

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.

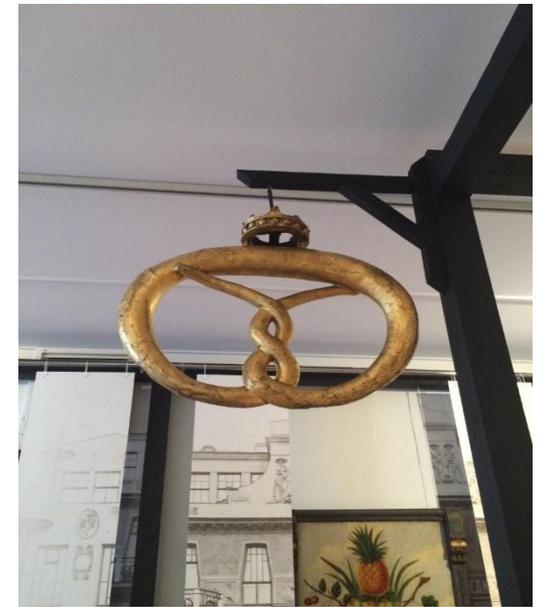


# Глава I

## Из истории рекламы

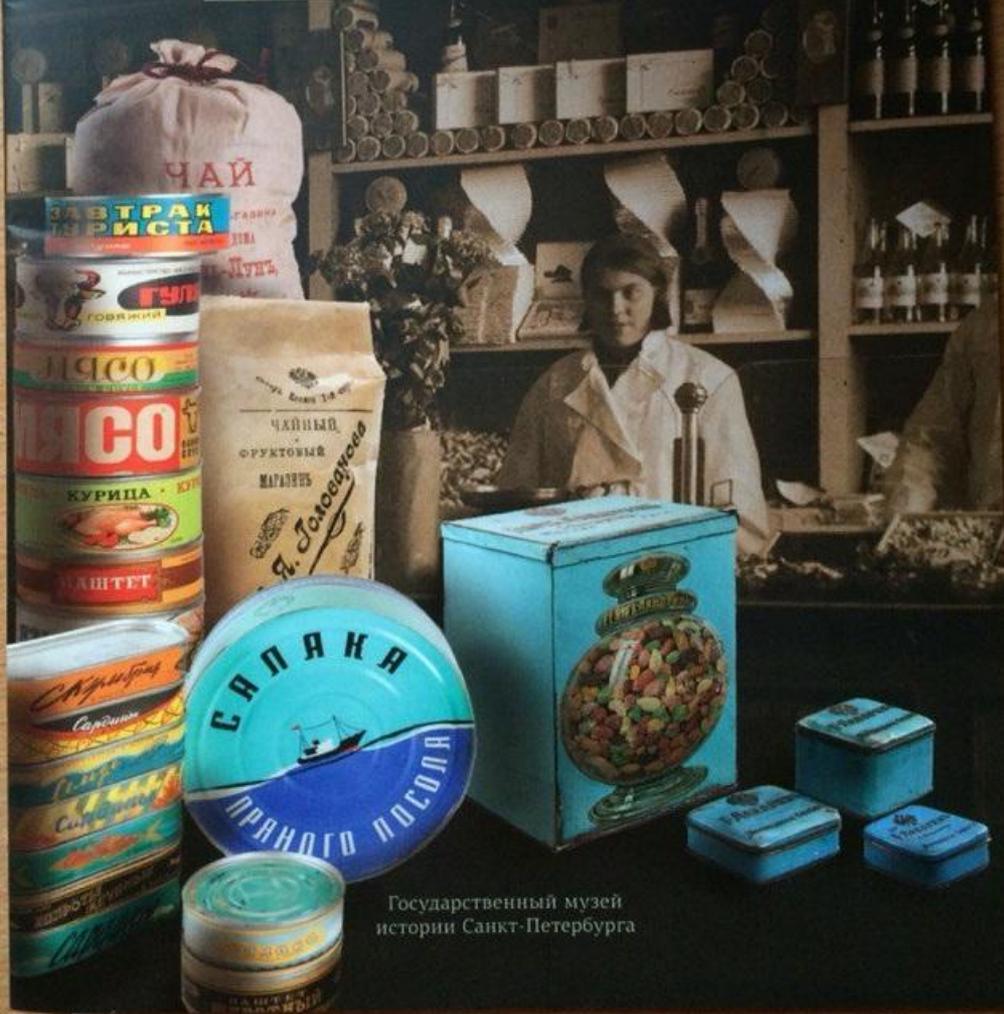






# ТОВАР ЛИЦОМ — ЛИЦО ТОВАРА

РЕКЛАМА И УПАКОВКА В ПЕТЕРБУРГЕ



Государственный музей истории Санкт-Петербурга



*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



РЕКЛАМА

Реклама в СМИ

Журналы

экономические



Наружная

Прямая

реклама по почте ( direct mail )

рекламные материалы, вручаемые лично

раздаваемые бесплатно ( рекламные газеты, листовки, сувениры )

Вывески магазинов

Щиты с информацией



Insert

Hand icon

T icon

Eraser icon

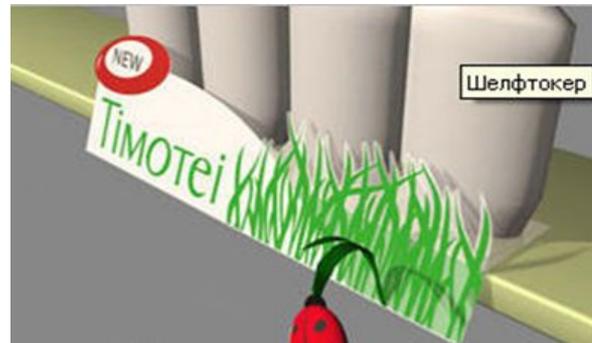
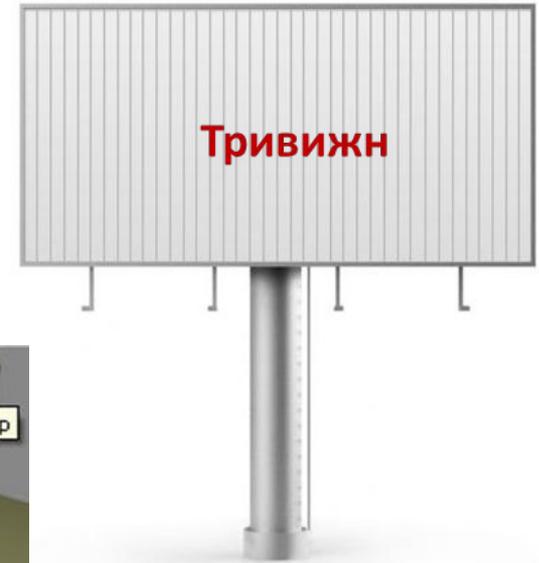
Circle icon

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.*

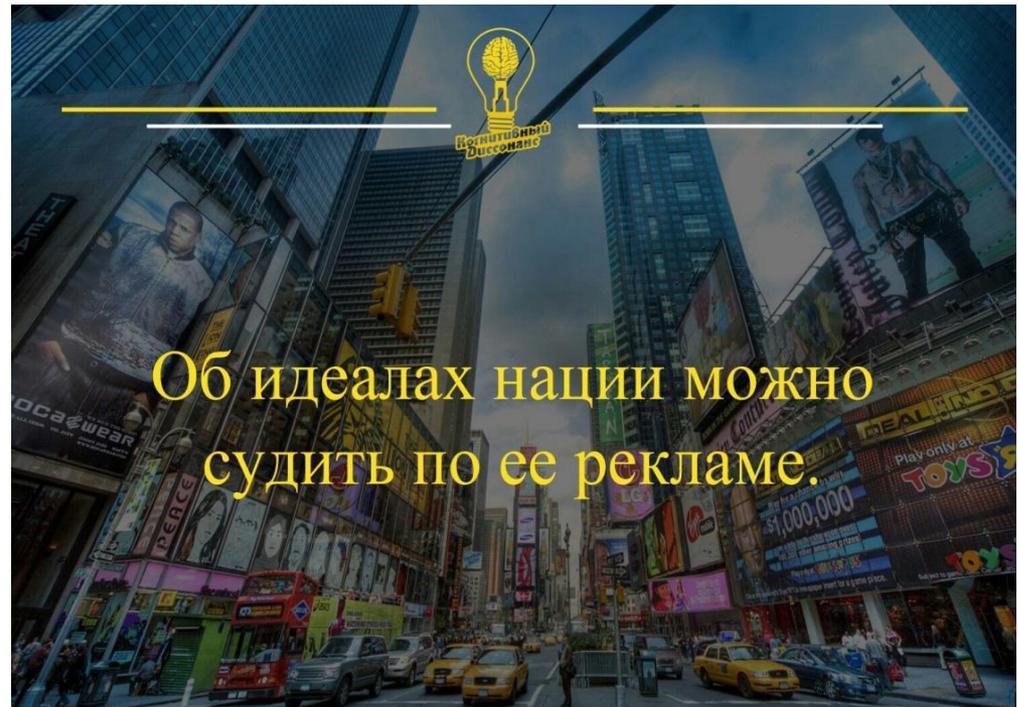


«...защита  
носителей»



от нас, его

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.

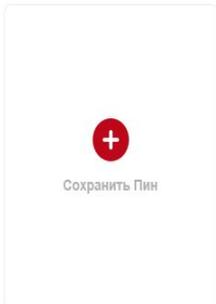




Поиск



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

1



Сохранено: илья

1



Сохранено: илья

1



Орфографическая ошибка.

1



Сохранено: илья

1



+

1

2



Pinterest

Язык рекламы (ошибки и языко...



Язык рекламы (ошибки и языко...



Сохранено: илья

1



Сохранено: илья

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

*Воздушный*

*Почувствуй как легко!*

*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 аллеламин. Обладает широким спектром  
противогрибкового действия. Оказывает фунгицидное  
действие в отношении дерматофитов, плесневых и  
некоторые диморфных грибов.

**ФУНГОТЕРБИН**  
НИЖФАРМ

**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!



Canon



~~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 / Баримтатан өйдүн аягына дейін жарамды:  
Номер партии / Партиялык номер:

10 2016

L 52780968

1150 1010

# КВАДРА



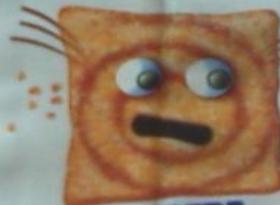
В ШОКЕ



РАЗДОЛБАЙ



ДИКИЙ



ЖЕРТВА



НЕНАСЫТНЫЙ  
МАНЬЯК



РЭПЕР ТИМОХ



БЕШЕНЫЙ



ОЧУМЕЛАЯ ПАРОЧКА



ПАРОЧКА



ЯНКИ, ДЕТКА...



ОМГ!

БЕЗБАШЕННЫЕ КВАДРЫ В ГОРОД



Instagram

instagram.com/cinnimol

**MINIS**

**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.

# Орфографическая

Неуместное использование кириллицы,

старорусской графики.

Стремление к письменной архаике в данном случае

ничем не оправдано.

Это **графическая вольность**,  
**«безграмотное щеголяние дореформенной графикой»**.

**Коммерсант** (от фр. *commerçant*, лат. *commercium* — торговля)

# Коммерсант

Санкт-Петербург spb.kommersant.ru Среда 7 апреля 2014 №462 (№2301 с момента возобновления издания)

Михайлу Лесину нашли хорошую должность

Михаил Ходорковский защитил адвокатов

Юрий Лужков назвал причину гибели «Трансваля»

Минкультуры

## Герман Греф оказался вне конкуренции

Идея удвоения ВВП получила оригинальное развитие



Вопросы на заседании конференции «Кризис в экономике России: как справиться с вызовами» в Москве и Петербурге. В центре — глава Сбербанка Герман Греф. Слева — губернатор Московской области Андрей Воробьев, справа — губернатор Ленинградской области Валентин Матвиенко. Фото: Александр Сидоркин / ИТАР-ТАСС



# Коммерсантъ

Украина

Украина: в Крыму пытаются использовать все возможности для разрешения конфликта в Крыму. Среда 12 марта 2014 www.kommersant.ua №461 (№2960) Лыцанской и

Вопросы на заседании конференции «Кризис в экономике России: как справиться с вызовами» в Москве и Петербурге. В центре — глава Сбербанка Герман Греф. Слева — губернатор Московской области Андрей Воробьев, справа — губернатор Ленинградской области Валентин Матвиенко. Фото: Александр Сидоркин / ИТАР-ТАСС

В Украине может снова появиться Национальная гвардия, которая заменит собой вступившую в войска МВД

Новый глава КИТА Владимир Владимирович не собирает их слагать с себя полномочия на одного депутата в

В столице открыта выставка «Посвящение

новости [2]

новости [3]

новости [3]

культуры

## Тень независимости

Депутаты ВС АРК одобрили суверенный статус Крыма



деловые новости	
(5)	С миру по миллиарду: Всемирный Банк уже поддерживает Украину
(6)	Все на связи: НОРСМ начала работу по внедрению 3G и 4G
(8)	Станут ли все: Страховщики могут перейти на общую систему налогообложения
(9)	Тендер в законе: ИФРТ предложил реформировать систему госзакупок
(7)	Министр вышел в поле: Игорь Шайба рассказал о ходе полевых работ и плане министерства

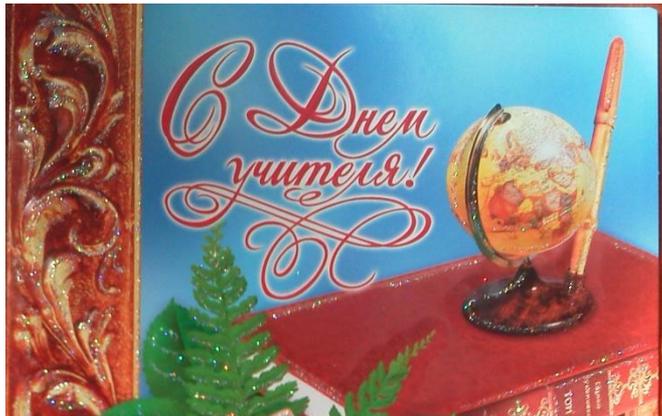


**Кириллица** - одна из двух (вместе с глаголицей) первых славянских азбук. Названа по имени славянского просветителя Кирилла.

## Речевая

Неуместное использование англ. hello







С Новым Годом!

С Новым годом!



Выбери Любовь

С 8 Марта



[www.Слюбывьювсердце.РФ](http://www.Слюбывьювсердце.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 17<sup>00</sup>  
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<sup>у</sup>слава



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? Делайте покупки и экономьте!

БЕСПЛАТНО!

ЧТО ТАКОЕ SHOPPING SHERLOCK?

Посмотрите это видео и вы все поймете!

Смотреть видео

ВХОДИТЬ

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

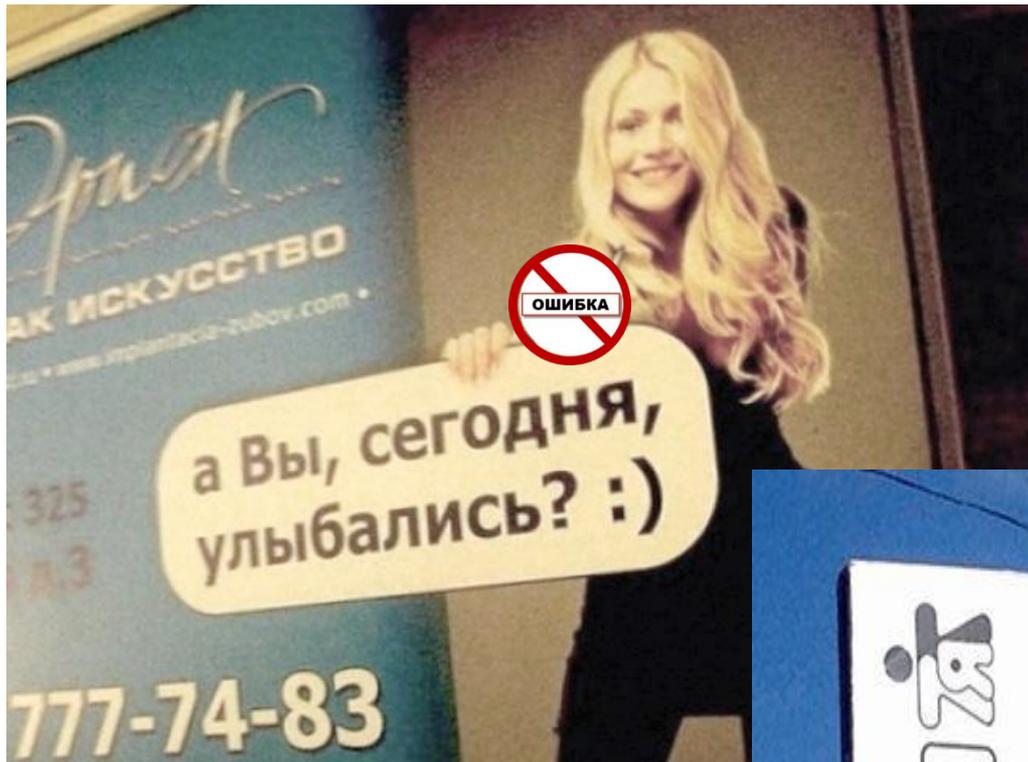
LOGO

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.





# 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 |





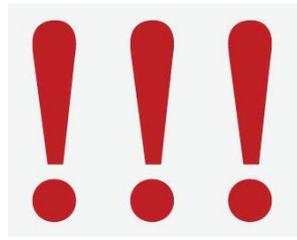
## Результаты лингвистического наблюдения



- 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?**



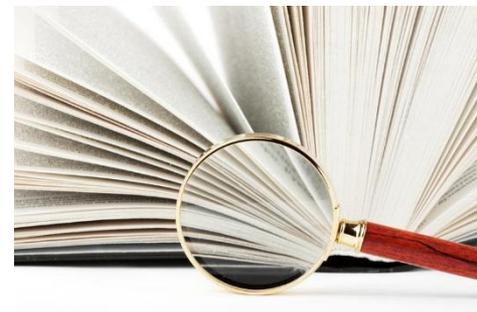
## Глава VI

### 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



Сильно





**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](http://koleso-kafe.ya.ru)  
[koleso.kafe@yandex.ru](mailto: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.

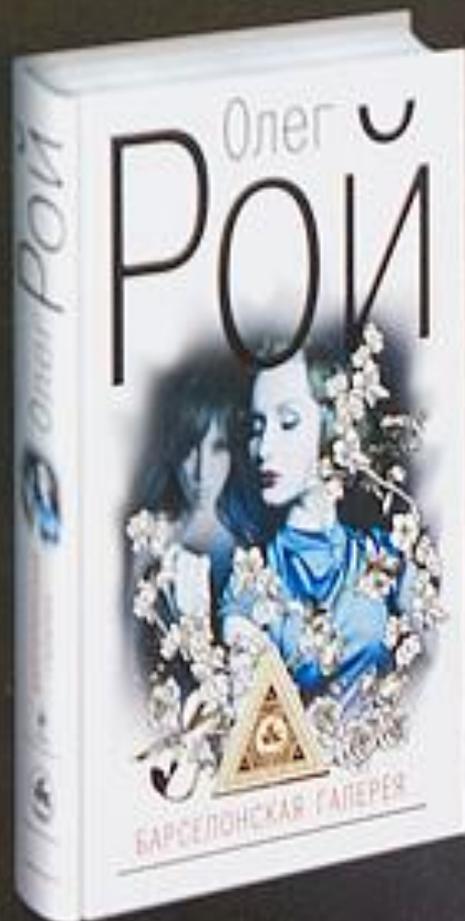
**ДАЙ**

**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



Новый магазин!

Смешные цены!

**BOVA!**

**СЕКОНД**

**ХЕНД**

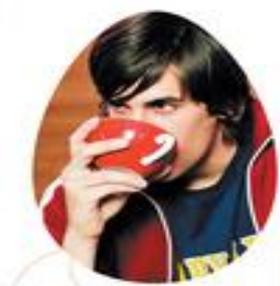
Ленинский пр., д.140

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

02.01.2012

## 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](http://www.mtc.ru). Скидка действительна до 30 сентября 2010 г. на тарифах «МТС Интернет-2» и «МТС Интернет-3» при наличии тарифной привязки к МТС Интернет.

## 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

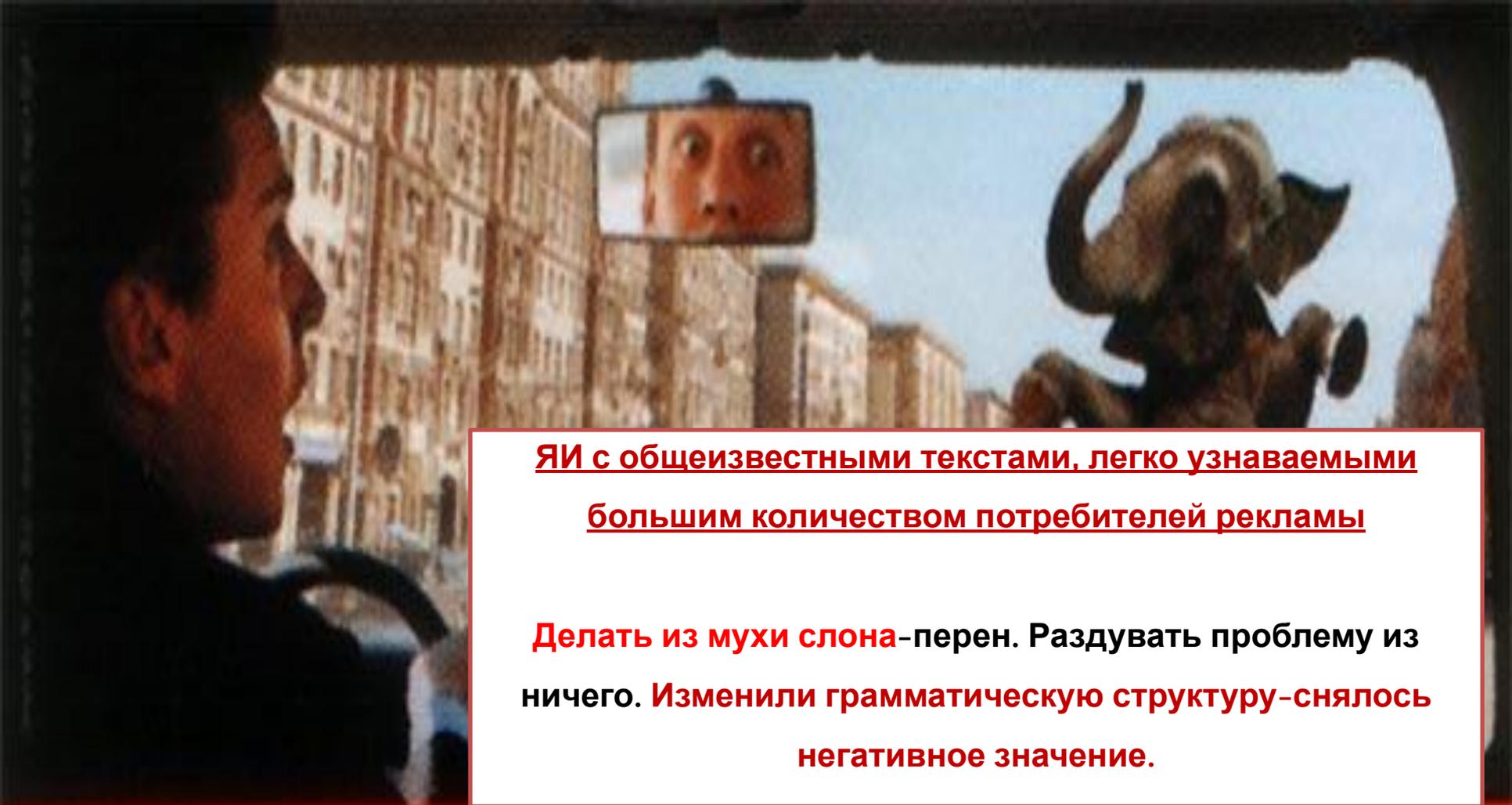
Пришли 9 упаковок от шоколада Alpen Gold на а/я Alpen Gold до 15 мая 2008 года и получи модную сумку для покупок!

**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](http://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](http://www.orangecamel.ru)

Органический текстиль. Производство одежды для детей от 1 до 12 лет. Страна-производитель: Китай. Адрес: 410000, Пензенская область, г. Пенза, ул. Коммунаров, 10/1  
т. 8 (495) 146-30-12 (многоканальный), ф. 8 (495) 146-30-13 (информация)  
Сайт: [www.orangecamel.ru](http://www.orangecamel.ru), [info@orangecamel.ru](mailto:info@orangecamel.ru)



# 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](http://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-  
тельно-консультантов в магазинах «МОНРО».

ОБУВНЫЕ СУПЕРМАРКЕТЫ  
**МОНРО**



ПЕТЕРБУРГ  
ОБЪЕДИНЯЕТ  
ЛЮДЕЙ

УВАЖАТЬ,  
НЕЛЬЗЯ  
ПРЕЗИРАТЬ



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ СОТРУДНИЧЕСТВА

8121 08-000

© 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**

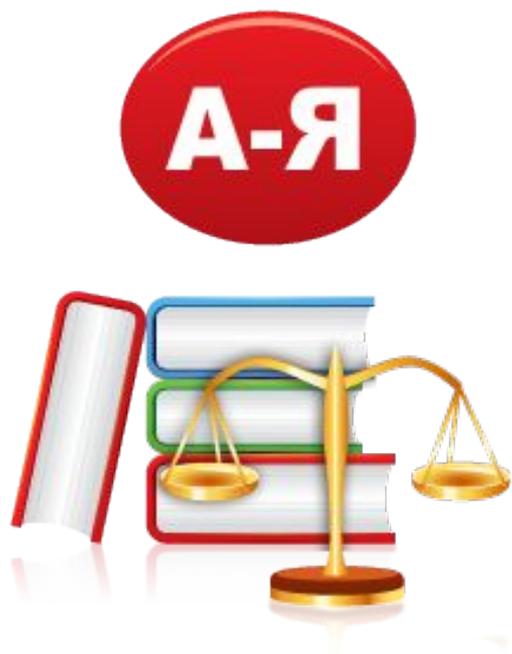
**продаваемости, а иногда и приводят к щербу**

**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

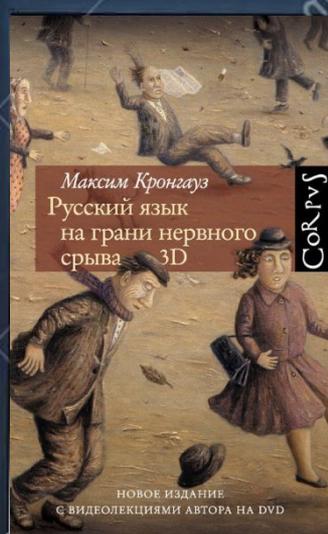


С.В. Ильясова, Л.П. Амири

## 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

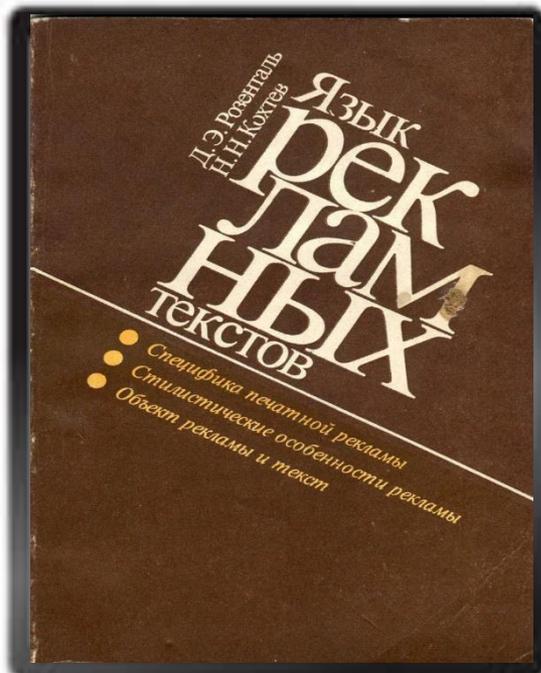
# Толковый СЛОВАРЬ русского языка

100 000

слов, терминов  
и выражений

НОВОЕ ИЗДАНИЕ

www.oz.by



Download more graphics at [www.psdgraphics.com](http://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](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/](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>

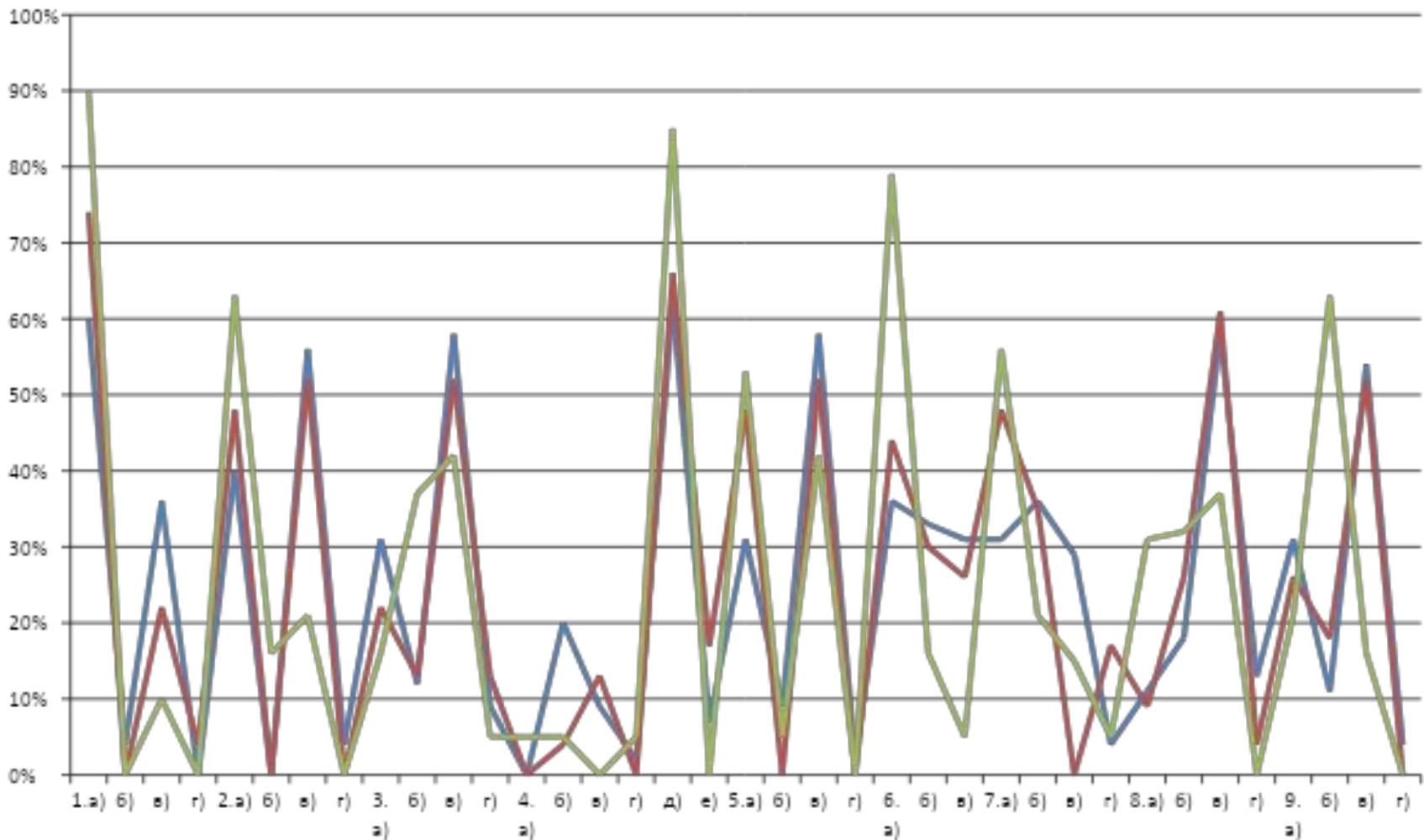
16. Опечатки, за которые пришлось заплатить невероятно дорого

<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 (>40 лет., 19 чел.)



