

Кириллическо-латинские взаимодействия в русской графике последних лет (идеологический компонент)

Cyrillic-Latin Interactions in the Russian Graphics of Recent Years
(Ideological Component)

Елена Николаевна Вакулова

Абстракт:

В статье говорится о графическом освоении русским языком новейших иноязычных заимствований, о соотношении лексических единиц, оформленных средствами кириллицы и латиницы. Отмечены преимущественные сферы сочетания двух графических систем и возможность их использования как основы каламбура (графогибриды).

Abstract:

The article deals with the problem of adjusting borrowed lexica to grammar and graphic rules of Russian language. Entering the new language system makes words be a part of this system, satisfying its rules and requirements. The article also states the possibility of word game based on use of both graphic systems (graphic hybrids).

Ключевые слова:

заимствование, иноязычная лексика, графогибриды, освоение заимствованной лексики, кириллический алфавит, латиница, каламбур

Key Words:

borrowed words, adjusting borrowed lexica, Cyrillic alphabet, graphic hybrids, Latin (Roman) alphabet, word game

Политические изменения в России перестроечной и постперестроечной эпохи (окончание «холодной войны», перекраивание географической и политической карты мира и многие другие аналогичные события) преобразовали российскую лингвокультурную среду, что в языковом плане выразилось, в частности, в лавинообразном потоке англоязычных заимствований. Будучи характерным в большей или меньшей степени для многих современных языков, на постсоветском пространстве это влияние затронуло даже графический языковой уровень. И, несмотря на то, что сам по себе данный процесс, при всей его интенсивности, вряд ли способен серьезно повлиять на кириллическую систему в целом, его масштабы и темпы на протяжении последних десятилетий неизбежно сказались на отдельных ее участках.

Соотношение двух графических систем – кириллицы и латиницы – было актуально всегда, обсуждалась и теоретическая возможность перехода русской графики на латинский алфавит, однако при этом следует признать, что дискуссии на эту тему велись исключительно в теоретическом плане, а сама идея не получала сколько-нибудь ощутимого развития и тем более – практического применения.

Так, в романе «Бесы» (глава 1, VI) в перечне разнородных тем для обсуждения русскими в связи с очередной оттепелью иронически упомянуто «заменение русских букв латинскими» (Dostojevskij 1972-90, 22). Авторский скепсис не случаен, поскольку идея «латинизации» русской графики всегда носила умозрительный характер и вряд ли имела и имеет шансы реального воплощения. Дело в том, что для русских сохранение традиционной кириллической формы письменности носит принципиальный характер. Отдельные, частные трансформации кириллической системы (например, отмечаемая

в последние годы «графогбридизация»), всё же ограниченно, точно. Чрезмерное, неоправданное использование латиницы, перенасыщение ею русского текста, как правило, отталкивает, вызывает неприязнь и протест, в то время как сохранение привычного визуального облика языковой единицы, входящего в культурный код россиянина, является неотъемлемой частью национального самосознания и укрепляет ощущение национальной идентичности.

За последние десятилетия сфера распространения кириллицы значительно сузилась: переход на латинскую графику произошел в молдавском, азербайджанском и некоторых других языках бывшего СССР. «Впервые после 1920-х годов, с тех пор как в Советской России всерьез обсуждался вопрос о переводе русского языка на латинский алфавит, русская азбука в России сильно потеснена латиницей. Особенно заметно это в пересекающихся 'виртуальных пространствах' – рекламном бизнесе, индустрии компьютерных игр и Интернете» (Gusejnov 2000).

Как правило, серьезные изменения языковой системы влекут за собой протесты и те или иные проявления культурного шока. Однако внутри самого языка трансформации кириллической графики носят, как представляется, несколько иной характер. Чаще всего это не до конца освоенные заимствования либо гибридные номинации, где элементы двух систем соединяются в новые единицы, подчас не имеющие единого нормативного прочтения (*QR-код*, *PR-акция*, *HR-менеджер*, *e-learning*) и общепризнанной терминологизации («гибриды», «графогбриды» (Bugajeva 2019, 337), «кентавры» (Dugovejko-Dolžanskaja) и др.). Для понимания сути процесса следует обратиться к возможным причинам проникновения в кириллицу элементов чуждой графики.

Обстоятельства, способствующие активизации данного процесса, можно разделить по крайней мере на две категории. Так, в литературе не раз отмечалось, что использование единиц данного типа носит характер языковой игры, однако определенный интерес может представлять их исследование в несколько ином ракурсе. Обратимся к рассмотрению круга вопросов, касающихся причин обоих типов.

Действительно, использование в пределах одной лексемы кириллицы и латиницы может служить образно-выразительным средством (условно – «графогибридный каламбур», «каламбур-графогибрид»). Типы текстов, где эти единицы встречаются, разнообразны, особенно часто совмещение графических систем либо использование латиницы при русскоязычном содержании отмечено в оформлении имен собственных:

1. названий литературных произведений – А. Вознесенского *Россия, Poesia, Casino „Россия“, Жуткий Crisis Сунер стар, СмиXXI*; В. Пелевина *Generation «П», ДПП (NN), Empire V, S.N.U.F.F, iPhuck 10, Операция «Burning Bush», Ultima Тулеев, или Дао выборов*; Д. Быкова *Хотел в Hotel*; С. Минаева *Dухless, Media Sapiens, The тёлки, The тёлки два года спустя, или Videоты*¹, М. Елизарова *Pasternak*;
2. названий культурных мероприятий (спектаклей, телеканалов, музыкальных коллективов, фестивалей, шоу, премий) – *ОбломOFF (и Обломoff), Имплюзия; Усадьба jazz; YOUБИЛЕЙ; SVOя библиотека; PRоба; ЗаграНица*;
3. псевдонимов, имен и фамилий на афишах: *Илья Стогоff, Глюк'-OZA (и Глюк'oZa), КняZz, МихайLOVE, OXXYMIROn, DJ Грив*;
4. названий коммерческих предприятий, ресторанов, магазинов, салонов красоты, продуктов: *БУТЕРBRODSKY, CASA del МЯСО – NO FISH РЕСТОРАН, Зависть, Заряд, ЗАНОЗА, КРАСИВАЯ женская одежда; СИБИРСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ; Little БyDDa; ПОЗИТИFF, PIVОРЫБА PIVBAR; Рюкзак; SALON ОБУВИ; ЦИФРА.*

Подобные единицы, наряду с основным, чисто номинативным значением, привлекают оригинальностью и часто содержат подтекст, несут дополнительную оценочную нагрузку, отсылая к чему-то особо

¹ Знаменательно, что при наличии в сети нескольких вариантов названия данного произведения кириллическая буква *Ы* сохраняется во всех из них: *Videоты = Videoty = Videоды*, вероятно, в связи с ее несовпадением ни с одной латинской литерой.

одобряемому, ценному, статусному, престижному. Нередки также единицы с элементами, которые трудно идентифицировать как принадлежащие той или иной графической системе: *CHERNIKA, MAMALYGA, STCLOVE, HENAMLET*.

Графогибриды активно используются в языке СМИ, рекламы – в городском нейминге: *Я не WWWpy* (рубрика в газете); *Каменный ghost* (заголовок); *О.К.на бис!* (реклама оконных рам); *Кондиционер ART COOL создает АРТмосферу; ХрусTeam; DEEPЛОМ, Филоlogos* (журнал).

Разумеется, это языковая игра, обусловленная желанием привлечь внимание потребителя, при этом нередки случаи, когда «латинская» транслитерация не имеет четкого адресата, выглядит нелепо, имеет целью лишь повышение престижности текста (весьма спорное, поскольку номинацию не понимают те, кто русским языком не владеет): *OHRANA, DVERI, KUPETZ, Opilki, Skupka, VEZU, OdinShag, DEREVO, Ubka & Bruki (UBKA & BRUKI), BABOCHKA*. Очевидно, данное обстоятельство следует рассматривать в качестве второй причины активизации графогибридных единиц в языке последних десятилетий.

Помимо привлечения внимания потенциального потребителя (читателя, клиента), графогибриды могут выполнять и задачи иного характера. Связано это с традиционной двойственностью отношения русского языкового сообщества к заимствованиям. Оценка западного влияния в целом и языкового – в частности – издавна была неоднозначной, противоречивой. Эту двойственность можно рассматривать на широком культурно-историческом фоне как частное проявление спора архаистов с карамзинистами, славянофилов с западниками или как российскую евро-азиатскую амбивалентность.

С одной стороны, иноязычное влияние на русский язык, начиная со второй половины XVIII века, встречало резко выраженное неодобрение патриотически настроенной общественности.

С другой стороны, положительная оценка, осознание престижа иноязычности издавна существует в российском ментальном пространстве: «валашские», «варяжские», «фряжские» и прочие языковые единицы на протяжении веков обогащали русский лексикон. Традиционно всё «западное» пользовалось уважением и имело

неоспоримый авторитет по сравнению с аналогичным отечественным. Тотальный дефицит десятилетий советского времени эту тенденцию (например, по отношению к импортным товарам) закрепил, в условиях современного общества потребления и, соответственно, сознании человека-потребителя она не могла не усилиться, а язык отразил эту особенность, гипертрофированную за последние годы в лексическом и графическом отношении.

Функционально-стилевая и тематическая отнесенность текстов с преобладанием латинских единиц может быть очерчена приблизительно следующим образом: новая техника, прежде всего, IT-сфера (информационные технологии), социальные сети, сфера потребления (одежда, продукты, бытовая техника, торговля), мода, молодежная музыка, масс-медиа, неформальные субкультуры, реклама, досуг, спорт и отдых, туризм, ресторанный и гостиничный бизнес, сфера услуг, финансы, денежные отношения, политика, новые научные и учебные дисциплины (дизайн, информатика, менеджмент, социальные технологии, связи с общественностью) и пр.

Использование латиницы в современных научных текстах отличается своеобразием. Здесь латиница (как и сама латынь) всегда играла исключительно важную роль в традиционных, старых, формировавшихся веками и уходящих корнями в европейское средневековье терминосистемах (биологии, медицины, фармакологии, юриспруденции), использующих латинские лексемы в русском тексте, и в этом случае речь о влиянии английского языка не идет ни в коем случае.

Причиной появления латиницы в современных текстах других, новых сфер общения является та же потребность языка в номинации специальных научных понятий. Однако с латынью новые латинизированные единицы связаны весьма опосредованно (через язык-посредник), это английские лексемы с оформлением средствами иного, не кириллического алфавита. Латинизация русской графики в современном терминообразовании обусловлена быстрыми темпами развития в новых областях знания и появлением молодых дисциплин, получивших развитие вначале за рубежом. Эти невиданные прежде скорости требуют быстрого формирования терминологий и пополнения их

новыми единицами, что обеспечивается путем прямого заимствования из английского языка не отдельных терминов, а целых словообразовательных гнезд и даже терминосистем. Часть единиц из них калькируется, часть – транслитерируется, часть – переходит в готовом виде, без приспособления к системе русской графики. «Недоосвоенность» таких терминов порождает ряд проблем, связанных с их графическим, семантическим, грамматическим и прочим освоением (Vakulova 2011, 173-4).

Использование латинской графики в новых терминологиях также может быть абсолютным, когда с ее помощью оформляется весь текст, всё предложение, всё слово целиком, но может быть и частичным, «точечным», когда всего лишь одна-две латинские буквы заменяют русские единицы, в каком-то смысле с ними сходные или как-то иначе напоминающие соответствующие латинские (графогибриды).

Интересно рассмотреть также особенности реакции носителей языков с латинской письменностью на кириллические единицы. Если в русском восприятии латиница является носителем чего-то статусного, престижного, то для «западного» сознания русскоязычные вкрапления имеют иную смысловую и даже идеологическую нагрузку, что продемонстрировано в «Заводном апельсине» английского писателя Энтони Берджесса (Anthony Burgess. *A Clockwork Orange*, 1962). Для передачи чуждого и «опасного» содержания автор использовал английскую транслитерацию русских лексем. «Даже если изначально Берджесс не предполагал никакого антироссийского подтекста, роман получился довольно политизированным» (Pavlova 2017), поэтому в русском переводе было необходимо отразить политический подтекст, используя тот или иной прием, в противном случае авторский замысел искажается, а передача исходного текста, текста оригинала оказывается неадекватной ему самому. Не случайно сам автор в одном из интервью говорил: «Алекса, основного антигероя «Заводного апельсина», я задумывал как некоего нового Раскольникова» (Self-translation 2013).

Из различных вариантов использования латиницы и кириллицы, их взаимодействия выделяют кириллическую латиницу (Vojskunskij 2017),

латинизированную кириллицу и графогибриды. Роман Бёрджесса и его переводы на русский язык интересно рассмотреть с точки зрения выбора того или иного варианта. В оригинале автор использовал кириллическую латиницу, а в переводе на русский В. Бошняка она превращается в латинизированную кириллицу: **Hanurik** (...) был уже в полном **otjezde: glazzja** остекленевшие, (...) какую-то **turniu** бубнит; подлая **shtuka** (...) в **bashke** одно: все вокруг **bred** и **hrenovina**; видишь – столы, музыкальный автомат, лампы, **kisok u maltshikov**, (...) а на самом деле **ni hrena** и нет вовсе (Burgess 2011).

Перевод Е. Синельщикова не передает ощущения странности и непривычности текста, поскольку в нем используется кириллическая транслитерация английских слов: Молодой **мэн** в роговых **глассиз** поднял голову от **тайпрайтера** и недоумённо взглянул на нас. По всему столу перед ним были разбросаны **шитсы пейпера**. Справа от **тайпера** они были сложены в аккуратный **колон**. (...) Мы сидим в молочном баре «Коровяка», **дринкинг**, и **токинг**, и **тинкинг** (Burgess 2015). Выбранный переводчиком вариант искажает авторскую трактовку образа и лишает читателя ощущения «русской угрозы», заложенного в роман Бёрджессом: специфика западной реакции на «опасность» остается непонятной русскому читателю.

Оформление английских графем как подражание русским графическим единицам встречается значительно реже, оно возможно, но не частотно. Авторов таких речевых произведений чаще всего привлекает визуальная симметрия графем **R** и **Я**, их смысловое и фонетическое несоответствие оказываются неважными, однако намек на «русскую угрозу» явно присутствует: **АМЕЯКА**, **ВЯЕХИТ**, **COLD WARRIOЯ**, **ЯEVOLUTION**.

В англоязычных текстах графемы могут оформлять политические намеки и каламбуры. Так, текст американского антипрезидентского плаката обыгрывает эти отличия: **ТЯАМР: ТНЕ КЯЕМЛИИ СДИДИДТЕ**. Выбор шрифта обусловлен здесь визуальным сходством некоторых латинских и кириллических литер: **И–N**, **Я–R**, **Д–А**. В некоторых пакетах шрифтов, например, Franklin Gothic Medium, Century Gothic, Gabriola, Garamond или Palatino Linotype, можно

обнаружить такое сходство литер *A* и *D* (с остроконечной верхней частью): *ТЯАМР: THE КЯЕМЛИИ СДИДИДДТЕ* (шрифт Franklin Gothic Medium).

Письменная природа графики предполагает, что для её исследования могут быть использованы некоторые подходы к рассмотрению объектов, заимствованные из нового исследовательского научного направления – *Visual studies*, которое в данном случае показывает оправданность и даже закономерность использования латиницы в текстах, написанных на русском языке, ибо латинские графемы, как правило, придают высказыванию некоторую престижность, поднимают его статус, усиливают значимость. Латинизированное оформление лексических единиц, обусловленное причинами экстралингвистического характера, кажется естественным весьма недолго и только на письме, рассчитано на зрительное восприятие.

В русской рекламе нередко используются английские не лексемы, а буквы. При этом предпочтение отдается не тем графемам, которые визуально совпадают с русскими аналогами (например, *O, E, M*), а тем, которые имеют частичное сходство (например, *D–D, Y–Y*) либо не совпадают ни по одному из параметров с графемами русскими (латинские *Z, F, S, W* на фоне русских *Ж, Ш, Щ, Я*) и поэтому привлекают внимание.

Так, в одной из реклам в качестве анафорического элемента использована литера *S* из названия спортклуба, целиком оформленного латиницей:

SPARTA – это

Спорт

Счастье

Совершенство.

Возможно также вкрапление в кириллическое слово от одной до трёх латинских единиц: *ЗАЖИГАЛКА, ЗАНОЗА, ЗООмагазин; ФАРИШ*. Это часто происходит с буквой *D/D*, очевидно, из-за сходства её рукописного оформления в русском языке с латинским написанием: *МЕДИ, ИДЕЯ, ВОДОПАД, ЛОНДОНГРАД, МОЛОДЁЖНЫЕ* (семечки).

Показательно в этом смысле латинизированное написание названий некоторых фирм «*MATRĚSHKA*» и «*SĚSTRY MAMUTINY*», где русское слово транслитерировано, при этом экзотическая буква Ě (одна из йотированных гласных, чья передача средствами латиницы вызывает особые трудности) в латинском окружении сохранена в русском написании.

В структуре графогибридных номинаций используются также знаки и символы:

1. числительные в цифровом оформлении для обозначения других частей речи (*Snizza, 100янов*). Такие примеры можно было бы трактовать как чисто языковую игру (без идеологического компонента), однако нельзя не учитывать широкого распространения данного способа в английском языке (*4you, B4U, b2b*);
2. графические знаки @ («собачка»), \$ (доллар), & («К&Б – «Красное и белое», сеть винных магазинов), в рекламе и в интернет-коммуникации часто используемые как элемент, связанный с англоязычной традицией, ассоциируемой с позитивной оценкой, или как способ «камуфляжа», сокрытия табуированной лексики;
3. интересно также использование символа «серп и молот» – вместо кириллического буквосочетания *СТ* в одном случае (эмблема интернет-телеканала *НОСТАЛЬГИЯ* (<http://nostalgia-tv.ru/aboutus>) (Рис. 1) и латинского *UT* – в другом (фамилия Президента РФ) (Рис. 2); оба примера имеют политический подтекст и намекают одним и тем же символом на разные обстоятельства.

Рис. 1.

Т Е Л Е К А Н А Л
НОСТАЛЬГИЯ

Рис. 2



Графогбриды могут обыгрывать особенности других языков с латинской графикой, например, финского (двойные гласные и надстрочные знаки) в рекламном слогане *На языке финскöгö кáйчества*, где элементы иноязычной графики также посылают сигнал престижности, создают эффект одобрения, положительной оценки.

Отдельного рассмотрения заслуживает проблема чтения подобных «недоосвоенных» заимствований. Еще не устоявшиеся произносительные варианты могут различаться. Так, закрепившийся, более частотный вариант для аббревиатуры *VIP – вип* в телерекламе звучит как *Телохранители ви-ай-пи* (возможно, что определенную роль здесь сыграла грамматическая недоосвоенность сочетаний подобного типа), а название лекарства *CB 12 – си би*. Без контекста чтение подобных единиц может быть затруднено, а сама единица даже неправильно воспринята: *BBC* как [вэ вэ эс] или как [би би си]. При фонетическом освоении графогбридов и в процессе становления нормативности их звучания, прочтения вслух чрезвычайно важна роль дикторского произнесения.

Как видим, процесс графического освоения неоднозначен, а вопросы орфоэпического и орфографического оформления таких единиц не менее сложны. Это связано с тем, что для них пока не существуют производительные и орфографические нормы, хотя они формируются на наших глазах и получают кириллическое оформление: *пиар*, *джиар*, *GE Money Bank* – *Джи И Мани Банк*, *эсэмэска*, *СМС-ка*, *Wi-Fi* – *вай фай*, *вай-фай*, *IQ* – *ай кью*, *QR* – *кью ар*. Непростым для новейших заимствований является также их грамматическое оформление, в частности, отнесение существительных к тому или иному грамматическому роду. Это не всегда четко определимо даже для заимствований, существующих в языке уже не одно десятилетие (*Мартини*, *Рено*, *Пежо*). Колебания и неустойчивость в отнесении к тому или иному грамматическому роду отмечены также у единиц типа *евро*, *капучино*, *мохито*, чьи несклоняемость и неодушевленность провоцируют их отнесение к среднему роду, а родо-видовые отношения обуславливают тяготение к роду мужскому.

Таким образом, рассмотрение данной проблематики обнаруживает в исследуемых явлениях своеобразный идеологический компонент, идеологическую нагрузку: латиница для русских (наряду с элементами дореволюционной орфографии) престижна, а кириллица в восприятии западного читателя связана с угрозой, опасностью.

Анализ позволил также увидеть живой адаптационный процесс, выполняющий важные стилистические задачи, находящийся в активной фазе, реализуемый в различных формах, причем на его течение оказывают влияние многочисленные факторы.

Литература:

- Burgess, Anthony. 2011. *Zavodnoj apel'sin*. Per. V. Bošnjaka. Moskva: AST, serija „Ėkskljuzivnaja klassika“.
- Burgess, Anthony. 2015. *Zavodnoj apel'sin*. Per. Je. Sinelščikova. Moskva: AST.

- Bugajeva, Irina Vladimirovna. 2019. „Latinica v gorodskom onomastikone: pro et contra.“ In *Russkij jazyk: istoričeskije sud'by i sovremennost'*: VI Meždunarodnyj kongress issledovatelej russkogo jazyka (Moskva, filologičeskij fakul'tet MGU imeni M. V. Lomonosova, 20–23 marta 2019 g.): *Trudy i materialy*, eds. Marina Leont'jevna Remneva a Ol'ga Vladimirovna Kukuškina, 337–8. Moskva: Izd-vo Moskovskogo universiteta.
- Dostojevskij, Fedor Michajlovič. 1972–1990. *Poln. sobr. soč. v 30 tt. T. 10. Besy: roman v 3 č.*, eds. V. G. Bazanov (gl. red.), G. M. Fridlender, V. V. Vinogradov i dr. Leningrad: Nauka. Leningradskoje otdelenije.
- Drugovejko-Dolžanskaja, Svetlana Viktorovna. *Slova-kentavry*. 11. 9. 2020. <http://gramma.ru/RUS/?id=1.6>.
- Gusejnov, Čingiz Gasan. 2000. *Zametki k antropologii russkogo Interneta*. 31. 3. 2019. <http://www.zh-zal.ru/nlo/2000/43/main8.html>.
- Koval', Dar'ja Je. 2018. „Problema perevoda slenga «nadsat» na russkij jazyk v romane Ėntoni Berdžessa «Zavodnoj apel'sin».“ *Aktual'nyje voprosy sovremennoj filologii i žurnalistiki* 30, č. 3. 11. 9. 2020. <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-perevoda-slenga-nadsat-na-russkiy-yazyk-v-romane-entoni-berdzhessa-zavodnoy-apelsin/viewer>.
- Pavlova, Marija Vladimirovna. 2017. „Chudožestvennyj bilingvizm i problema neperevodimosti (na primere romana Ė. Berdžessa «Zavodnoj apel'sin»).“ *Filologičeskije nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 12: 21–5. 11. 9. 2020. <https://cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvennyy-bilingvizm-i-problema-neperevodimosti-na-primere-romana-e-berdzhessa-zavodnoy-apelsin>.
- Self-translation. Brokering Originality in Hybrid Culture*, ed. Anthony Cordingley. 2013. L.: Bloomsbury Academic.
- Vakulova, Jelena Nikolajevna. 2011. „Nekotoryje aspekty formirovanija terminologii “Public relations”: anglijskije zaimstvovanija.“ In *Russkij mir i ruskoje slovo v mežkul'turnom prostranstve*, 171–5. Istanbul: Fatih universitesi.

Vojskunskij, Aleksandr Jevgen'jevič. 2017. *Razvitije obščeniya kak rezul'tat primeneniya Interneta*. 31. 3. 2019. http://cyberpsy.ru/articles/verbal_internet_communication.

Вакулова Елена Николаевна, кандидат
филологических наук, доцент
Кафедра журналистики и медиакоммуникаций
Факультет социальных технологий, Северо-
-Западный институт управления Российской
академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте
Российской Федерации
Средний пр. В.О., 57/43
199 178 Санкт-Петербург
Россия
sziu@ranepa.ru