**Графический образ иноязычного слова в современных русских текстах**

З. Н. Пономарева

Графический образ слов родного языка всегда составлял предмет гордости народов, имевших письменность. Помню «Уроки Армении» А. Битова и его восхищение армянским алфавитом: даже заимствованные слова типа вокзал, заключенные в причудливые и гармоничные очертания армянского шрифта, приобретали для писателя какой-то особый смысл.

Будучи в Китае, я увидела, насколько естественны были надписи иероглифами на зданиях традиционной китайской архитектуры и как вычурно и даже безвкусно выглядели они на современных «западных» конструкциях из стекла и металла. Это поразительное единство формы в разных видах искусства говорит о многом.

Графическое оформление речи — это больше, чем просто форма. Отпечаток её — не только на сетчатке глаза, но где-то в мозгу, где-то в душе. Каллиграфия — только кажущаяся одинаковость. Это свобода творчества на фоне отточенности. Расхлябанность, бесформенность приедаются, пестрота по своему монотонна. Красота истинная не терпит сравнения — она несравненна. Так и кириллицу и латиницу нельзя сравнивать — что лучше, что хуже. Единственно важно, что кириллица — это русский язык.

Поэтому каждое покушение на форму — письменность — так болезненно. Совсем недавно настоящее потрясение пережила Молдавия, волюнтаристски переведённая на латиницу (как результат — всё население было грамотным, а стало полуграмотным или неграмотным в большинстве Посмотрите на надписи на стенах — наши граффити! Может стать предметом специального исследования то, как часто используется в них латинский алфавит и какие забавные ошибки встречаются (к примеру, lave — love , kismi — kiss me и менее приличные). Печатная продукция вообще заполнилась латинскими начертаниями. Впечатление, что мы все вдруг стали стыдиться своей родной речи, своего родного кириллического письма. Латиницей пользуются не только в подвижных и не очень разборчивых СМИ, но и в деловых бумагах (экономического, политического характера), и в личной переписке, и в художественной литературе, и в многочисленных текстах рекламного характера (прежде всего!). Очень активно идёт этот процесс в сфере развлекательного бизнеса и, разумеется, в Интернете.

Мне кажется, что параллельно идут два процесса: 1) разрушение принципов, стандартов употребления кириллического письма и 2) варваризация языка через латиницу.

О первом можно сказать, что игра со словом давно перехлестнула через край разумного, нравственного, в том числе на чисто графическом уровне: У-личный каприз -есть смысл? Вообще интересно, куда мы так торопимся, глотая слоги и слова? ФАКультет — извините, не хочется казаться такой уж испорченной, да и не все пока английский матерный знают, но намёк-то явный. Явный и бессмысленный. А эти словечки, от которых бедная кириллица ёжится и корёжится: дайджест, ноу-хау, нон-стоп, «ЧайФ», а эти «Завтречко», «Утрянка»!.. Так что процесс внедрения латиницы в русский текст представляется лишь следующим шагом на пути разрушения формы, а значит, и искажения, искривления смысла письменной русской речи.

То, что все читают по-английски, как бы и не ставится под сомнение. Ясно, что реклама, рассчитанная на массового потребителя, должна быть доступна ему. Трудно представить, конечно, что платья Готье и Версаче будут покупать все подряд, однако огромный транспарант через Каменноостровский проспект в Петербурге бросается в глаза и заманивает каждого: Versace — и никакого русского эквивалента. «Как это читать? -спрашивает пожилая женщина, — Версасе, Версац?» А я тут же вспоминаю фильм «Сбежавшая невеста», когда героиня хочет быть «на уровне» и говорит о платье от «Версасэ», на что всё понимающий Ричард Гир, точнее, его герой, отвечает усмешкой, поправляя её. Видно, не только в России «сладкая жизнь» манит чужими этикетками и ярлыками. Но вот любопытный вопрос: зачем нас всех убеждают, что это нам непременно надо всем знать? Может быть, затем, чтобы мы не думали о чем то другом?

Существуют определенные принципы успешного общения. Например, требуется не затруднять понимание употреблением терминов, незнакомых слов, не перегружать речь образами, не давить пафосностью, не утомлять юмором и т. д.

Словообразовательные модели построения слов можно определять, собственно говоря, игнорируя, какого — латиничного или кирилличного — вида «строительные кирпичики». Всё чаще встречаются слова-гибриды, слова-монстры, внутренняя форма которых доступна лишь тому, кто знает английский язык, а значит, для большинства русскоговорящих (читающих) слова бесформенны. Корень русский — аффикс английский (смотрибельный, читабельный, итебельный от eatable — съедобный), корень английский -аффикс русский («Deadушки»). Широко употребительны новые слова, уже давно ясные в латиничной форме: tele, show, plus, time, hit, top, jazz, news, game, play.

Надо сказать, что по сравнению с 1998 годом, когда я впервые проанализировала программу телепередач как текстовую данность, большинство телеканалов представлено в ней более «культурно». Чего не скажешь о МТВ — музыкальном канале. Программа пестрит удивительными созданиями: «Newsблок с Александром...», «NewsblockWeekУэйкер», «Рro новости» и проч. Русский язык никогда не относился к языкам агглюнативного типа, но сейчас в словообразовании явно идут процессы агглютинации — приклеивания друг к другу всё новых слов-частей, которые существуют, не изменяясь. Мы видим нарушение всех правил употребления строчных и прописных букв: и в рамках кириллического письма (БиоРИТМ, МузМетель), и в соединении двух алфавитов («РlayМеню»,«2FreШ»). От убогости ли, от богатства ли содержания авторы новых слов прибегают одновременно уже не к двум современным алфавитам, а к трём, включая устаревший русский: «КоммерсантЪ dailу» (правда, сейчас перестали, кажется, уже писать твёрдый знак), «ПапарацЦi» (кстати, словари дают вариант с двумя п -паппарацци).

Явно учащается использование фонетического способа передачи чужих слов. Причем преодолеваются разными способами. Нередко возникает «забавность» произносительного способа передачи, его приблизительность и неточность. Например, в рекламе венгерской мебели никак не объясняется название (на вид английское слово), что значит лазертач и какой родной звук передает буква з? Может быть, это от слова laser -лазер (модная сейчас лазерная обработка кожи), а может быть, от слова leather — «кожа»?

Как мы уже упоминали, языковая игра, стёб, ёрничанье как признак современной речи всё шире на уровне написания базируется на смешении элементов чужого и родного языка. При этом среди удачных примеров можно найти множество безвкусных и просто безграмотных: «ПоCOTYли в Финляндию!» (всё-таки по-русски надо писать покатили), «Доставь себе удоVOLVствие», «TVоя верная спутница», «КRUтая игра», «GAMEназия», «WEBсайтская история».

Оригинальную игру «в поддавки» от английской к русской речевой шутке поймут не многие, а те, кто поймет — огорчатся безграмотностью переводчиков. Например: «Shere Tea» — «чистый, беспримесный чай» передаётcя как Шери ти (шери, чери — довольно известные слова и в русском обиходе), а «Quali Tea» — «качественный чай» (языковая игра за счет изменения конечных букв и омофонии в английском произношении) рекламщики перевели как Чай Кволити, проиграв таким образом и в остроумии, и в точности английским партнерам.

Впрочем, нет ли положительного в проходящих процессах? Ведь уже все, кто входит в Интернет, свободно соединяют кириллицу с латиницей: и в словообразовании и словоизменении там такой разгул — уму непостижимо! Из Windows — виндоузить, из е-mail (имейла, если по-русски! Уже никому, кажется, не обязательно переводить «электронная почта») — мыло: я не сразу поняла в послании молодого человека получил твоё мыло -вроде не посылала никакого мыла!..

А анекдоты? Переставили слова в приветствии: Are you welcome! Получилось: Вас сюда звали?! Идет видеофильм по-английски: How do you do?-All right! Русский переводчик за кадром гнусаво: Как ты это делаешь? — Всегда правой!

Вот такие у нас англо-русскоязычные дела! Однако если вернуться к серьёзному тону, то, думается, требуются совместные усилия лингвистов для сбора, анализа подобных фактов и выработки определенных рекомендаций по передаче иноязычных слов в русском письме.