Введение

Настоящее исследование посвящено изучению орфографических ошибок в рекламных объявлениях в печатных изданиях.

Появление новых более совершенных средств массовой коммуникации дало возможность рекламе достигнуть гигантских масштабов.

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.

Цель рекламы – донесение информации от рекламодателя до целевой аудитории. Задача рекламы – побудить представителей целевой аудитории к действию (выбору товара или услуги, осуществлению покупки и т.п., а также формированию запланированных рекламодателем выводов об объекте рекламирования).

По месту и способу размещения существует следующие виды рекламоносителей: телевизионная, радио, печатная, наружная, при справочном обслуживании, транспортная, реклама в кинотеатрах, прямая почтовая рассылка, Интернет-реклама, реклама в местах продаж, вирусная реклама [17].

Нас интересует печатная реклама. Одной из разновидностей рекламного текста являются рекламные объявления. Можно сказать, что они являются основной частью рекламной кампании. Назначение их вполне очевидно – они нужны для того, чтобы марка товара или услуги осела в памяти потребителя, и у него возникло желание купить то, что предлагает рекламодатель. Во многом успех рекламной кампании зависит от рекламных объявлений. Ведь рекламные объявления призваны обратить на себя внимание, заставить прочесть их [18].

Но нередко в текстах рекламных объявлений допускаются орфографические ошибки.

В современном обществе прослеживается тенденция к общей безграмотности населения. Незнание правил правописания приводит к тому, что всё чаще в рекламных текстах появляются орфографические ошибки.

В России существует большая проблема формирования грамотности населения. Средства массовой информации играют в наше время одну из главных ролей в развитии культуры речи, поэтому к ним предъявляются повышенные требования, особенно к печатным изданиям. В них должна прослеживаться правильная, грамотная речь, но часто мы наблюдаем обратное. Лингвисты уверены - орфографические ошибки затрудняют восприятие текста и мешают вникнуть в смысл предложения. Вспомните, как вы сами останавливаетесь, "спотыкаетесь", если видите неправильно написанное слово и пытаетесь понять смысл фразы.

Так как в настоящее время происходит падение грамотности, культуры письменной речи, тема данной курсовой работы является актуальной.

Объектом исследования в курсовой работе являются орфографические ошибки.

Предмет исследования - орфографические ошибки в рекламных объявлениях.

Цель данной курсовой работы состоит в том, чтобы выявить виды орфографических ошибок в рекламных объявлениях.

Для достижения поставленных в курсовой работе целей необходимо решить следующие задачи:

- охарактеризовать орфографию как науку;

- классифицировать орфографические ошибки и причины их появления;

- проанализировать рекламные объявления и выделить виды орфографических ошибок.

Цели и задачи определили структуру данной курсовой работы. Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Глава I Современная русская орфография

1.1 Орфография как наука

Орфография – это исторически сложившееся явление. Орфография занимает важное место в системе современного русского языка и в жизни грамотного человека. "Орфография – правописание, система правил, определяющих единообразие способов передачи речи (слов и грамматических форм) на письме" [7. С.19].

Иванова В.Ф. пишет: "Общественная функция орфографии проявляется в том, что единообразное написание слов, независимо от индивидуальных и диалектных особенностей произношения, облегчает пользование письменной речью. Правила орфографии включают выбор способов буквенного обозначения фонем и слов, а также употребление заглавных букв, перенос слов, их раздельное, слитное или полуслитное написание и др." [7. С.19].

Орфографическая система русского языка наиболее тесно связана с графикой – разделом языкознания, изучающим буквенную систему.

В основе современной русской графики лежит кириллица – азбука старославянского языка.

В начале XVIII века по распоряжению Петра Первого была введена так называемая гражданская азбука. По сравнению с кириллицей она характеризуется более простым начертанием отдельных букв и отсутствием ряда букв, которые в кириллице имели дублеты.

Русская орфография сложилась на основе старославянской орфографии и поэтому уже с самого начала расходилась со звуковым составом русского языка. Как система она начинает складываться в XVIII веке. Разработка системы продолжалась в XIX веке в многочисленных трудах по русской грамматике. Окончательно она была приведена в систему только в трудах академика Грота Я.К., в частности в его работе "Спорные вопросы русского правописания".

В 1917 году была проведена первая реформа русской орфографии.

В 1956 году был составлен новый свод – "Правила русской орфографии и пунктуации".

В 1996 году в журнале "Русистика сегодня" была опубликована статья членов Орфографической комиссии (статья "К лингвистическому обоснованию Свода правил русского правописания"), в которой сообщалось о том, что в Институте русского языка РАН завершена работа над новым "Сводом правил русского правописания". Необходимость нового Свода была вызвана, по мнению авторов, тем, что текст Правил 56-го года устарел и во многом не соответствует современному научному пониманию целого ряда явлений. В 2000 году был издан "Проект свода правил русского правописания". Хотя авторы утверждали, что новое издание Правил не содержит никаких изменений, затрагивающих основные принципы русского письма, и заметно упростит его, общественное мнение и мнение многих авторитетных русистов было иным [15. С.231]. Реформа правописания не получила поддержки. Преждевременным и даже незаконным, по мнению многих экспертов, было издание в 1999 году нового орфографического словаря под редакцией В.В. Лопатина, в котором предлагаемые изменения были зафиксированы и фактически приняли вид нормы [16].

Таким образом, современное русское правописание регулируется "Правилами русской орфографии и пунктуации" 1956 года.

Н.С. Валгина пишет: "Практическая роль орфографии – служить средством письменного языкового общения – делает орфографию социально значимой" [5. С.116].

Русская орфография складывалась в процессе длительного исторического развития, поэтому в ней довольно много написаний, уже не соответствующих ни основному её принципу, ни современному положению дел.

Орфография включает в себя несколько разделов.

П.А. Лекант выделяет в русской орфографии 5 основных разделов: "передача буквами фонемного состава слов; слитые, раздельные, дефисные (полуслитные) написания слов и их частей; употребление прописных и строчных букв; перенос части слова с одной строки на другую; графические сокращения слов" [8. С.145].

Разделы орфографии – это большие группы орфографических правил, связанных с разными видами трудностей передачи слов на письме. Центральным разделом является первый раздел.

Данные разделы объединяют в себе орфографические правила. Орфографическое правило – это инструкция, в которой указываются условия выбора правильных написаний (орфограмм) в словах [2. С.214]. "Условия выбора – это фонетические, словообразовательные, морфологические, синтаксические и смысловые особенности слов, которые определяют, что следует писать в том или ином случае" [2. С.214]. В орфографическом правиле комбинируется 2 - 3 и более условий выбора. Запомнить и понять орфографическое правило – это запомнить условия и понять их связь с правильным написанием.

Средства нашего письма позволяют передать звучание слова разными способами. Одни из них правилами графики и орфографии узаконены, другие запрещаются.

Орфограмма – это такое написание слова, которое выбирается из ряда возможных при одном и том же произношении и отвечает определённому орфографическому правилу [8. С.145].

На месте орфограммы может быть допущена орфографическая ошибка. Различаются теоретические и реальные, практические орфограммы.

Орфограммы могут быть нескольких типов:

1) та или иная буква в слове в соответствии с фонемой в сильной позиции: душонка – тушёнка; в слабой позиции: кот – год; наличие или отсутствие буквы: честный - тесный;

2) слитное, раздельное или дефисное написание слова: подорожник – по-дорожному, встарь – в старину;

3) строчная или прописная буква, начинающая слово: шарик – Шарик; все буквы в слове: вуз – МГУ;

4) перенос части слова с одной строки на другую: на – двинуть, но над – вязать;

5) графические сокращения: прил. – прилагательное; в/ч – войсковая часть [7. C. 145-146].

Хотя для орфографии является вполне естественным постоянное отставание от развития звуковой системы языка, действующие орфографические правила остаются одинаково обязательными для всех пишущих, т.к. только при этом условии возможно вполне свободное общение между членами общества при помощи письменной речи.

1.2 Орфографические ошибки

В русском письме встречаются такие случаи, когда написание слова вызывает затруднение. Выбрать правильное написание можно только опираясь на правило. Такое написание слова, которое соответствует определённому орфографическому правилу, называется орфограммой. Орфограммы бывают в разных частях слова, между частями слова и между словами. Орфограммы - буквы: приехал, разделить; расти, ложка; сучок, земляной; в поле, пашет. Орфограммы – дефисы, пробелы: кое-как; еле-еле; куда-нибудь, тёмно-зелёный; стол-то; принеси-ка; не друг (а враг), в одиночку; во-да.

Чтобы правильно писать, нужно уметь быстро находить то место, где возможна ошибка. Подумать, выбрать правильное написание, применяя орфографические правила.

Наиболее "опасны", требуют особого внимания при написании:

1. безударные гласные в корне, приставке, суффиксе, окончании;
2. гласные после шипящих;
3. мягкий знак на конце слова после шипящих;
4. приставки на -з (-с);
5. суффиксы существительных, глаголов, прилагательных и причастий;
6. не с различными частями речи и др. [1. С.17].

Причин появления орфографических ошибок несколько. Во-первых, неразличение звуков в слабых позициях. Во-вторых, не всегда возможно подобрать нужное проверочное слово: звук в слабой позиции нельзя соотнести со звуком в сильной позиции. В-третьих, трудности возникают из-за того, что связи между морфемами подчас бывают сложными, их не так-то легко установить.

Под орфографической ошибкой В.Ф. Мейеров понимает неправильный выбор знака из двух конкурирующих и выделяет следующие четыре типа орфограмм: "1) обозначение звуков в слабых позициях; 2) распределение буквосочетаний с функционально осложнённым компонентом (графические орфограммы); 3) обозначение согласных разной длительности; 4) слитные, полуслитные и раздельные написания слов (линейные орфограммы)"

Орфографические ошибки могут быть нескольких типов, каждый из которых связан с особым разделом орфографии:

1. Ошибки в написании гласных и согласных букв. К наиболее распространённым относят ошибки в написании:

а) безударных гласных в корне, проверяемых ударением: вада, порной, марской (норма: вода, парной, морской);

б) непроверяемых безударных гласных в корне: вакзал, сабака, мароз (норма: вокзал, собака, мороз);

в) гласных после шипящих и ц: жыл, цыфра, шол, щюплый (норма: жил, цифра, шёл, щуплый);

г) гласных в приставках пре- и при-: приодолеть, прикрасный, пребежать (норма: преодолеть, прекрасный, прибежать);

д) гласных в падежных окончаниях существительных: к тёти, о Марие, в тетраде (норма: к тёте, о Марии, в тетради);

е) гласных в личных окончаниях глаголов: строют, колят, возют (норма: строят, колют, возят);

ж) гласных в суффиксах существительных, прилагательных, глаголов: порожик, серебреный, беседывать (норма: порожек, серебряный, беседовать);

з) звонких и глухих согласных на конце и в середине слова: зуп, дуп, эгзамен, шупка (норма: зуб, дуб, экзамен, шубка);

и) согласных в приставках на -з, -с: безпричинный, изсохнуть (норма: беспричинный, иссохнуть);

к) двойных согласных: килограм, галлерея, артилерия (норма: килограмм, галерея, артиллерия);

л) твёрдых и мягких согласных: возми, баньтик (норма: возьми, бантик);

м) ь после шипящих: тучь, мыш, навзнич (норма: туч, мышь, навзничь);

н) разделительных ь и ъ: обезд, отъискать, медвежего (норма: объезд, отыскать, медвежьего).

2. Ошибки в слитном, раздельном или дефисном написании слова: Алмаата, в старь, подорожному, краснобелый (норма: Алма-Ата, встарь, по-дорожному, красно-белый).

3. Ошибки в написании строчных и прописных букв: киев, мхат, Масленица (норма: Киев, МХАТ, масленица).

4. Ошибки при переносе слова с одной строки на другую: я-ма, на-двязать, кос-тный (норма: яма, над-вязать, кост-ный).

5. Ошибки в графических сокращениях: существительное – су., суще., сельскохозяйственный – сель.-хозяй. (норма: сущ., с.-х.) и т.п. (6. С.431).

В появлении орфографических ошибок также можно выявить определённую систему, основанную на плохом знании пишущим опознавательных признаков орфограмм, типов написаний, регламентаций (или правил) выбора нормативного знака. Итак, орфографическая ошибка указывает на 1) незнание орфографических правил, и 2) отсутствие практических навыков. По первому признаку орфографическая ошибка отличается от опечатки, которая появляется в печатном тексте бессистемно.

Итак, орфографическая ошибка возникает в силу конкуренции буквенных и небуквенных знаков. Причины орфографических ошибок кроются в незнании системы орфографии, опознавательных признаков орфограмм.

Выводы по первой главе

Изучив теоретический материал, можно сделать следующие выводы:

Во-первых, орфография – это исторически сложившееся явление.

Орфография занимает важное место в системе современного русского языка.

Во-вторых, орфография включает в себя пять разделов: передача буквами фонемного состава слов; слитные, раздельные, дефисные написания слов и их частей; употребление прописных и строчных букв; перенос части слова с одно строки на другую; графические сокращения слов.

В-третьих, разделы орфографии объединяют в себе орфографические правила, в которых указываются условия выбора правильных орфограмм в словах.

В-четвёртых, орфограммы могут быть нескольких типов: та или иная буква в слове в соответствии с фонемой в сильной позиции; слитное, раздельное или дефисное написание слова; строчная или прописная буква, начинающая слово; перенос части слова с одной строки на другую; графические сокращения.

В-пятых, орфографические ошибки могут быть нескольких типов: ошибки в написании гласных и согласных букв; ошибки в слитном, раздельном или дефисном написании слова; ошибки в написании строчных и прописных букв; ошибки при переносе слова с одной строки на другую; ошибки в графических сокращениях.

Глава II Виды орфографических ошибок в рекламных объявлениях

2.1 Орфографические ошибки в текстах рекламных объявлений

В русском письме встречаются случаи, когда написание слова вызывает затруднение. Выбрать правильное написание можно только опираясь на правило. Но бывает, что пишущий не знает орфографических правил, и тогда он допускает орфографическую ошибку. Ошибки бывают нескольких типов: ошибки в написании гласных и согласных букв; ошибки в слитном, раздельном или дефисном написании слова; ошибки в написании строчных и прописных букв; ошибки при переносе слова с одной строки на другую; ошибки в графических сокращениях.

Проанализировав рекламные объявления, нами были найдены ошибки в написании гласных и согласных букв, ошибки в слитном, раздельном или дефисном написании слова, ошибки в написании строчных и прописных букв.

К наиболее распространённым ошибкам можно отнести группу ошибок в написании гласных и согласных букв.

В рекламных объявлениях можно выделить следующие виды ошибок: ошибки в правописании удвоенной н в причастиях.

"Патинирование кованных изделий" (см. Приложение 1 карточка 67) допущена ошибка в написании удвоенной согласной в суффиксе, так как у причастия нет зависимого слова, причастие не имеет приставки и причастие не образовано от глагола с суффиксом -ова-, -ирова-: "патинирование кованых изделий".

"Кованные решётки" (см. Приложение 1 карточка 59): в суффиксе причастия должна писаться одна буква н, так как нет зависимого слова, причастие не имеет приставки и причастие не образовано от глагола с суффиксом -ова-, -ирова-: "кованые решётки".

В этом же рекламном объявлении была допущена ещё одна орфографическая ошибка в написании двойной согласной в корне слова: "котеджей" (см. Приложение 1 карточка 59). В корне этого слова должна писаться удвоенная буква т: "коттеджей".

Часто допускается ошибка в написании удвоенной буквы в слове "рольставни". Некоторые пишут с удвоенной буквой л: "роллставни" (см. Приложение 1 карточки 69, 71, 72,73,74), а некоторые – с одной буквой л: "ролставни" (см. приложение 1 карточки № 70, 75).

К менее распространённым ошибкам в этой группе можно отнести ошибки в написании звонких и глухих согласных на конце и в середине слова.

Например, в словосочетании "коррекция ожибок" (см. Приложение 1 карточка 64), допущена ошибка в написании глухой согласной в корне слова: "коррекция ошибок".

К этой же группе можно отнести ошибки в написании твёрдых и мягких согласных.

В слове "нарущает" (см. Приложение 1 карточка 66) допущена ошибка в написании твёрдой согласной в корне слова: "нарушает".

Кроме того можно выделить группу ошибок в написании непроверяемых безударных гласных в корне.

В словосочетании "расчёт метериала" ( см. Приложение 1 карточка 58). допущена ошибка в при написании непроверяемой согласной в корне слова: "расчёт материала"

Кроме приведённой выше группы ошибок можно выделить группу ошибок в слитном, раздельном или дефисном написании слова.

Например, слово "начинают" должно писаться слитно, а в одном рекламном объявлении оно написано через дефис: "начина-ют" (см. Приложение 1 карточка 60).

Словосочетание "мастер-класс" пишется через дефис, а в объявлении оно написано раздельно: "мастер класс" (см. пПриложение 1 карточка 61).

Также в рекламных объявлениях можно выделить группу ошибок в написании строчных и прописных букв.

Например, в словосочетании "новый год" оба существительных должны писаться с прописной буквы: "Новый Год" (см. Приложение 1 карточка 68).

* 1. Орфографические ошибки, которые допускаются специально в текстах рекламных объявлений

Проанализировав тексты рекламных объявлений, мы заметили, что некоторые орфографические ошибки делаются рекламодателями специально для привлечения к их товарам или услугам большего внимания со стороны потребителей. И мы решили выделить такие ошибки в отдельную группу.

Например, в одном рекламном объявлении все названия улиц, торгового комплекса, торгового центра, торгового дома и универсального магазина написали со строчной буквы: "ул. революционная, тк влада, тц русь на волге, тд визит, у-г комсомольский" (см. Приложение 2 карточка 48). Правильно их все писать с прописной буквы, так как это имена собственные: "ул. Революционная, ТК "Влада", ТЦ "Русь на Волге", ТД "Визит", у-г "Комсомольский"".

В словосочетании "ТОЛЬЯТТИнские ОКНА" (см. Приложение 2 карточка 47), в словах ТОЛЬЯТТИ и ОКНА специально написаны все буквы прописные (для привлечения внимания), но их нужно писать полностью строчными буквами: "тольяттинские окна".

Чаще всего орфографические ошибки на месте орфограммы "строчная или прописная буква, начинающая слово или все буквы в слове" специально допускают в рекламных объявлениях об окнах: "ОКНА пластиковые" (см. Приложение 2 карточки 3, 4, 5, 38, 40, 44), "деревянные ОКНА" (см. Приложение 2 карточка 11), "городские ОКНА" (см. Приложение 2 карточка 37).

Так же часто такие ошибки допускаются в рекламных объявлениях о дверях: "балконные ДВЕРИ" (см. Приложение 2 карточка 15), "ДВЕРИ пластиковые" (см. Приложение 2 карточка 27), "немецкие стальные ДВЕРИ" (см. Приложение 2 карточка 31), "Лучшие ДВЕРИ России" (см. Приложение 2 карточка 35), "ДВЕРИ и АРКИ" (см. Приложение 2 карточка 41), "ДВЕРИ Вашего дома" (см. Приложение 2 карточка 45).

Такие же ошибки допускаются в рекламных объявлениях медицинского направления: "задержки МОТОРНОГО, РЕЧЕВОГО, ПСИХИЧЕСКОГО развития" (см. Приложение 2 карточка 1), "лечения УХА, ГОРЛА, НОСА" (см. Приложение 2 карточка 20), "Все виды ПРОТЕЗИРОВАНИЯ" (см. Приложение 2 карточка 21) и т.д.

Так же в рекламных объявлениях специально полностью с прописной буквы пишутся фамилии: "МАЛИНИН" (см. Приложение 2 карточка 5), "ТРИШКИНОЙ" (см. Приложение 2 карточка 8), "БАБАНОВА" (см. Приложение 2 карточка 10), "БЕЗРУКОВ" (см. Приложение 2 карточка 24) и др. Хотя прописная буква в этих словах ставится только в начале: "Малинин", "Тришкиной", "Бабанова", "Безруков".

Чтобы привлечь потребителя, рекламодатели даже придумывают новые слова. Например, "Даже для XXXL-юшек" (см. Приложение 2 карточка 16). В данном примере используется уменьшительно-ласкательный суффикс.

Иногда, слово, которое должно начинаться со строчной буквы, пишут с прописной, подчёркивая его важность: "Спасение" (см. Приложение 2 карточка 29) - "спасение".

Чтобы поддержать всю стилистику текста в рекламном объявлении, все слова пишут с прописной буквы: "ПРОИЗВЕДЕНО ПО ГОСТУ" (см. Приложение 2 карточка 25), хотя с прописной буквы должно писаться только слово ГОСТ, все остальные – со строчной: "произведено по ГОСТу".

Можно приводить ещё очень много примеров. Все эти ошибки в рекламных объявлениях допускаются специально для привлечения внимания, выделения главного слова в тексте.

Проанализировав примеры орфографических ошибок, которые допускаются специально, можно сделать вывод, что в настоящее время рекламодатели стараются, как можно ярче выделить свой товар в рекламном объявлении среди других, не обращая внимания на неправильность орфографического написания.

Выводы по второй главе

Проанализировав практический материал, можно сделать выводы:

Во-первых, ошибки бывают нескольких типов: 1) ошибки в написании гласных и согласных букв; 2) ошибки в слитном, раздельном или дефисном написании слова; 3) ошибки в написании строчных и прописных букв; 4) ошибки при переносе слова с одной строки на другую; 5) ошибки в графических сокращениях.

Во-вторых, в первом типе ошибок можно выделить ошибки в написании двойных согласных, твёрдых и мягких согласных, звонких и глухих согласных на конце и в середине слова, непроверяемых безударных гласных в корне.

В-третьих, самую большую группу составляют специально сделанные ошибки.

В-четвёртых, некоторые орфографические ошибки допускают специально для привлечения внимания к товарам или услугам.

Заключение

Настоящее исследование было посвящено изучению орфографических ошибок в рекламных объявлениях.

Нас интересовала печатная реклама, а именно печатные объявления, в которых очень часто допускаются орфографические ошибки.

Изучив теоретический материал мы пришли к выводам, что орфография – это исторически сложившееся явление. Она занимает важное место в системе современного русского языка.

Орфография включает в себя пять разделов: передача буквами фонемного состава слов; слитные, раздельные, дефисные написания слов и их частей; употребление прописных и строчных букв; перенос части слова с одно строки на другую; графические сокращения слов.

Разделы орфографии объединяют в себе орфографические правила, в которых указываются условия выбора правильных орфограмм в словах.

А орфограммы могут быть нескольких типов: та или иная буква в слове в соответствии с фонемой в сильной позиции; слитное, раздельное или дефисное написание слова; строчная или прописная буква, начинающая слово; перенос части слова с одной строки на другую; графические сокращения.

Также орфографические ошибки могут быть нескольких типов: ошибки в написании гласных и согласных букв; ошибки в слитном, раздельном или дефисном написании слова; ошибки в написании строчных и прописных букв; ошибки при переносе слова с одной строки на другую; ошибки в графических сокращениях.

Проанализировав практический материал, мы выяснили, что ошибки в тексте рекламных объявлений бывают нескольких видов: ошибки в написании гласных и согласных букв, ошибки в слитном, раздельном или дефисном написании слова, ошибки в написании строчных и прописных букв, специально допущенные ошибки.

Самую большую группу составляют специально допущенные ошибки. рекламодатели допускают их специально для привлечения внимания к товарам или услугам.

Мы достигли поставленной в данной курсовой работе цели. Решили для этого все задачи.

Список литературы

1. Бабайцева В.В. Русский язык. Теория: Учебник для учеб. заведений с углубл. изуч. рус. яз. – 2-е изд. – М.: Дрофа, 1998. – 432 с.

2. Баранов М.Т., Костяева Т.А., Прудникова А.В. и др. Русский язык: Учеб. пособие. – 4-е изд. – М.: Просвещение, 1988. – 288 с.

3. Блинов А.В., Богатырёва И.И., Мурат В.П., Рапова Г.И. Введение в языковедение: Хрестоматия: Учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 341 с.

4. Валгина Н.С., Розенталь Д.Э., Фомина М.И. Современный русский язык. – 6-е изд. – М.: Логос, 2001. – 527 с.

5. Иванова В.Ф. Современный русский язык. Графика и орфография: М.,1966. – 396 с.

6.Иванова Л.Ю., А.П Сковородникова, Е.Н. Ширяева культура речи: Энциклопедический словарь-справочник. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 840 с.

7. Лекант П.А. Современный русский литературный язык: Учеб. пособие. – 5-е изд. – М.: Высшая школа, 2001. – 462 с.

8. Львов М. Р. Орфография и русский язык: М., 2003. – 475 с.

9. Мейеров В.Ф. Современное русское письмо: Обозначение звуков в слабых позициях: Учеб. пособие. – Иркутск: Изд-во Иркут. Ун-та,1993. – 59 с.

10. Норманн Б.Ю. Теория языка: Ввод. курс: Учеб. пособие для вузов по специальности "Рус. яз. и лит.". – М.: Флинта: Наука, 2004. – 292 с.

11. Парубченко Л.Б. Ненормативное русское письмо (лингвистический анализ ошибок в употреблении букв). – Барнаул, 2003. – 352 с.

12. Реформатский А.А. Введение в языковедение: Учеб. для филол. спец. высш. пед. учеб. заведений. – 2-е изд. – М.: Добросвет, 2000. – 536 с.

13. Рождественский Ю.В. Лекции по общему языкознанию: Учеб. пособие для вузов по филол. специальностям. – 2-е изд. – М.: Добросвет, 2000. – 343 с.

14. Хроленко А.Т. Теория языка: Учеб. пособие для вузов филол. и гуманитар. Профилей. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 509 с.

15. Шапиро А.Б. Русское правописание. – 2-е изд. – М., 1961. – 462 с.

16. econom.mslu.ru: И.В. Космарская Русская орфография: история, основные принципы и современные тенденции.

17. ru.wikipedia.org: Реклама.

18. Дмитрий Лещенко Рекламные объявления – успех рекламной кампании

19. Газета "Молния".

20. Газета "Панорама".

21. Газета "Тольятти – Вечерок".

22. Газета "Kupьep".

23. Газета "Million Плюс".

24. Газета "Present".