

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение

Лежневская средняя школа №10

(МБОУ Лежневская СШ №10)

Адрес: 155120, Россия, Ивановская область, п. Лежнево, пл. Советская, д.15,

тел. 8(49357) 2-11-78, Эл.почта : [LSchol10@yandex.ru](mailto:LSchol10@yandex.ru) Сайт: [www.lezhshkola10.ru](http://www.lezhshkola10.ru)

**Тема исследовательской работы  
по русскому языку  
" Лингвистические ошибки в рекламных  
вывесках г. Иваново : причины и цели "**

Автор: ученица 10"А" класса  
Супрун Алена Дмитриевна

Руководитель: Федотова Наталья Сергеевна,  
учитель русского языка

Ивановская область, п. Лежнево

2017г.

## Оглавление.

- I. Введение. Актуальность.
- II. Цель. Задачи.
- III. Из истории рекламы.....
- IV. Классификация ошибок.
  1. Орфографические ошибки в рекламных объявлениях.
  2. Пунктуационные ошибки в рекламных объявлениях.
  3. Грамматические ошибки в рекламных объявлениях.
  4. Лексические ошибки в рекламных объявлениях.
  5. Намеренные ошибки в рекламных объявлениях.
- VI. Возможные причины появления ошибок в рекламе.
- VII. Меры борьбы с ошибками.
- VIII. Заключение.
- IX. Список литературы.

## **I. Введение. Актуальность.**

Идея осветить данную проблему возникла в связи с бесчисленным множеством найденных нами ошибок в рекламных объявлениях г. Иванова и п. Лежнево: орфографических, пунктуационных, грамматических и речевых. По нашему мнению, большое количество прослушиваемой и просматриваемой рекламы не может не повлиять негативно на язык детей и подростков.

Молодёжь – это универсальный потребитель массовой информации и рекламы, что, безусловно, пагубно сказывается на устной и письменной речи большинства подростков.

Существует реклама, которая построена на принципе ошибки. Мы считаем, что создатель такой рекламы не уважает ни себя, ни людей. Ему важно прорекламить свой товар! Он уверен, что придумал оригинальный ход. Подобный приём обычно используют, чтобы привлечь внимание потребителя. Но, плохо владея нормами русской речи, рекламодатели часто попадают впросак, неточно, грамматически неправильно оформляя текст.

Мы протестуем против такого небрежного, невнимательного отношения к языку рекламодателей и призываем их задуматься о последствиях влияния безграмотной рекламы не только на обучающихся, ещё только овладевающих нормами русского литературного языка, но и на эстетические чувства владеющих им в совершенстве !

Все найденные речевые погрешности в текстах рекламных объявлений мы классифицируем по подгруппам: орфографические, грамматические, пунктуационные, речевые.

**II. Цель:** выявить орфографические, пунктуационные, грамматические и речевые ошибки в текстах рекламных объявлений г.Иваново и п.Лежнево.

### **Задачи:**

- 1) выявить и проанализировать ошибки, допускаемые в рекламе, частных объявлениях, на ценниках.
- 2) классифицировать ошибки и определить причины их появления.
- 3) разработать рекомендации по предупреждению ошибок.

**Гипотеза:** русское слово нуждается в контроле и коррекции.

**Основные методы и приемы:** сбор и обработка информации, работа с научной литературой.

### **III. Из истории рекламы.**

Уже в древности использовались самые простые рекламы. Сначала они носили только устный характер. Слово «реклама» по латыни звучит как «reclamare», что означает – «выкрикивать, объявлять».

Начиная с 6-ого тысячелетия до нашей эры, появляются письменные рекламы.

В 1839 году была изобретена фотография! Естественно, теперь рекламный текст начинают дополнять фотографиями.

В 1878 году один предприниматель, по фамилии Метцель, открыл фирму объявлений и выдвинул такой лозунг: «Объявление есть двигатель торговли».

Реклама прошла долгий и сложный путь собственной эволюции. Казалось бы, качество современной рекламы должно превосходить своих исторических предшественников! Однако мы наблюдаем обратный процесс, вследствие безответственного отношения к своей работе деятелей рекламы. Неужели орфографические, пунктуационные и речевые (стилистические) ошибки стали уже нормой! Для современных создателей рекламы зачастую важнее креативность мышления разработчика, эксклюзивные идеи, влияющие на восприятие рекламы потенциальным покупателем, чем грамотность и «добротность». Необходимо научить население видеть ошибки, понимать причины их появления.

#### **IV. Классификация ошибок.**

В соответствии с нормами современного русского языка ниже приводим классификацию основных видов ошибок.

**Орфографические ошибки** – это нарушение правил в написании слов.

**Пунктуационные ошибки** - это нарушение правил расстановки знаков препинания на письме.

**Лексические ошибки** – употребление слова в несвойственном ему значении .

**Грамматические ошибки** – нарушение грамматических норм образования языковых единиц и их структуры.

**Намеренные ошибки** - это специальные ошибки, которые делает сам автор рекламы.

## V. Исследование. Ошибки в рекламных объявлениях.

### 1. Орфографические ошибки в рекламных объявлениях.

| № | Текст объявления                                  | Место рекламы                             | Допущенная ошибка  |
|---|---|---|--|
| 1 | « 25 марта выставка-продажа пальто несостится!!!» | п.Лежнево, ДК                             | Не с глаголами пишется отдельно  |
| 2 | «Канц товары»<br>«Авто мойка»                     | Г.Иваново<br>Ост.Станционная<br>Пр.Ленина | Сложные имена существительные, образованные от подчинительного словосочетания, пишутся слитно                          |
| 3 | «Котлеты по киевски»                              | Г.Иваново<br>Ост.Станционная              | Наречия, образованные приставочно-суффиксальным способом при помощи приставки по и суффикса и , пишутся через дефис    |
| 4 | «Огурцы маринованные»                             | Г.Иваново<br>Ост.Станционная,<br>ларек    | В прилагательных на -ованный,- еванный, пишется –НН-   |
| 5 | «Матрасы»   | Г.Иваново Аксон                           | Матрацы  |
| 6 | «Зароботная плата 20% от выручки»                 | Г.Иваново<br>Ост.Станционная              | Слово «работа» пишется с буквой а  |
| 7 | «Кожанные куртки»                                 | Г.Иваново<br>Ул.Куконковых                | Прилагательное «кожаный» пишется с одной буквой н, так как оно образовано от существительного при помощи суффикса –АН- |

## 2. Пунктуационные ошибки в рекламных объявлениях.

Пунктуация - раздел науки о языке, в котором излагается система знаков препинания и правила их постановки.

| № | Текст объявления  | Место рекламы                | Допущенная ошибка                                  |
|---|---|------------------------------|--|
| 1 | « Мебель бытовая техника»   | Аксон г.Иваново              | Отсутствие запятой в сложно-сочиненном предложении |
| 2 | «Посуда подарки сувениры искусственные цветы»                           | Рынок г.Иваново              | Отсутствие запятой при однородных членах           |
| 3 | «За употребление пищи и напитков, принесенных с собой штраф 500 рублей» | г.Иваново<br>Ост.Станционная | Отсутствие запятой при причастном обороте          |
| 4 | «Антиквариат скупка продажа»  | Автовокзал<br>г.Иваново      | Отсутствие запятых при однородных членах           |
| 5 | « С наступающими праздниками дорогие ивановцы»                          | г.Иваново<br>Пр.Ленина       | Отсутствие запятой при обращении                   |
| 6 | «Тюль, портьеры готовые шторы покрывала аксессуары гардины»             | г.Иваново<br>Автовокзал      | Отсутствие запятых при однородных членах           |

### 3. Грамматические ошибки в рекламных объявлениях.

| № | Текст объявления  | Место рекламы                | Допущенная ошибка   |
|---|---|------------------------------|---|
| 1 | «При покупки тюли от 5 метров по 200 рублей пошив бесплатный» | Г.Иваново<br>Ост.Станционная | Существительное «тюль» мужского рода, следовательно : «при покупки тюля»              |
| 2 | «Сообщаем вам, об выступлением в силу новых пунктов»          | Г.Иваново<br>Пр.Ленина       | «Сообщаем вам о вступлении...»  |
| 3 | Пьяный выхухоль   | Г.Иваново                    | Существительное «выхухоль» женского рода, следовательно, правильно: «пьяная выхухоль» |

### 4. Лексические ошибки в рекламных объявлениях.

| № | Текст объявления | Место рекламы           | Допущенная ошибка                    |
|---|------------------|-------------------------|--------------------------------------|
| 1 | «Овоци, фрукты»  | Г.Иваново<br>Ул.Шубиных | Незнание лексического значения слова |

### 5.Намеренные ошибки в рекламных объявлениях.

Намеренное использование ошибок в рекламных объявлениях, на вывесках используется чаще всего для привлечения внимания потенциальных посетителей, для обращения внимания на заведение.

| № | Текст объявления | Место рекламы                         | Допущенная ошибка  |
|---|------------------|---------------------------------------|--|
| 1 | Аксессуары       | Г.Иваново<br>ТРЦ «Тополь»             | Смешение русского языка с английским   |
| 2 | Mandarin         | Г.Иваново<br>Ул. Парижской<br>Коммуны | Английскими буквами написано русское слово. Это называется «писать транслитом» |



|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| 3 | «ПравоведЪ»<br>«ЕрмакЪ»<br>«РыбаловЪ»<br>«ВинтрестЪ» | Г.Иваново<br>Киноцентр<br>Ул.Ермака<br>П.Лежнево<br>Ост.Станционная | Наличие ь знака на конце слова после твердого согласного |
| 4 | Текс Дизайн  | Г.Иваново<br>Текстиль профи   | Смешение русского языка с английским                     |
| 5 | Щастье   | Г.Иваново, пр.Ленина<br>(Киноцентральный)                           | Неверное написание словарного слова                      |
| 6 | БулоШная   | Г.Иваново,<br>ул.Красной Армии                                      | Смешение орфоэпии с орфографией                          |

## **VI. Возможные причины появления ошибок в рекламе.**

Подобные примеры рекламной безграмотности свидетельствуют о низкой культуре создателей данных текстов, незнании орфографических правил, отсутствии практических навыков, не владение синтаксическим и смысловым разбором предложения, незнанием лексического значения слов, незнанием норм лексической сочетаемости, ограниченностью словарного запаса, незнанием норм лексической сочетаемости, ограниченностью словарного запаса.

## **VII. Меры борьбы с ошибками.**

Во-первых, нужно привлекать филологов для корректорской работы в рекламные агентства и типографии.

Во-вторых, учащимся и всем нашим гражданам следить за чистотой своей речи и грамотным правописанием, помогать в этом родным, друзьям, знакомым; корректно исправлять услышанные или увиденные ошибки; чаще заглядывать в орфографический словарь.

## **VIII. Заключение.**

Проанализировав собранный материал по заданной проблеме, мы выяснили, что ошибки в наружной рекламе, связанные с нарушением орфографических, пунктуационных, грамматических норм, - результат безграмотности «авторов».

Выявленные ошибки связаны с безответственным отношением рекламодателей к своей работе.

Создатели рекламы часто игнорируют широкую возможность использования знаков препинания, т.е. не расставляют их в сложных предложениях, при однородных членах, в предложениях с обособленными членами предложения, с обращениями, что скорее всего, является следствием незнания пунктуационных норм или нежелания «утяжелить» текст.

Речевые (стилистические) ошибки, в основном, допускаются вследствие незнания правил русского литературного языка.

**IX. Список литературы.**

1. Учебник русского языка Д.Е.Розенталь
2. Грамматический справочник по русскому языку