

ЛИНГВИСТИКА

Русский язык: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Н. Авина

Литовский эдукологический университет (Литва)

СОВРЕМЕННАЯ ОРФОГРАФИЯ В ЗЕРКАЛЕ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

В статье рассматриваются активные процессы в русской орфографии на примере одной из сфер письменной коммуникации, язык которой наиболее ярко демонстрирует изменения, происходящие в современной жизни, — рекламном объявлении. Наблюдения, представленные в статье, касаются некоторых региональных особенностей письменной коммуникации, находящих отражение в рекламных объявлениях в русскоязычных газетах Литвы.

В условиях иноязычного окружения проблемы письменной речи многочисленны и разнообразны. Необходимость постоянно передавать в письменной форме совершенно иные, отсутствующие в исконной среде, реалии повседневной жизни приводит к созданию специфической письменной коммуникации на русском языке.

В ряду орфографических особенностей рассматриваемых объявлений наиболее очевидными являются следующие: 1) распространенные орфографические ошибки, связанные прежде всего с написанием иноязычных слов, обусловленных языковым взаимодействием; со слитным, дефисным и раздельным написанием сложных слов; с употреблением прописной и строчной букв; с написанием удвоенных согласных; 2) вариативность написания региональных названий, связанная с процессом их графико-орфографической адаптации; 3) непоследовательность различных сокращений, и прежде всего аббревиатур.

Рассмотренные написания, отличающиеся неунифицированностью и вариативностью, с одной стороны — проявление современных проблем в области русского письма, а с другой — проявление региональных особенностей, связанных с написанием иноязычных употреблений, обусловленных языковым взаимодействием. Соблюдение в сфере

рекламы норм литературного языка, в том числе и орфографических, крайне важно: рекламный дискурс, как известно, играет важную роль в формировании массового языкового сознания, активно воздействует на речевую практику и формирование культуры письменной речи.

Ключевые слова: орфография; орфографические ошибки; вариативность; региональные особенности; рекламное объявление.

N. Avina

The Modern Orthography in the Mirror of Advertisements: Regional Specific Features

The article studies active processes in the Russian orthography in one of the areas of written communication, the language of which demonstrates changes occurring in the modern life most clearly — in the advertisements. Observations presented in the article concern some regional specific features of written communication which are embodied in the advertisements in the Russian newspapers of Lithuania.

In terms of foreign environment, the problems of the written language are numerous and manifold. The need for constant written transmission of realities of everyday life which are completely different and missing in the native environment leads to creation of a specific written communication in Russian.

Among the spelling features of the advertisements considered, the most obvious are the following: 1) common spelling errors associated primarily with writing of alien words due to linguistic interaction; fused, hyphenated and separate writing of compound words, the use of block and lowercase letters, writing of double consonants; 2) variability of writing of regional names related to the process of their graphic and orthographic adaptation; 3) inconsistency of acronyms, primarily that of abbreviations.

The spelling samples considered are notable for none-unitizing and variability, on the one hand, manifestation of contemporary problems in the field of Russian letters, on the other hand — manifestation of regional features associated with the writing of foreign language use due to linguistic interaction. Compliance of norms of literary language, including spelling ones in the field of advertising is very important: advertising discourse is known to play an important role in formation of the mass lingual consciousness; it is actively working on speech practice and creating the culture of the written language.

Keywords: orthography; orthographical errors; variability; regional specific features; advisement.

1. Вводные замечания

Особенности современной орфографии обусловлены состоянием русского языка в новейший период. Современная языковая ситуация, связанная с социальными и другими изменениями, влияет на функционирование русского письма, его эволюцию, отношение к нему социума. Многие исследователи отмечают общую раскованность языка, которая проявляется в вольном обращении с правилами. При этом «орфографические и пунктуационные предписания теряют свою безапелляционную обязательность» [11: с. 208]. Актуальность изучения активных процессов в области русского письма, таким образом, становится очевидной.

Активные процессы в современном русском письме находят яркое отражение в рекламе. Каждый из нас ежедневно сталкивается с большим количеством рекламных текстов. «Реклама пронизывает все наше жизненное пространство — она окружает нас на улицах, в транспорте, в рабочих и жилых помещениях, звучит на радио, в кино, в метро, в телевизионных клипах, неон горит в вечернем небе, печатается даже в сборниках лирики... Недооценивать ее роль невозможно», — пишет В.Г. Костомаров [12: с. 212]. Реклама не только постоянно меняется сама, но меняется и ее язык. Упрощается, например, язык рекламного объявления, активизируются однотипные краткие синтаксические конструкции и т. д. [15].

В нашей работе особенности русской орфографии исследуются на материале объявлений в русскоязычных СМИ в Литве в период последнего десятилетия. В статье анализируются объявления, представленные в газетах «Литовский курьер» (принятое в данной статье сокращение — ЛК), «Обзор» (Обз.), «Республика» (Р.), «Экспресс-неделя» (Эк.Н.), а также на интернет-сайте www.delfi.ru. Выбор объявлений в качестве исследовательского материала обусловлен тем, что в ряду других жанров письменной речи объявления ярко отражают изменения, которые происходят во всех сферах жизни общества, что соответственно проявляется и в активных процессах русской орфографии.

Объявления относятся к информационному жанру рекламных текстов. Существуют общие требования к рекламному сообщению

как в плане содержания — быть кратким, достоверным, понятным и т. п., так и в плане использования соответствующих языковых единиц, придающих письменному тексту (на русском или других языках) логичность, конкретность, ясность (см. об этом, например, [1; 20; 23; 24]). Рекламные объявления в русскоязычных газетах Литвы в целом соответствуют коммуникативным требованиям, в том числе и связанным с соблюдением правил русской орфографии. Это результат и большой, серьезной работы корректоров, работающих с объявлениями. Между тем в рекламных объявлениях отчетливо отражаются как активные процессы, происходящие в современном русском письме, так и региональные особенности, характерные для русского языка в ситуации этнокультурного взаимодействия.

2. Активные процессы в современной русской орфографии: проблемы изучения

Как известно, на рубеже XX–XXI веков отмечаются значительные изменения в функционировании русского языка, когда норма-догмат, которая разрешала или категорически запрещала, сменяется нормой-выбором, которая допускает использование нескольких языковых средств, наиболее соответствующих данному речевому контексту (см. об этом, например, [21]). Несмотря на существующее мнение о том, что письмо как часть общей национальной культуры — одна из самых консервативных сфер языка, русская орфография является «зеркалом» кардинальных изменений в обществе и общественном сознании. Для русского правописания, «в целом безусловно сохранившего верность Своду 1956 г., также характерно освобождение от оков “орфографического режима”, и это выражается в не присущей периоду тотальных запретов орфографической свободе. Графико-орфографическое однообразие эпохи орфографического догмата сменилось орфографическим плюрализмом» [5: с. 229].

В ряду наиболее ярких явлений в сфере орфографии современного русского языка выделяются следующие (см., напри-

мер, [22]): 1) распространение орфографических ошибок в различного рода печатных изданиях, рекламных текстах в связи с отсутствием корректуры; 2) систематическое расхождение между рекомендациями правил и орфографической практикой в некоторых сложных случаях русской орфографии; 3) несистематическое использование буквы Ё в печатных текстах; 4) несформированность орфографической нормы и появление орфографической вариативности в заимствованных словах; 5) усиление личностного начала в языке, которое находит отражение в авторской орфографии; 6) стремление к свободе использования экспрессивных возможностей графики и орфографии для привлечения внимания читателей (в частности, в рекламных текстах) и др.

Исследователи замечают несоответствие орфографического узуса (реально встречающихся написаний) орфографической норме (исторически сложившейся системы единообразных написаний) и орфографической кодификации (закрепление лингвистами некоторого написания как нормативного), что вызывает большую обеспокоенность (например, [2]). Так, по мнению С.М. Кузьминой [13], процветающая безграмотность объясняется недостатком общей и речевой культуры носителей языка. Между тем орфография играет большую роль, обеспечивая взаимопонимание участников письменной коммуникации, и именно в орфографии крайне важна нормализаторская деятельность лингвистов. Ведь орфография — «саморазвивающаяся система, требующая регулярной и постоянной корректировки, упорядочения с учетом и развития самого языка, и существующей практики письма, в котором тоже происходят спонтанные изменения»; «отслеживать эти изменения, фиксировать их в орфографических словарях и в тексте правил правописания — прямая обязанность специалистов» [14: с. 162]. В частности, полный академический справочник «Правила русской орфографии и пунктуации» [18] является попыткой осуществить это. Следует отметить, что «наметилось преодоление существующей в русском языке искусственной цепочки “словарь – словарь – словарь”, когда вновь издавшиеся словари ориентировались только на орфографию

словаря предшествующего и абсолютно не учитывали того нового, что накопилось в орфографической практике: она постепенно сменяется естественной цепочкой “язык – словарь – язык...”» [5: с. 243]. При этом «явление (слово) извлекается из живого языка, оттуда попадает в словарь, чтобы в “ограниченном” виде вернуться опять в язык...» [9: с. 204]. Важно, что в современной русистике отмечается стремление поставить орфографию в ряд с другими областями языкознания, «вывести вопросы правописания из области периферии в центр научного внимания, нарушить традицию “игнорирования” орфографии как науки...» [5: с. 244].

Особой спецификой характеризуется русская орфография в ситуации иноязычного окружения. Особенности письменной русской речи — ее функционирование, а также конкретные проблемы транслитерации, влияние произношения на написание, явление «двойной грамотности» (употребление двух или более языков на письме), влияние иноязычной графики на русскую графику и т. д. — подробно рассматриваются исследователями русского языка эмиграции [8; 19; 7; и др.].

В частности, Е.А. Земская [8] пишет, что русский язык в среде эмиграции нередко существует в устной форме и обычно используется как язык семейного или дружеского общения; письменная же форма языка угасает. В использовании / неиспользовании письменной формы важную роль играют такие факторы, как волны эмиграции, уровень образования коммуникантов, возраст [8]. Так, «молодежь уже не тоскует по старой орфографии, но и не знает современной. Она ее модифицирует и упрощает» [8: с. 160].

Рассматривая особенности письменной речи русских в Финляндии, Е. Протасова замечает, что «часть ошибок смыкается с детскими, часть с просторечными, а некоторые отражают недостаточный опыт чтения и письма именно на русском языке» [19: с. 232]. Кроме того, «при овладении русским языком как родным в условиях иноязычной среды наряду с ошибками, обычными при овладении нормами письма <...>, возможны и такие, которые вызваны недостатком письменного русского инпута (введения наглядно написанных текстов) и преобладанием иной куль-

турной традиции в окружении» [19: с. 224]. Но «порог смущения или переживания собственных ошибок у живущих за границей ниже, чем в России: человек обычно понимает, что отсутствие постоянной практики чтения и письма на родном языке приводит к изменениям в речи, и это служит ему извинением» [19: с. 232].

Подчеркивая важную роль письма в русском языке зарубежья, А. Зеленин отмечает, что «орфография — один из базовых компонентов культурного пространства, дающих индивиду ощущение социальной и психологической стабильности и чувство языкового комфорта» [7: с. 26].

Проблемы письменной речи, связанные с интерференцией и другими процессами в русском языке в условиях иноязычного окружения, многочисленны и разнообразны. Следует согласиться с тем, что «вопрос о нормах литературного языка в условиях иноязычия — это исследование тех его изменений и трансформаций, которые формируются в новых социальных условиях» [4: с. 380]. Рассматривая отношение живущих за границей носителей русского языка к языковой норме и к разным функционально-речевым разновидностям современного русского языка, Л. Найдич пишет: «Здесь можно отметить две противоположные тенденции: с одной стороны, жители диаспоры ориентируются на язык метрополии, включая и его обиходно-разговорные пласты; с другой — можно отметить развитие "местных" вариантов языка. Эта вторая тенденция связана с социокультурными особенностями жизни русскоязычной диаспоры» [16: с. 389]. Необходимость же постоянно передавать в письменной форме разнообразные и совершенно иные, отсутствующие в исконной среде, реалии повседневной жизни приводит к созданию специфической письменной коммуникации на русском языке.

3. Некоторые орфографические особенности анализируемых объявлений

В ряду рассматриваемых орфографических особенностей наиболее очевидными являются следующие: распространенные

орфографические ошибки, вариативность написания региональных названий, непоследовательность сокращений.

3.1. Орфографические ошибки

Одно из проявлений противоборства орфографической нормы и практики письма заключается «в последовательном несоблюдении правил грамотными людьми»; «когда ошибка становится массовой, она перестает быть ошибкой, и тогда приходится констатировать победу узуса над нормой, а следовательно, признать необходимость пересмотра и уточнения правописной нормы» [13: с. 399–400]. Это относится прежде всего к орфографии новых слов; слитных, дефисных и отдельных написаний сложных слов; употреблению прописной и строчной букв; написанию удвоенных согласных; написанию Э / Е в словах иноязычного происхождения и др. (см., например, [5]). Подобные написания широко распространены и в рассматриваемых рекламных объявлениях. Приведем лишь некоторые примеры.

Часто ошибки связаны с написанием сложных и составных наименований, включающих иноязычный компонент (см. об этом, например, [3; 6]). Как отмечает С.М. Кузьмина, «правило слитно-дефисного написания сложных прилагательных можно назвать самым бездействующим из действующих правил русского правописания. Его бездействие проявляется, с одной стороны, в расхождении между рекомендациями правил и орфографической практикой (то есть в несоблюдении правил), а с другой стороны, в разноречивости рекомендаций разных словарей и пособий» [13: с. 400]. Количество сложных существительных и прилагательных с высокопродуктивными иноязычными морфемами *аудио-*, *авиа-*, *видео-*, *фото-*, *супер-* и т. п. резко увеличивается в русском языке новейшего периода. По правилам русской орфографии написание подобных сложных слов слитное. Однако на практике очевидна активизация иного написания, в частности: 1) дефисного — *Аудио-видео-бытовая техника* (Эк.Н. 2001. № 50); *Видео-услуги. Видео-монтаж, слайд-шоу, запись на DVD* (Эк.Н. 2009. № 32); 2) отдельного — *Клуб «Лаздинай» приглашает молодежь 25 февраля и ежедневно на дис-*

котеку, которую ведет **супер ди-джей** (ЛК. 2003. № 9); **Фотовидео услуги на свадьбах и других торжествах** (ЛК. 2009. № 32); 3) без всякого дефиса при наличии союза **и** — **Авиа и автобусные билеты** (ЛК. 2009. № 30); **Профессиональная видеосъемка. ...Перезапись видео и киноплёнки. Недорого** (Эк.Н. 2010. № 14).

Отмечается также ошибочное дефисное написание сложных слов с соединительной гласной **о**; вероятно, использование дефиса способствует как графическому, так и семантическому выделению отдельных частей слова: **Звуко-светотехника для профессионалов** (ЛК. 2001. № 5); **Круглосуточный русско-язычный детский сад приглашает детей в возрасте 1,5–6 лет** (Эк.Н. 2003. № 3). В ряде случаев дефисное выделение — способ создания экспрессивности, оценочности: **Супер-скидки** (Эк.Н. 2001. № 44).

Наряду с правильным дефисным написанием составных слов в Интернете широко распространено их раздельное написание. Ср., например, производные от слова **вечеринка**: **приват-вечеринка** и **приват вечеринка**, **диско-вечеринка** и **диско вечеринка**, **караоке вечеринка** и **караоке-вечеринка** (www.delfi.ru). Вызывает также интерес написание следующего составного наименования: **Вечеринка-музыкальная рок-лаборатория “Liverpool 31” с диджеями и исполнителями...** (Эк.Н. 2010. № 15).

Неунифицированным является написание сложных однокоренных слов; ср. написание топонима **Ново-Вильня** (лит. Naujoji Vilnia) и производного от него прилагательного: **Роллеты-жалюзи. Дешевле не бывает! Ново-Вильня...** (Эк.Н. 2014. № 1) и **Ветераны Нововильнянской организации** (ЛК. 2014. № 1).

В ряду других орфографических ошибок в объявлениях выделяем: 1) написание **НН** вместо **Н** в суффиксах прилагательных — **Сушеная морская капуста «Ламинария»** (Эк.Н. 2001. № 44); 2) употребление прописной буквы в составных наименованиях; ср. в одной и той же газете (Эк.Н. 2011. № 43) — **Дом печати** и ошибочное написание **Дом Печати**; 3) смешение **и** – **й** — **...Есть сауна, бассейн** (ЛК. 2009. № 30); **Отдых самолетом. Тайланд** (Эк.Н. 2014. № 1); 4) обусловленное интерференцией ошибочное написание гласных, не проверяемых ударением: **Туризм, отдых:**

Иордания + Египет + Израель; Болгария – Румыния (ЛК. 2012. № 28) (ср. лит. *Izraelis; Rumunija*).

«Скорее всего, ошибки против русского языка не отражаются на экономическом эффекте рекламы — увы!» — пишет Е.С. Кара-Мурза [10: с. 182]. Однако ошибочные написания не только вызывают определенное раздражение, но и усугубляют проблемы культуры речи, языкового чутья потребителей рекламы, и составителям рекламы это важно иметь в виду.

3.2. Вариативность написания литовских названий

В ряду региональных особенностей привлекают внимание написания иноязычных слов, обусловленные языковым взаимодействием. Как известно, адаптация слова в принимающем языке во всех ее аспектах — процесс диахронический и тип написания слова в узусе в процессе адаптации может неоднократно меняться. Употреблению иноязычных слов в письменной форме русского языка свойственна орфографическая нестабильность, выражающаяся в одновременном функционировании на письме вариантов слов; понятие же орфографической нормы в области неологии размывается (см., например, [17; и др.]). Каждый язык, как известно, выступая в качестве реципиента, вырабатывает свои приемы и способы адаптации иноязычного лексического материала, в том числе и графико-орфографические.

В нашем материале сложность процесса графико-орфографической адаптации литовских слов (преимущественно топонимов) отражает фонематические варианты, которые отличаются произношением и соответственно написанием букв или их сочетаний: 1) написание *е – я* на месте литовского гласного *е* — *Ремонтируем и скупаем мини-тракторы. Продаем запчасти к ним..., г. Нямянчине...* (ЛК. 2009. № 30); *В г. Неменчине продаются два участка домовладений* (ЛК. 2009. № 30); 2) написание *йо – е* — при передаче литовского сочетания *jo* — *Меняю 1-комнатную квартиру в районе Фабийонишкес на 3-комнатную; Сдают 1-комнатную квартиру в Фабиенишкес* (Эк.Н. 2009. № 29); 3) написание гласных *а – я* после согласного *ч* — *Сдают 1-комнатную квартиру,*

ул. Станявичяус (Эк.Н. 2009. № 29); Ломбард. Ул. Станявичяус (ЛК. 2009. № 30).

Передача на письме специфики местного произношения непарных твердых звуков **ж, ш, ц** приводит к появлению ошибочных сочетаний, например, **жя, шя, цю**: *Сейфовые двери из рук производителя. Вильнюс, ул. Жямайтес; Ново-Вильня, ул. Шяурес; Приглашаю жєницин на занятия по йоге. Ул. Мацюлявичяус* (Эк.Н. 2014. № 2).

3.3. Вариативность написания сокращений

Для текстов такого жанра, как объявление, типичны разнообразные сокращения, которые отличаются вариативностью. Прежде всего это касается: 1) написания аббревиатур, например, **торговый центр**: «Огмиос центрас» напротив **Т.Ц.** «Норфа» (Эк.Н. 2007. № 18); **Т.ц.** «Максима», **Т.ц.** «Ики» (Эк.Н. 2010. № 12); **ТЦ** «SENUKAI» (Эк.Н. 2010. № 15); *Продается 3-комнатная квартира в Фабийонишкес (возле т.ц. «Мандаринас»)* (Эк.Н. 2011. № 44); **ТРЦ** «Akropolis» (Эк.Н. 2011. № 43); используется также соответствующая литовская аббревиатура **РС** «prekybos centras»: *Межкомнатные двери со склада и на заказ. Адреса магазинов: РС «Birbiškių»* (Эк.Н. 2012. № 30); 2) написания на русском языке слов, включающих имя числительное: *Ул. Биржяле 23-осес* (Обз. 2011. № 44); *Ул. Биржяле-23осиос* (Эк.Н. 2011. № 48) и *Ул. Биржяле 23-осиос* (Эк.Н. 2014. № 1).

4. Заключительные замечания

Таким образом, рассмотренные написания, отличающиеся неунифицированностью и вариативностью, характерные для анализируемых объявлений, с одной стороны, — проявление современных проблем в области русского письма, с другой стороны — проявление региональных особенностей, связанных с написанием иноязычных употреблений, обусловленных языковым взаимодействием. Непоследовательность написания региональных названий обычно не вызывает у билингов в данной социокуль-

турной среде серьезных коммуникативных помех, касающихся неадекватного восприятия и понимания объявления, но создает определенные культурно-речевые проблемы, приводящие, возможно, к расшатыванию норм литературного языка. Соблюдение в сфере рекламы норм литературного языка, в том числе и орфографических, крайне важно: рекламный дискурс, как известно, играет значительную роль в формировании массового языкового сознания, активно воздействует на речевую практику и формирование культуры письменной речи.

Литература

1. *Баженова Е.А., Протопова О.В.* Язык и стиль рекламы // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной; члены редколлегии: Е.А. Баженова, М.П. Котюрова, А.П. Сковородников. 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 635–642.
2. *Бешенкова Е.В.* Орфографическая вариативность в узусе, норме и кодификации // Вопросы культуры речи / Отв. ред. А.Д. Шмелев. Вып. XI. М.: Языки славянской культуры, 2012. С. 77–88.
3. *Бужчина Б.З.* О написании сложных прилагательных // Словарь и культура русской речи. К столетию со дня рождения С.И. Ожегова. М.: Индрик, 2001. С. 59–72.
4. *Грановская Л.М.* Русский литературный язык в конце XIX и XX вв. Очерки / Науч. ред. А.Н. Воротников. М.: Элпис, 2005. 448 с.
5. *Григорьева Т.* Три века русской орфографии (XVIII–XX вв.). М.: Элпис, 2004. 456 с.
6. *Еськова Н.А.* Слитное и дефисное написание существительных и цельнооформленных слов // Русистика сегодня. 1995. № 1. С. 37–49.
7. *Зеленин А.* Язык русской эмигрантской прессы (1919–1939). СПб.: Златоуст, 2007. 380 с.
8. *Земская Е.А.* Общие языковые процессы и индивидуальные речевые портреты // Язык русского зарубежья. Москва; Вена, 2001. С. 19–277.
9. *Калакуцкая Л.П.* Русский литературный язык в конце второго тысячелетия // Филологический сборник (к 100-летию со дня рождения академика В.В. Виноградова). М.: Ин-т русского языка им. В.В. Виноградова РАН, 1995. С. 197–208.
10. *Кара-Мурза Е.С.* «Дивный новый мир» российской рекламы: социокультурные, стилистические и культурно-речевые аспекты // Сло-

варь и культура русской речи. К 100-летию со дня рождения С.И. Ожегова. М.: Индрик, 2001. С. 164–186.

11. *Костомаров В.Г.* Языковой вкус эпохи. М.: Педагогика-Пресс, 1994. 248 с.

12. *Костомаров В.Г.* Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. М.: Гайдарики, 2005. 287 с.

13. *Кузьмина С.М.* Активные процессы в области русского письма // Современный русский язык. Активные процессы на рубеже XX–XXI веков / Отв. ред. Л.П. Крысин. М.: Языки славянских культур, 2008. С. 399–412.

14. *Лопатин В.В.* Упорядочение орфографических правил: итоги и перспективы // Вопросы культуры речи / Отв. ред. А.Д. Шмелев. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2011. С. 155–165.

15. *Миронова А.А.* «Многоуважаемые мои покупатели...» // Русская речь. 2013. № 1. С. 100–104.

16. *Найдич Л.* Норма и речевые регистры в русском языке за рубежом // Русский язык сегодня: сб. ст. / Ин-т русского языка им. В.В. Виноградова РАН. Вып. 4: Проблемы языковой нормы. М., 2006. С. 383–395.

17. *Нечаева И.В.* Актуальные проблемы письменной адаптации иноязычных заимствований: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2008. 30 с.

18. Правила русской орфографии и пунктуации: Полный академический справочник / Под ред. В.В. Лопатина. М.: Эксмо, 2006. 480 с.

19. *Протасова Е.Ю.* Феннороссы: жизнь и употребление языка. СПб.: Златоуст, 2004. 308 с.

20. Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография / Науч. ред. Т.В. Колокольцева. М.: Флинта: Наука, 2011. 296 с.

21. Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX–XXI веков / Ин-т русского языка им. В.В. Виноградова РАН. М.: Языки славянских культур, 2008. 712 с.

22. *Юдина Н.В.* Русский язык в XXI веке: кризис? эволюция? прогресс? М.: Гнозис, 2010. 293 с.

23. *Janeliauskas E.* Reklaminis skelbimas: komunikacija ir efektyvumas: Mokomoji knyga. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2004. 44 p.

24. *Župerka K.* Reklamos tekstas: pragmatika, stilius, kalba. VšĮ Šiaulių universiteto leidykla, 2008. 142 p.

References

1. *Bazhenova E.A., Protopopova O.V.* Yazyk i stil' reklamy' // Stilicheskij e'nciklopedicheskij slovar' russkogo yazy'ka / Pod red. M.N. Ko-

zhinoy; chleny' redkollegii: E.A. Bazhenova, M.P. Kotyurova, A.P. Skovorodnikov. 2-e izd., ispr. i dop. M.: Flinta: Nauka, 2003. S. 635–642.

2. *Beshenkova E.V.* Orfograficheskaya variativnost' v uzuse, norme i kodifikacii // Voprosy' kul'tury' rechi / Otv. red. A.D. Shmelev. Vy'p. XI. M.: Yazy'ki slavyanskoy kul'tury', 2012. S. 77–88.

3. *Bukchina B.Z.* O napisanii slozhny'x prilagatel'ny'x // Slovar' i kul'tura russkoj rechi. K stoletiyu so dnya rozhdeniya S.I. Ozhegova. M.: Indrik, 2001. S. 59–72.

4. *Granovskaya L.M.* Russkij literaturny'j yazy'k v koncze XIX i XX vv. Ocherki / Nauch. red. A.N. Vorotnikov. M.: E'lpis, 2005. 448 s.

5. *Grigor'eva T.* Tri veka russkoj orfografii (XVIII–XX vv.). M.: E'lpis, 2004. 456 s.

6. *Es'kova N.A.* Slitnoe i defisnoe napisanie sushhestvitel'ny'x i cel'nooformlenny'x slov // Rusistika segodnya. 1995. № 1. S. 37–49.

7. *Zelenin A.* Yazy'k russkoj e'migrantskoj pressy' (1919–1939). SPb.: Zlatoust, 2007. 380 s.

8. *Zemskaya E.A.* Obshhie yazy'kovy'e processy' i individual'ny'e rechevy'e portrety' // Yazy'k russkogo zarubezh'ya. M.; Vena, 2001. S. 19–277.

9. *Kalakuczskaya L.P.* Russkij literaturny'j yazy'k v konce vtorogo ty'syacheletiya // Filologicheskij sbornik (k 100-letiyu so dnya rozhdeniya akademika V.V. Vinogradova). M.: In-t russkogo yazy'ka im. V.V. Vinogradova RAN, 1995. S. 197–208.

10. *Kara-Murza E.S.* «Divny'j novy'j mir» rossijskoj reklamy': socio-kul'turny'e, stilisticheskie i kul'turno-rechevy'e aspekty' // Slovar' i kul'tura russkoj rechi. K 100-letiyu so dnya rozhdeniya S.I. Ozhegova. M.: Indrik, 2001. S. 164–186.

11. *Kostomarov V.G.* Yazy'kovoju vkus e'poxi. M.: Pedagogika-Press, 1994. 248 s.

12. *Kostomarov V.G.* Nash yazy'k v dejstvii: Ocherki sovremennoj russkoj stilistiki. M.: Gardariki, 2005. 287 s.

13. *Kuz'mina S.M.* Aktivny'e processy' v oblasti russkogo pis'ma // Sovremenny'j russkij yazy'k. Aktivny'e processy' na rubezhe XX–XXI vekov / Otv. red. L.P. Kry'sin. M.: Yazy'ki slavyanskix kul'tur, 2008. S. 399–412.

14. *Lopatin V.V.* Uporyadochenie orfograficheskix pravil: itogi i perspektivy' // Voprosy' kul'tury' rechi / Otv. red. A.D. Shmelev. M.: AST-PRESS KNIGA, 2011. S. 155–165.

15. *Mironova A.A.* «Mnogouvazhaemy'e moi pokupateli...» // *Russkaya rech'*. 2013. № 1. S. 100–104.
16. *Najdich L.* Norma i rechevy'e registry' v russkom yazy'ke za rubezhom // *Russkij yazyk segodnya: sb. st. / Institut russkogo yazyka im. V.V. Vinogradova RAN. Vy'p. 4: Problemy' yazykovoj normy'*. M., 2006. S. 383–395.
17. *Nechaeva I.V.* Aktual'ny'e problemy' pis'mennoj adaptacii inoyazy'chny'x zaimstvovanij: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2008. 30 s.
18. *Pravila russkoj orfografii i punktuacii: Polny'j akademicheskij spravochnik / Pod red. V.V. Lopatina.* M.: E'ksmo, 2006. 480 c.
19. *Protasova E.Yu.* Fennorossy': zhizn' i upotreblenie yazy'ka. SPb.: Zlataoust, 2004. 308 s.
20. *Reklamny'j diskurs i reklamny'j tekst: kollektivnaya monografiya / Nauch. red. T.V. Kolokol'ceva.* M.: Flinta: Nauka, 2011. 296 s.
21. *Sovremenny'j russkij yazyk: Aktivny'e processy' na rubezhe XX–XXI vekov / Institut russkogo yazyka im. V.V. Vinogradova RAN. M.: Yazyki slavyanskix kul'tur, 2008. 712 c.*
22. *Yudina N.V.* Russkij yazyk v XXI veke: krizis? e'volyuciya? progress? M.: Gnozis, 2010. 293 s.
23. *Janeliauskas E.* Reklaminis skelbimas: komunikacija ir efektyvumas: Mokomoji knyga. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, 2004. 44 p.
24. *Župerka K.* Reklamos tekstas: pragmatika, stilius, kalba. VŠĮ Šiaulių universiteto leidykla, 2008. 142 p.