет-трафик
- Опции безлимитного Интернета
- 100 МБ в качестве стартового баланса
- Скидка 50% на Интернет на 24 или 48 часов
- Автоматическая установка и настройка оборудования



Подарок к МТС Интернет включает USB-модем МТС Интернет, тарифный план МТС Интернет-2 со стартовым балансом 100 МБ. Скидка действительна до 30 июня 2010 года. Подробности на сайте www.mtc.ru. Скидка распространяется на тарифы МТС Интернет-2 и МТС Интернет-3. Подключение и настройка оборудования производится бесплатно.

Словообразовательная ЯИ

Новообразование на

-мания

(иностраный элемент).

Способ суффиксальный.



Alpen Gold
CHOCOLATE

100 000
гарантированных
призов
акция

Шоколадомания-2

www.kraftfoods.ru
8 800 100 10 80

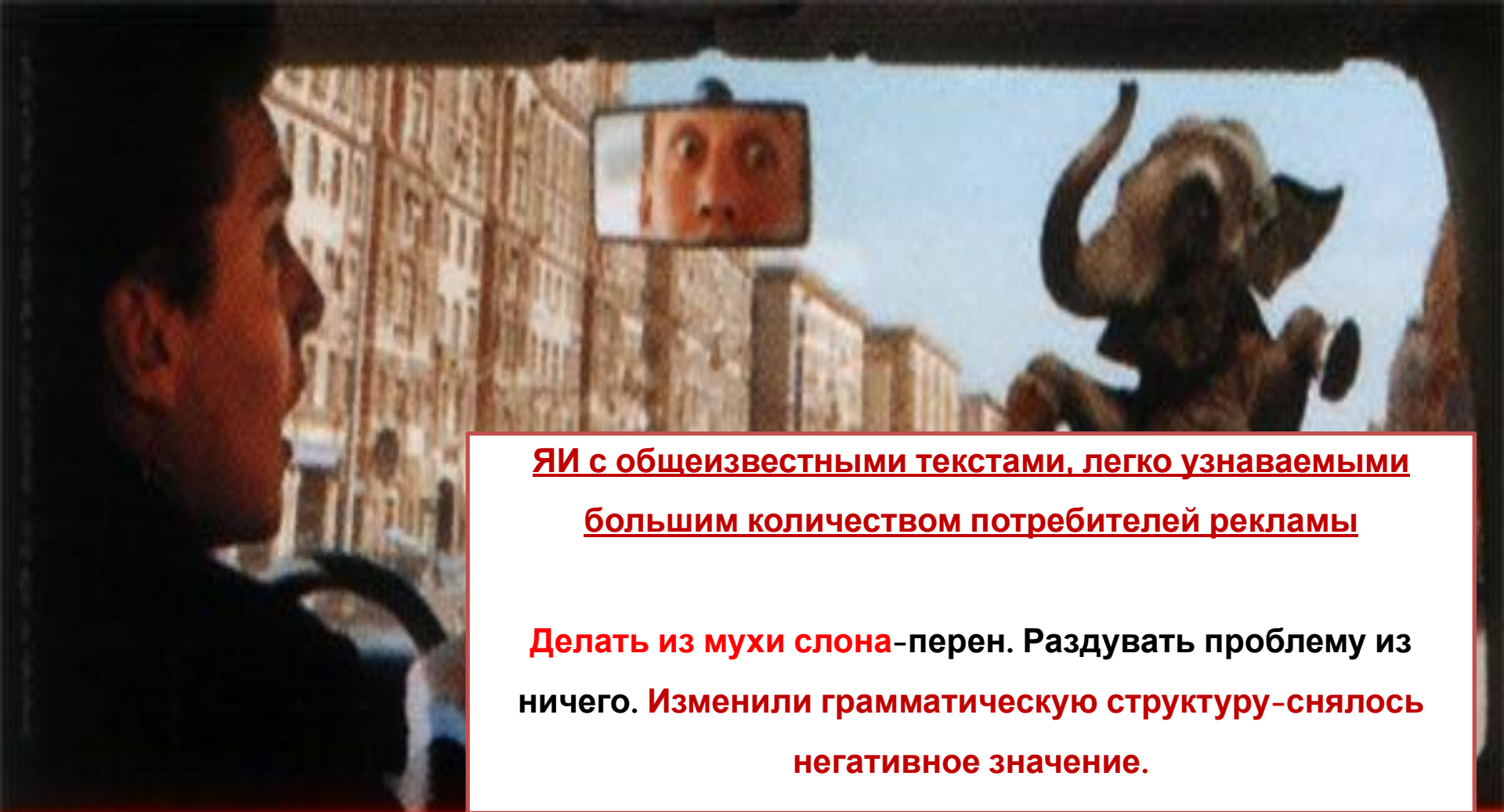
Пришли 9 упаковок от шоколада Alpen Gold на а/я Alpen Gold до 15 мая 2008 года и получи модную сумку для покупок!

KRAFT Kraft Foods

Словообразовательная ЯИ



**На образование междометия
повлияло аналогичное
словообразование: скок, прыг, чмок**



ЯИ с общеизвестными текстами, легко узнаваемыми
большим количеством потребителей рекламы

Делать из мухи слона-перен. Раздувать проблему из
ничего. **Изменили грамматическую структуру-снялось**
негативное значение.

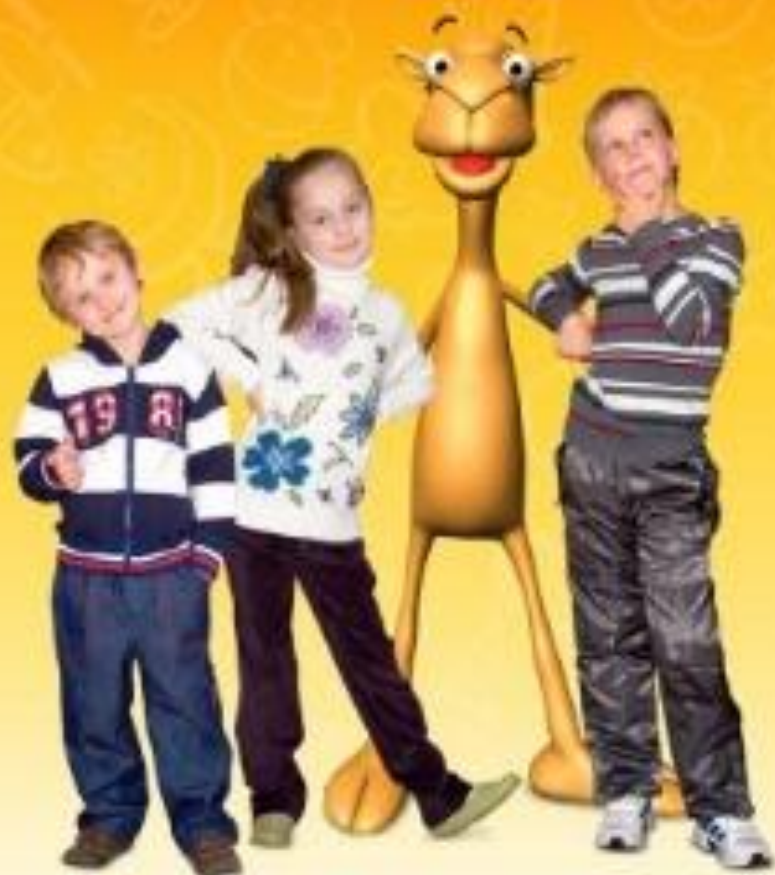
Сделаем из слона муху
АльфаСтрахование 788-0999

АС
АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ

Все будет

Coca-Cola®

ВМЕСТЕ ВЕСЕЛО РАСТИ!



**ОРАНЖЕВЫЙ
ВЕРБЛЮД**

www.orangecamel.ru

ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ!

Оранжевый верблюд приглашает Вас
к сотрудничеству.

Мы работаем на рынке с 2005 года
и предлагаем коллекционную одежду для детей
от 1 до 12 лет оптом в среднем ценовом сегменте.

В нашем ассортименте представлена
верхняя одежда, трикотажные и вязаные изделия
— всего около

1000 моделей детской одежды, из них
более 500 - модели коллекций нового сезона!

Вся одежда "Оранжевый верблюд"
сертифицирована и имеет русифицированную
этикетку со штрих-кодом.

**ОРАНЖЕВЫЙ®
ВЕРБЛЮД**

www.orangecamel.ru

Органический текстиль. Производство одежды для детей от 1 до 12 лет. Страна-производитель: Беларусь. Т.п. Белоруссия, 2014
тел.: +375 (29) 26 30 12 (многоканальный), +375 (29) 26 30 13 (информационный)
Сайт: www.orangecamel.ru, info@orangecamel.ru



Я для тебя роллы сверну!

**Школа
японской
кухни**



ЯНДЖАХАТА
НАЦІОНАЛЬНА МЕРЕЖА СУШИ-БАРИВ

ПОЛНОЕ СОБРАНИЕ

Мебели



14
лет
на рынке

**КРАСНАЯ
ГОРА**

сеть мебельных салонов

Дмитровское шоссе, д. 5/1
Нахимовский проспект, д. 24, «Экспострой»

www.kgora.ru



590 р.



Детская обувь – 390 руб., мужская – 590 руб.,
женская – 590 руб. Количество товара ограничено.
Изображение товара может не соответствовать
представленному в магазинах.
Предложение действительно на момент
эспонирования. Подробности у продава-
юще-консультантов в магазинах «МОНРО».

ОБУВНЫЕ СУПЕРМАРКЕТЫ
МОНРО



ПЕТЕРБУРГ
ОБЪЕДИНЯЕТ
ЛЮДЕЙ

УВАЖАТЬ,
НЕЛЬЗЯ
ПРЕЗИРАТЬ



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ СОТРУДНИЧЕСТВА

8121 06-000

© News

30 104



Фильм «Бриллиантовая рука» 1968 г., реж. Л. Гайдай.

Результаты лингвистического наблюдения

Языковая игра – это не злокачественное нарушение языковых и речевых норм.

Использование языковой игры в рекламном тексте – это достоинство рекламного текста, это художественность, которая работает на продаваемость.

Но огорчает, что в некоторых рекламных текстах с языковой игрой встречаются орфографические и пунктуационные ошибки, что сводит эффект от использования языковой игры практически к нулю.





Безобидные языковые игры, в основе которых лежит «неправильность», **могут способствовать** тому, что «ошибка» закрепится в сознании читателей и повторится в отнюдь не игровой ситуации.

Хотя **всё зависит от потребителя:** от его грамотности, владения языковой нормой, от объёма словаря и т. п.



Глава VII



Игра или ошибка?

Аномалия или норма?



Языковая игра (ЯИ)

Ошибка

ЯИ – это нарушение языковой нормы сознательное, намеренно допускаемое

Ошибка – это нарушение языковой нормы бессознательное

ЯИ – это не злокачественное нарушение языковой нормы

Ошибка – это злокачественное нарушение языковой нормы

ЯИ не нарушает права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы

Ошибка нарушает права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы

ЯИ = профессионализм + творчество

Ошибка - это отсутствие профессионализма

ЯИ позволяет создавать красивые, яркие и точные образы, оставаясь в рамках существующего русского языка, не вульгаризируя его англицизмами, жаргонными словами и разговорной речью низкого уровня

ЯИ позволяет потребителю видеть «ошибки» и воспринимать их как языковую игру, оригинальную, неповторимую и занимательную, понимая её и поддерживая

ЯИ – это результат речетворчества, которое себе могут позволить люди, хорошо владеющие языком

Ошибки - грубые нарушения правил грамматического строя, лексической сочетаемости, стилистических норм русского языка. Безграмотные, неточные (вплоть до двусмысленных) и неряшливые выражения не позволяют создавать красивые, яркие и точные образы

Ошибки вызывают у потребителей рекламы недоумение и осуждение

Ошибки – это результат низкого уровня образования производителей рекламы, свидетельство низкого уровня владения нормами правильной и красивой русской речи

ЯИ вызывает доверие к рекламе, хорошо характеризует рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей

Ошибка подрывает доверие к рекламе, вызывает сомнение в истинности её, негативно характеризует рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей

ЯИ (её использование в рекламном тексте) не нарушает закон, который стоит на страже государственного языка РФ в деятельности создателей рекламы

Ошибки в рекламном тексте – это нарушение закона, и потому их наличие заставляет еще и еще раз обратить внимание государства на деятельность копирайтеров и усилить контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе и о государственном языке Российской Федерации

ЯИ способствует продаваемости

Ошибки не способствуют

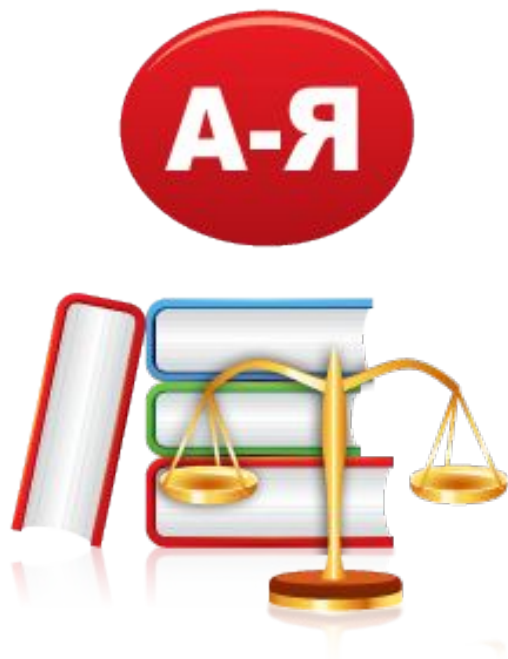
продаваемости, а иногда и приводят к щербу

ЯИ в рекламном тексте - норма

Ошибка в рекламном тексте -



Языковая игра – это норма для рекламного текста, потому что важной особенностью языковой игры является **оригинальность, неповторимость и занимательность**, что и способствует продаваемости рекламного текста.



Ошибки в рекламном тексте – это нарушение закона.

Глава VIII

Обзор использованной литературы



С.В. Ильясова, Л.П. Амири

ЯЗЫК СМИ И РЕКЛАМЫ

Игра как норма
и как аномалия

ФЛИНТА НАУКА



Максим Кронгауз
Русский язык
на грани нервного
срыва 3D

Соборус

НОВОЕ ИЗДАНИЕ
С ВИДЕОЛЕКЦИЯМИ АВТОРА НА DVD

РЕКЛАМНЫЙ ДИСКУРС И РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ

ФЛИНТА НАУКА

Сергей Иванович
ОЖЕГОВ

Новые
словари

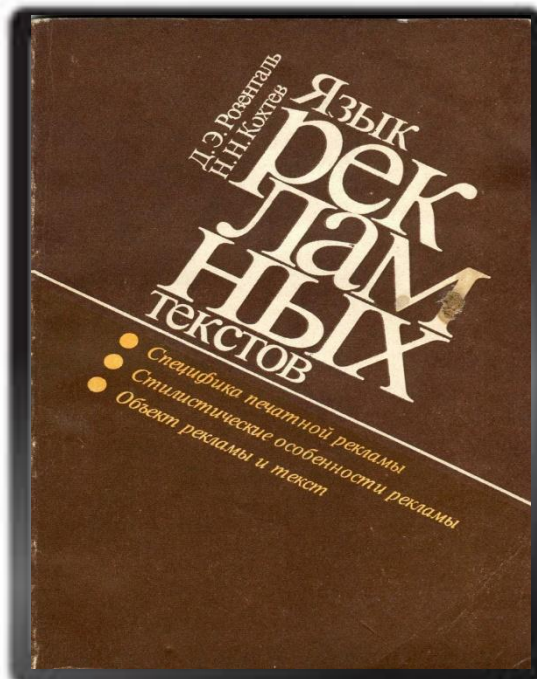
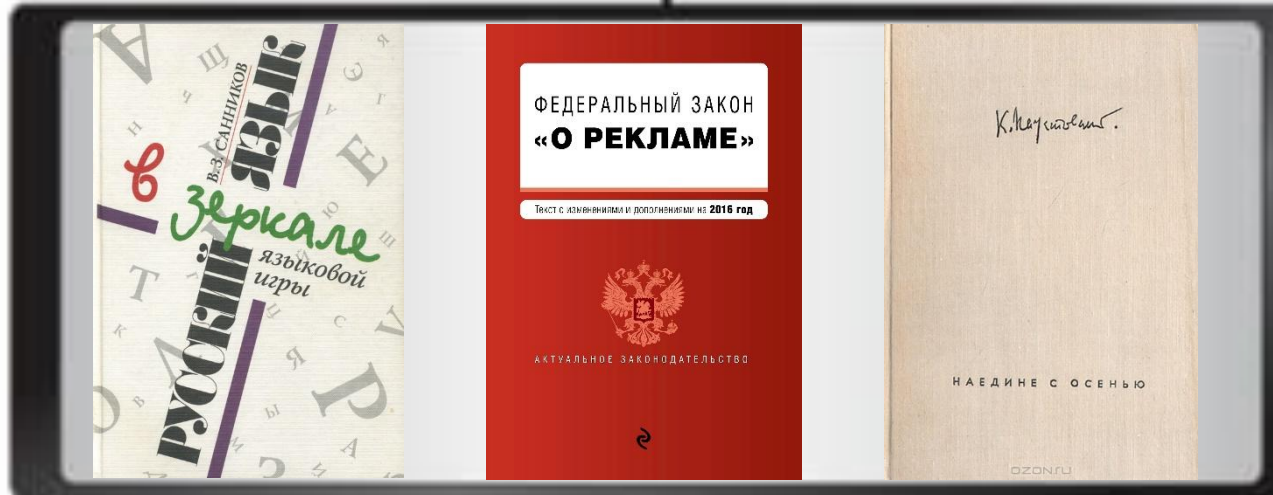
Толковый СЛОВАРЬ русского языка

100 000

слов, терминов
и выражений

НОВОЕ ИЗДАНИЕ

www.oz.by



Download more graphics at www.psdgraphics.com

Заключение



К сожалению, сегодня **художественная литература перестает играть роль законодателя языковой моды**, эту роль начинают играть СМИ и реклама. Именно **язык рекламы сегодня стал зеркалом состояния современного русского языка.**



Сегодня необходимо изучать рекламу, чтобы выявить её позитивное и негативное влияние и чтобы предложить тактику защиты от её влияния на общество.



Никогда не создавайте такую рекламу, которую вы бы не хотели, чтобы увидела ваша семья. Вы не стали бы лгать собственной жене. Не лгите и моей.

Дэвид Огилви

Секрет любой оригинальной рекламы не в новых словах и картинках, а в создании новых взаимосвязей из знакомых слов и картинок.

Лео Бернетт



Список использованной литературы



1. Бондаренко А. А. КАК ГРАМОТНО? Для тех, кому не всё равно : краткий справочник по русскому языку в вопросах и ответах. – Ростов н/Д : Феникс, 2013.
2. Ильясова С. В. Язык СМИ и рекламы: игра как норма и как аномалия / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2016.
3. Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва. 3D (+DVD). Издательство: Corpus, 2013 г. - 480 с.
4. Кузьмина С. М. Активные процессы в области русского письма // Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX-XIX веков / Ин-т рус. яз. В. В. Виноградова РАН. М., 2008.
5. Розенталь Д. Э., Кохтев Н. Н. Язык рекламных текстов: учеб. Пособие для факультетов журналистики вузов. М., 1981.
6. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. 2-е изд., испр. и доп. М., 2002.
7. Середа К. Н. «Справочник по рекламе»: Ростов на Дону, изд. Феникс, 2014 г.
8. Федосеева А. В. Графические игры в аббревиации // Русский язык: исторические судьбы и современность. III Междунар. Конгресс исследователей рус. языка (Москва, МГУ им. М. В. Ломоносова, филол. Фак-т, 20- 23 марта 2007 г.): Труды и материалы / сост. М. Л. Ремнева, А. А. Поликарпов. – М.: МАКС Пресс, 2007.
9. Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева. - 2-е изд., стереотип. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2013.
10. «Федеральный закон «О рекламе» с изменениями и дополнениями на 2016 г.» Редактор: Меркурьева А. Издательство: Эксмо - Пресс, 2016 г. – 64 с. Серия: Актуальное законодательство.

11. Арватов Борис. Речетворчество

http://bookz.ru/authors/boris-arvatov/re4etvor_758/1-re4etvor_758.html

12. Горбаневский М. В., Караулов Ю. Н., Шаклеин В. М. НЕ ГОВОРИ ШЕРШАВЫМ ЯЗЫКОМ (О нарушениях норм литературной речи в электронных и печатных СМИ)

http://www.gramota.ru/biblio/research/rubric_370/

13. Ильясова, Светлана Васильевна. Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ тема диссертации и автореферата по ВАК 10.02.01, доктор филологических наук

<http://www.dissercat.com/content/slovoobrazovatel'naya-igra-kak-fenomen-yazyka-sovremennykh-smi>

14. Ожегов С. И. «Словарь русского языка» (1949, 22-е издание, 1990; с 1992 – «Толковый словарь русского языка», совместно с Н. Ю. Шведовой). <http://www.ozhegov.org/>

15. Паустовский К. Г. Наедине с осенью. (Статья «Поэзия прозы»)

<http://ruslit.traumlibrary.net/book/paustovskiy-naedine/paustovskiy-naedine.html#work002001>

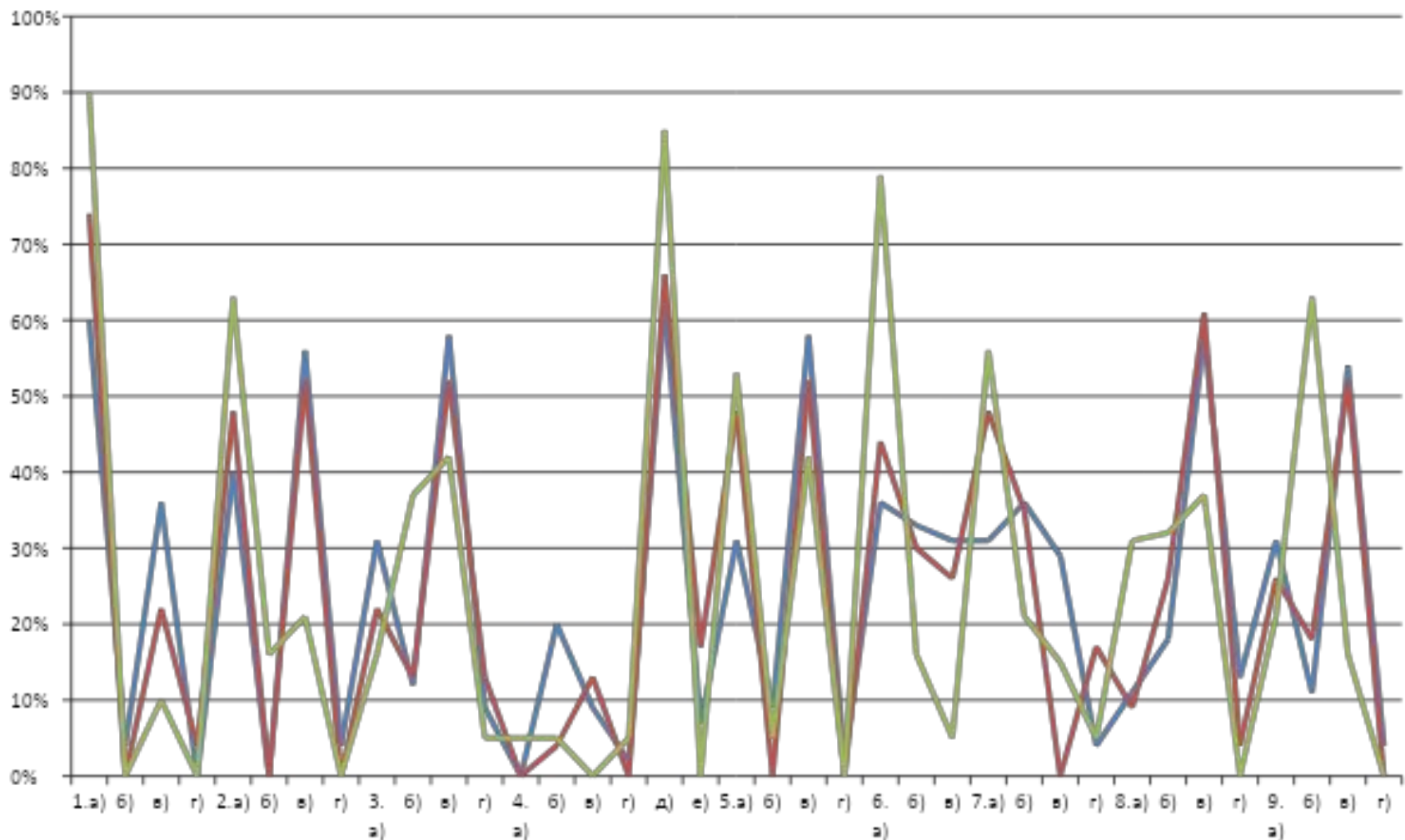
16. Опечатки, за которые пришлось заплатить невероятно дорого

<http://ibigdan.livejournal.com/12799217.html>

17. Цитаты великих рекламистов

<https://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/citaty-velikih-reklamistov-184505/>

Результаты опроса на тему «Язык рекламы»



— 7,8 класс (45 чел.)

— 10 класс (23 чел.)

— Взрослые (>40лет., 19чел.)



