

Далёкие годы и дальние края в современной русской фонетике и орфографии

Александра Николаевна Ливанова

alex_livanova@yahoo.com

В современном русском обращают на себя внимание, среди прочего, две тенденции. Первая из них проявляется в некоторых особенностях передачи на письме названий предприятий, образованных от фамилии владельца. Вторая – это определенная путаница в произношении и написании двойных согласных.

Первая из них обратила на себя внимание автора приблизительно с начала девяностых годов прошлого столетия. Она касается возрождения распространенной в России до революции 1917 года и продержавшейся во времена НЭПа традиции (в Европе не прерывавшейся) называть предприятия и заведения по фамилии владельцев или основателей.

При советской власти, однако, идеалом являлась общественная собственность. Предприятия промышленности и торговли принадлежали народу, а никак не отдельным людям. Соответственно, и называться по чьей-либо фамилии они не могли. Возникла новая формула названий, которая могла содержать указание на имя: имени такого-то. При этом деятель, именем которого называли предприятие, нередко не имел к нему никакого отношения. Например, в 1858 г. английским механиком Гуллетом был основан завод в Перми; завод несколько раз менял владельцев и название, и в конце концов в 1926 году ему было присвоено имя Ф. Э. Дзержинского, умершего в этом году, но с заводом никак не связанного: Машиностроительный завод имени Ф. Э. Дзержинского. Владимир Ильич Ленин на пик Ленина на Памире не поднимался (до 1928 г. пик Кауфмана, с 2006 г. – пик Абу Али ибн Сины). Над подобной практикой позволили себе пошутить Илья Ильф и Евгений Петров в книге «Двенадцать стульев», где герои отправляются ночевать в общежитие имени монаха Бертольда Шварца.

После распада Советского Союза от этой практики не отказались, лишь в ряде случаев поменяли имена. Так, Московский университет с 20 октября 1932 г. носил название Московский государственный университет им. М.Н. Покровского, историка-марксиста, умершего в этом году. Однако

позже взгляды Покровского были признаны неправильными, и с 11 ноября 1937 г. его имя из названия университета было убрано: Московский государственный университет. Наконец, с 7 мая 1940 г. университет называется Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (формулировка полного названия неоднократно менялась, но имя Ломоносова в нём оставалось).

Однако с появлением в 90-е годы прошлого века вновь частных фирм и производств постепенно вернулась и казалось бы канувшая в лета практика называния предприятий по фамилии владельца. Так, назвать издательство собственным именем предложил Ивану Юрьевичу Лимбаху писатель Андрей Битов: «были же в России издательства Собашиных, Сытина, Девриена, Маркса», пишет журналист в материале, посвященном 30-летию петербургского издательства Ивана Лимбаха, основанного в 1995 году (Шеромова 2025).

Чуть позже, в 1999 году, предприниматель Борис Юрьевич Александров, основатель компании «Ростагроэкспорт», запустил бренд глазированных сырков премиального класса «Б. Ю. Александров». Фамилия этого бизнесмена образована от имени Александр; как известно, многие русские фамилии представляют собой, собственно, форму родительного падежа имени (Иванов) или названия профессии (Кузнецов) начинателя рода.¹ Как указано в исследовании (Рылов 2006: 183), «90% русских фамилий образованы при помощи формантов кратких притяжательных прилагательных -ов/-ев, -ин». Чаще всего в мужском роде такие фамилии имеют окончание -ов, и при склонении в формах, оканчивающихся на согласный, этот согласный оглушается: Ивано/ф/ – Ивано/в/а – Ивано/в/у. В прежние времена, до появления с середины прошлого века в разных странах официальных правил транслитерации иноязычных имен собственных, при передаче латиницей таких фамилий и, соответственно, предприятий, названных по имени владельца, часто использовалась соответствующая произношению форма –off. Так, мясное блюдо, известное в современной России как бефстроганов, было названо французским поваром графа Строганова по-французски же *bœuf Stroganoff*. Именно в такой форме, лишь с изменением обозначения говядины (английское *beef Stroganoff* или испанское *ternera stroganoff*), оно вошло в кулинарный дискурс многих западноевропейских стран. Ср. норвежское и шведское *Biff Stroganoff* с вариантами (Glad i mat 2007/1: 18). Не нужно далеко ходить – читающим скандинавам хорошо знакомо имя шведской писательницы Karin Smirnoff.

Войдя в лексический состав языков, обладающих иной фонетикой, это название, разумеется, утратило ту особенность, которой обладало в соответствии с фонетическими закономерностями русского языка, а именно тем, что оглушенный в /ф/ согласный на конце слова перед паузой, оказываясь при

¹ <https://saransk.bezformata.com/listnews/familii-na-rusi-nosili/151169863/>

склонении слова по падежам в межвокальном положении, произносится звонко: Строганов /f/ - Строганова /v/. Так, рассказывая о происхождении этого блюда и, соответственно, о роде Строгановых, автор материала в норвежском рекламном кулинарном журнале не отражает в транслитерации фамилии озвончения согласного: “Stroganoffene hadde drivhus og kunne servere all slags frukt og grønnsaker midt på kaldeste vinteren” (Glad i Mat 2007/1: 18). А вот в финском языке, исконный фонемный состав которого не включает /f/, это блюдо называется *stroganovinpilvi*.

В «Пире Бабетты» Карен Бликсен «Заскорузлые провинциалы едят черепаховый суп под херес *amontillado*, блины *Demidoff* с черной икрой под *Veuve Cliquot 1860*» (Вайль 2002: xi, выделение наше). На российских сайтах это блюдо называют по-разному, но всегда отражая произношение с долгим глухим /f/: блинчики а-ля Демидофф, блины Демидофф. Предположительно именно это блюдо – изобретение самой датской писательницы, но во французской кулинарии имеются также фазан *Faison Demidoff*, пулярка *Poularde Demidoff* и другие, названные, вероятно, в честь графа Демидова, супруга Матильды Бонапарт, племянницы Наполеона I. Ряд других аристократов оставили след во французской кулинарии, весьма популярной в России особенно в XVIII-XIX веках. В их честь названы, например, омлет *Omelette Orloff* (любимый омлет Пикассо), десерт клубника романофф *fraises (à la / façon) Romanoff*. В том же виде, то есть с написанием -офф/-off, они вошли и в русский кулинарный лексикон.

«Сформировавшиеся во французской кухне изысканность и подчеркнутый аристократизм завораживали российский высший свет», сказано в увлекательной книге Виталия Задворного «Французская кухня в России и русской литературе» (Задворный 2023: 119). Не удивительно, что даже если в русский лексикон с его кириллицей подобные отыменные названия вошли в форме на -офф/-off, та же форма широко использовалась во всех странах, на высокую кухню которых оказала влияние французская. А это кухни практически всех стран Европы и Америки.

Разумеется, русские фамилии требовалось передавать латиницей при переводе литературных произведений. Герой романа Льва Толстого «Воскресение» зовется в норвежском переводе Хольгера Синдинга (1899), взявшего за основу имевшийся французский перевод, *Fyrst Nekliudoff*. В 1948 г. в Стокгольме была поставлена опера швейцарского композитора Генриха Зутермайстера «*Raskolnikoff*», созданная по мотивам романа Фёдора Достоевского «Преступление и наказание». Название «*Raskolnikoff*» носит ресторан в Дрездене.

Заслуживает упоминания история марки финского пива *KOFF*, представляющей собой сленговый вариант, образованный от названия

предприятия купца Николая Синебрюхова, созданного в Хельсинки в 1819 г. (Великое Княжество Финляндское входило в состав Российской Империи с 1809 по 1917 год): **Sinebrychoff**. Эта пивоварня до сих пор является крупнейшей в Финляндии.

Другой популярный бренд – водка **Smirnoff**, история которой началась в России в XIX веке. Тогда она называлась «Смирновъ №21» (о написании с твердым знаком см. ниже), но после эмиграции основателей стала популярна под названием в написании латиницей. Прочитать об этом подробнее можно в увлекательной книге норвежского писателя Гейра Поллена (Pollen 2021: 98-102).

Популярный во второй половине двадцатого века исполнитель русских песен, немец по национальности, Ханс-Рольф Рипперт выступал под псевдонимом **Ivan Rebroff**. Экзотические псевдонимы выбирают многие представители творческих профессий; русский псевдоним в данном случае возможно обусловлен не только репертуаром, но и славой великого Шаляпина.

В Чехии с 1864 г. производятся пианино **Petrof** (с одной буквой -f). Компанию основал и назвал своим именем чешский предприниматель Антонин Петроф, а правила чешской орфографии запрещают написание двух одинаковых согласных подряд. Думается, однако, что большинство слышавших об этих инструментах дилетантов (музыканты-то знают) уверены, что фамилия русская.

Когда традиция прервалась, оставшиеся в памяти русских и в литературе названия фирм и заведений с написанием формы родительного падежа единственного числа в фамилиях с -оф, -офф, -off стали ассоциироваться с недоступными роскошью и свободой предпринимательства прежнего и обрели романтический флёр. Распространенные же фамилии с написанием -ов воспринимались как массовые, простецкие: «Фамилии, которые в сознании русских ассоциируются с типичным представителем нации, человеком с улицы, – *Иванов, Петров, Сидоров*» (Рылов 2006: 189). Видимо, поэтому, когда обладатели фамилий на -ов стали называть принадлежащие им предприятия и заведения своим именем, они предпочли писать названия через -офф (Банк **Тинькофф**), в двух вариантах (Ресторан **Usoff** / **Усофф**) и даже в гибридном написании (Ресторан «**Ушакоff**»).

Однако большинство современных названий торговых марок, выглядящих как фамилии владельцев или основателей, на самом деле образованы от имен нарицательных, призванных внушить покупателю, что в названии марки указывается ключевое свойство продукта или услуги – от соответствующих существительных и, реже, прилагательных образованы фантазийные фамилии, используемые в названии. Конечно, фамилии типа Кузнецов (Купцов, Певцов, Портнов), образованные от обозначения рода деятельности носителя, существовали издавна. Однако у настоящих владельцев предприятий, перечисленных ниже, фамилии не те, что фигурируют в названии бренда.

Подбор фамилии для названий указанного типа диктуется, вероятно, двумя соображениями: легко запомнить и найти фирму по названию, намекающему на то, чем она занимается; название ироничное, вызывает улыбку, поскольку «аристократическое» написание с -оф(ф) контрастирует с бытовым, не сказать, низменным, занятием, на которое намекает название. В пример можно привести транспортные компании «Грузовичко**ф**» и «Таксовичко**ф**», гель от тараканов и муравьев «Таракано**фф**», сеть кофеен «Чайнико**фф**», сеть прачечных «Чисто**фф**».

Если продукт популярен, от его наименования могут быть образованы названия с разными вариантами написания: «Блинный бар Блино**ф**», ресторан «Блино**фф**» традиционная российская сеть блинов «BlinOff»; ресторан доставки «Пирого**ф**», кафе «Пирого**фф**».

Забавно, что название сорта кофе «Иргаче**фф**», данное ему по региону в Эфиопии, где он выращивается, многие русские воспринимают как название торговой марки по фамилии предпринимателя и читают букву «е» в нем как /о/. Интуитивно это слово встает в ряд с другими, где на месте буквы «ё» часто пишется «е», которая после шипящих произносится как /о/.

Иногда цепочка ассоциаций, вызываемых названием продукта, более сложна: БАД «Изжого**фф**» предназначен для предотвращения изжоги; колбаса «Крако**фф**» представляет собой вариант традиционной краковской колбасы; универсамы «Семишаго**фф**» расположены так, что до них недалеко идти пешком.

Разумеется, есть и примеры написания с -ов/-ев: пиво «Бочкарев», сыры «Бутеобродов», хлопья «Быстров», ресторан «Грибоедов», колбасы «Дымов», мясные изделия «Мясоедов», производитель сыров «Сыробогатов». Но и в этом случае название марки продукта образовано не от фамилии предпринимателя, а призвано ассоциироваться с самим продуктом: пиво традиционно хранят в бочках, каша из хлопьев готовится быстро, у писателя говорящая фамилия – возможно, его предки любили есть грибы, название «Мясоедов» говорит само за себя, как и «Бутербродов», и «Сыробогатов». Последнее название явно образовано по образцу реально существующей фамилии Скоробогатов. Однако наиболее показательная, на наш взгляд, история связана с брендом колбасных изделий «Дымов». Основатель предприятия Вадим Засыпкин приобрел обанкротившийся Крылатский мясокомбинат в Москве и переименовал его по фамилии вымышленного персонажа «Дымов»: среди сортов выпускаемых колбас много копченых, они должны пахнуть дымком, пусть виртуальным. Когда продукция обрела популярность, Засыпкин сменил фамилию на Дымов.²

Так же по ассоциации с родом занятий и на основе двух других распространенных моделей фамилий (на -ин и на -ский) образованы названия

² <https://www.forbes.ru/forbes/issue/2004-12/21876-imya-sobstvennoe>

предприятий по утилизации отходов и переработке вторсырья «Переработкин» и «Переработкинская».

К сожалению, остроумные сочинители названий не обошли вниманием фамилии русских знаменитостей. Вряд ли на репутацию старца Распутина может бросить тень то, что его именем названы кафе в Санкт-Петербурге и ресторан в Сочи. Вероятно, предполагается, что в этих заведениях можно веселиться, полностью раскрепостившись. Однако хотя в ресторане Грибоедов и висит портрет писателя, в названии скорее обыграна его фамилия, как обыграна фамилия другого писателя в названии службы доставки продуктов «Достаевский» – по созвучию со словом «доставка» (от этого же корня буква «а» в названии службы). Особенно не повезло в этом смысле композитору Чайковскому, в фамилии которого буква «в» перед «с» произносится как глухой /f/ и, соответственно, с известной долей фантазии основу этой фамилии можно представить себе как возводимую к названиям напитков «чай» и «кофе». В продаже имеется пирожное с какао в шоколадной глазури и с шоколадной начинкой «Чайко**ф**ский», есть магазин бакалеи «ЧайКо**фф**ский», чайная фирма «Чайко**фф**ский», магазин элитных чайных бомбочек и ложечек «ЧайкО**фф**ская». Как видим, в написании этих названий используются самые разные приёмы. На самом же деле фамилия композитора происходит от польских или украинских топонимов, образованных от прозвища «чайка», значение которого одни связывают с названием птицы, другие с глаголом «чаять» (то есть «надеяться»).

Другой способ придать названию ореол традиции – написание существительных, оканчивающихся на согласный, с ером (сегодняшним твердым знаком), как это было принято в русской орфографии до 1918 года. В современном русском языке эта буква на конце слова является неприемлемой.

Ресторан «Абрикосовъ» открылся на Невском проспекте в 1990 году на месте бывшего кондитерского магазина «Товарищества А.И. Абрикосова и Сыновей», появившегося здесь в 1906 году, сообщается на сайте заведения.³ Вообще же магазины «Абрикосов и Сыновья» существовали и в других крупных городах России.⁴

Другой известный ресторан, в названии которого владельцы используют твердый знак – «Палкинъ». Сайт заведения, открывшегося под этим названием в 2002 году, сообщает: «В 60-х годах XIX века в Петербурге существовало два ресторана, славившихся русскими кушаньями, принадлежавших почетному гражданину, коммерции советнику, купцу 1-й гильдии Константину Павловичу Палкину. В 1914 году Россия ввела «сухой закон», и ресторан начал пустеть. К 1917 году «Палкинъ» окончательно закрылся», и далее разъясняется, что

³ <https://www.restorating.ru/spb/catalogue/abrikosov>

⁴ <https://abrikosov-spb.com/history>

ресторан «стремился возродить традиционную для Санкт-Петербурга атмосферу «хлебного» гостеприимства, сложившуюся еще в конце XIX – начале XX веков».⁵

«Дореволюционная» буква в названиях двух указанных заведений несомненно вносит свой вклад в создание этой атмосферы. Как и окончание -оф(ф)/-off, твердый знак используется в названиях брендов пищевых продуктов, как бы свидетельствуя об их высоком качестве и накопленном производителями многолетнем опыте. Это, например, пельмени «Ложкаревъ», майонез «Махеевъ» и белорусские молочные продукты бренда «Рогачевъ». И хотя в названии бренда «Махеевъ» использована фамилия одного из основателей производства (друзей Леонида Барышева и Леонида Махеева), зарегистрирован он был в 1999 году, так что здесь говорить о возобновлении дореволюционных традиций не приходится. Однако в рекламных целях компанией распространялась легенда о некоем купце Махееве, производившем майонез в дореволюционной Елабуге. Что касается Рогачевского молочноконсервного комбината, то он был основан в старинном городе Рогачев лишь в 30-х годах прошлого века.

Хозяйство «Курцево» в Городецком районе Нижегородской области, запустившее производство в 2019 г., продает сыр сорта «стилтон» под названием «Стилтонъ». Говорить о сохранении традиций не приходится и здесь.

Однако одним из первых использовал этот способ придания респектабельности своему предприятию издательский дом Коммерсантъ, история которого начинается с 1988 года.⁶ Им была основана еженедельная газета «Коммерсантъ» — первое частное деловое издание в стране. Стоит отметить, что в советское время слово «коммерсант» использовалось большей частью с негативной оценочностью и применительно к капиталистическим странам.

Однако употребление твердого знака в целях привлечения (солидных) клиентов не слишком распространено, возможно, потому, что если произнести в шутку какое-нибудь Таксовичко**фф**, утрируя /f/, легко, а вот твердый знак произнести невозможно.

Разумеется, не только русских влечет в дальние страны, жизнь в которых представляется более увлекательной, или в далекое прошлое, окутанное романтической дымкой. Как гласит пословица, gresset er (alltid) grønnere på den andre siden.⁷ Если в реальности сменить место жительства или повернуть время вспять оказывается невозможно, выход в том, чтобы видоизменить свою фамилию. Тогда тебя будут принимать за выходца «оттуда», априорно более культурного, аристократичного и овечьного ореолом загадочности.

⁵ <https://palkin.ru/history>

⁶ <https://www.kommersant.ru/about>

⁷ <https://www.forskning.no/kultur-ny-psykologi/spor-en-forsker-hvorfor-er-gresset-alltid-gronnere-pa-den-andre-siden/319872>

Примеры подобного рода встречаются и у скандинавов. Если в исконно германских словах, в том числе в именах собственных, ударение тяготеет к первому слогу, можно переставить его на последний (ср. шведские фамилии *Lundin*, *Fälldin*, которого русские дикторы, поскольку ударение на именах собственных, в том числе иностранных, к сожалению, не ставится, часто называли Фельдин, как Федин). Если фамилия простецкая, добавим *de* или *von*; можно латинизировать фамилии, что практиковали священнослужители: Лестадиус, Сибелиус, Топелиус (*Læstadius*, *Sibelius*, *Topelius*). Такой наивный способ обретения аристократического лоска высмеян еще Людвигом Хольбергом, у которого простой датский парень *Rasmus Berg*, отучившись в университете, настаивает на том, чтобы его называли латинизированным именем *Erasmus Montanus*.

С другой стороны, можно изменить написание фамилии, оставив ее звучание прежним, как в норвежских фамилиях *Wiig*, *Wahl* и *Krogh*, о чем пишется в заметке под красноречивым заголовком «Снобизм в норвежских фамилиях».⁸

Второе явление, обратившее на себя наше внимание, можно по аналогии с народной этимологией назвать народной фонетикой, и здесь речь пойдет не о сознательных экспериментах над орфографией, а, напротив, об особенности русского произношения, о которой люди, не являющиеся специалистами по русскому языку, мало задумываются. Любому слависту известно, что в русском языке двойные согласные в исконной лексике встречаются на стыке морфем. В корне слова они представлены в иностранных заимствованиях. Соответственно, звучание долгих согласных ассоциируется с экзотикой, романтикой и прочими притягательными моментами. Одна моя однокурсница рассказывала, что выбрала кафедру скандинавской филологии, потому что ей казались очень экзотичными и красивыми долгие сонанты и латеральные в норвежском и шведском.

Поэтому далекие от филологии русские, каковых, естественно, большинство, подсознательно ожидают, что в иноязычном слове, особенно в ударном слоге, должен быть двойной согласный, и пишут его, даже если не слышат. Таким образом на письме (гораздо реже в устной речи, о чем позже) отражаются представления о нормативном произношении.

Чаще всего заменяются двойными буквы *l* и *n*, обозначающие те самые звуки, которые так пленяли мою однокурсницу. Характерный пример, где лишняя буква вставлена журналистом в название произведения, изучение которого является обязательным в курсе литературы для гуманитарных специальностей: «Возможно, Коровин, любя друга, несколько и преувеличил его достоинства, но

⁸ <http://www.forskning.no/artikler/2012/oktober/338213>

"Иллиаду" и "Одиссею" Михаил Врубель совершенно точно читал по-гречески».⁹

Другие примеры с «л»: «В Лапландию... к Йоллупукки... в самый раз...»;¹⁰ «в свое время Манделла стал альтернативой Де Клерку и режиму апартеида» (пишет известный политолог¹¹ 14.01.21); помелло (фрукт).

В книге скандинависта и культуролога В.В. Похлёбкина «Моя кухня и мое меню», видимо, «знающий» корректор или редактор поменял на Хиллка (с. 339-340) имя автора книги «Финская национальная кухня», которую на самом деле зовут Хилкка Уусивирта (Hilkka Uusivirta). Перевод этой книги выполнен как раз самим В.В. Похлёбкиным. Похожее преобразование претерпело название страны Филиппины.

Примеры с «н»: в комментарии к заметке находим «Зачем Бранна снимает бездарные копии шедевров? Да, красивые, яркие, но абсолютно бессмысленные»,¹² при том, что в тексте заметки пишут «Брана»; режиссёр Бюннюэль;¹³ ликёр ванна Таллинн;¹⁴ марихуанна; пинно (сорт винограда); «кольцо K335 "Шпиннель"» (объявление на сайте Avito).

Впрочем, удлинение сонорных иногда наблюдается и у скандинавов. Как известно, долгий звук /m/ на конце слова в ударном слоге обозначается одной буквой m. Слов, где эта буква обозначала бы краткий согласный, совсем немного. Звуку m акустически и артикуляционно свойственна длительность.

Возможно, поэтому в книге «Mannen som ikke ville hjem» (Pihl 2014) голубку зовут Palomma (при том, что голубь по-испански paloma, и так же называется популярная песня).

Еще более показательным представляется удвоение глухих смычных, русскому языку не свойственное вовсе. Примеры с /k/ и /p/: Выдать всем форму хакки и запретить смеяться месяц;¹⁵ Гуаккамале в меню;¹⁶ «Герман, сын Германа... Послеблокадный Ленинград. Поселок Келомякки (Комарово), где после войны летом жили многие ленинградские писатели»,¹⁷ хотя на самом деле финское название поселка Kellomäki; марка полуфабрикатов Куромякки; «Винтажные бусы «Саккура в цвету» от компании Japa. Ювелирный пластик

⁹ ИБ / Василеостровские новости №10, 26 сентября 2014

¹⁰ <https://www.fontanka.ru/2025/11/03/76105400/comments/>

¹¹ https://echo.msk.ru/blog/leonid_gozman/2773574-echo/

¹² «Убийство в Восточном экспрессе» никакой фильм. (Комментарий к публикации на сайте <https://www.fontanka.ru/2022/02/04/70424147/>)

¹³ Петровский курьер 16-22 февр. 2004

¹⁴ <https://www.ozon.ru/category/likier-vanna-tallin/>

¹⁵ <https://www.fontanka.ru/2025/11/26/76139687/>

¹⁶ <https://www.gethistories.com/p/a-history-of-guacamole>

¹⁷ today.ru/tv/culture/9662174

розового тона, бижутерный сплав серебряного тона. Япония, 1970-е годы»;¹⁸ «В Испании, когда король Филиппе VI приветствовал русский робот-телескоп»...¹⁹

Существует бренд кофе «El Passa». К сожалению, выяснить, какую точно идею авторы наименования бренда положили в его основу, не удалось, но результат представляет собой искаженное (удвоен согласный на конце ударного слога, безударный /о/ передается буквой «а» как бы с характерной для русского языка редукцией; получившееся в результате квазислово должно бы в испанском иметь женский род и, соответственно, оформляться артиклем женского рода la, а не мужского рода) название города El Paso в Техасе. Вероятно, название бренда призвано навеять потребителю мысли о жарком солнце где-то в Латинской Америке, а не испанском названии изюма «la pasa».

Образованная и начитанная подруга-филолог пишет о коте, кличка которого, цитирую, «Дон Витто Карлеоне». Здесь даже две обусловленных фонетикой русского языка ошибки: две буквы «т» и отраженная на письме редукция безударного «о» в «а». Конечно, этот норвежский кот на самом деле назван в честь персонажа книги и фильма «Крёстный отец» дона Вито Корлеоне (Don Vito Corleone).

Другая подруга, лингвист, профессор, известный переводчик, пишет, что ее папа всегда засыпал над «Жизнеописанием» Бенвенутто Челлини. И хотя на обложке изданного в России перевода книги значится «Бенвенуто» (как и должно быть), поисковая система google моментально выдает как минимум четыре сайта, из которых два созданы в ЖЖ, один – доска объявлений ВКонтакте, и еще один обычно вполне надежен (LiveLib).

Случается, что, напротив, слова с двойным согласным пишут с одним. Видимо, таким образом в некоторых случаях проявляется гиперкоррекция: Галина бланка; Альберт Ассадулин²⁰ (имеется в виду популярный в конце прошлого века татарский певец Асадуллин). В следующем примере не слишком грамотный читатель пишет заимствованное слово так как слышит (авторская орфография сохранена): «Я убежден, что нужны какие-то ограничения на продажу перфораторов, отбойных молотка и до. Разрушающих устройств. Я знаю, что многие, столкнувшись с многомесячной перфорацией задумываются о килере (не серьезно, конечно)».²¹

Однако примеров замены удвоенных согласных на одинарные мало, поэтому относительно причин этого явления можно высказывать лишь осторожные предположения.

Показательный случай, демонстрирующий, насколько сложно русскому человеку, не являющемуся филологом, воспринимать и воспроизводить

¹⁸ <https://www.ozon.ru/context/detail/id/144502969/>, 27.05.2018

¹⁹ <https://sergey-verevkin.livejournal.com/6252936.html>

²⁰ Петровский курьер 16-22 февр. 2004

²¹ <https://www.fontanka.ru/2024/08/11/73945907/comments/>

удвоенные согласные даже в казалось бы давно усвоенных словах, обнаружился в календаре на 2026 год, подаренном автору его милейшим соседом-художником, интеллигентным человеком с высшим образованием. В пользующихся уже несколько лет огромной популярностью календарях на странице каждого месяца рассказывается коротенькая выдуманная история, которую иллюстрирует рисунок соседа. Апрельская история актуального календаря называется «Клуб любителей драматического искусства 'Апполон'». Как утверждает расстроенный сосед, тексты в календаре трижды были вычитаны опытным корректором.

С тенденцией к удвоению согласных в заимствованиях связана также другая тенденция, просодическая. В многосложных заимствованиях, как в именах собственных, так и в нарицательных, носители русского языка стремятся выделить ударением предпоследний слог (к сожалению, место ударения на письме обычно не указывается). Поскольку удвоение согласных характерно как раз для ударного слога, удвоенные согласные появляются в весьма неожиданных позициях. Так, в объявлении о продаже сумки марки Fidelity название марки написано неправильно даже латиницей (*sumka_fidelitti*): Сумка из натуральной кожи, пара выходов в свет, не прижилась в гардеробе.²²

Фамилию норвежского премьер-министра Трюгве Браттели (Trygve Brátteli) дикторы радио и телевидения обычно произносили как Братёлли, а фамилию не раз выступавшего в Санкт-Петербурге современного норвежского композитора Хеннинга Соммеру (Henning Sómmerro) – как Соммéro.

Рассмотренные явления позволяют сделать некоторые выводы. Сознательно используя двойные согласные в написании названий компаний и продуктов, образованных на базе реальных и выдуманных русских фамилий, производители потребительских товаров и копирайтеры стремятся не только привлечь внимание потребителя необычным написанием слов, но и вызвать у него ассоциации, связанные с представлением о давних традициях производства, якобы ориентированного и на экспорт, и, соответственно, с представлением о высоком качестве товара.

С другой стороны, не поддерживаемые фонотактикой русского языка двойные согласные в заимствованной лексике представляют собой значительную сложность даже для высокообразованных носителей русского языка, которые часто делают ошибки в написании хорошо знакомых им слов, в том числе имен собственных. Среди таких ошибок преобладает написание двойных согласных вместо одинарных. Это свидетельствует о том, что первые явно воспринимаются как характерная особенность чужого, заимствованного слова.

²² https://www.avito.ru/sankt-peterburg/odezhda_obuv_aksessuary/sumka_fidelitti_naturalnaya_kozha_kruglaya_karkasnaya_2290592297

Описанные феномены показывают, что не только в лексике, как обычно принято считать, но и в орфографии и орфоэпии отражаются представления носителей языка о своем (современном, локальном) и чужом (минувшем и далеком). Удвоенные согласные, в исконной русской лексике встречающиеся лишь на стыке морфем, а в заимствованной и в иных позициях, служат одним из маркеров подобного противопоставления.

Использованная литература

- Вайль, Пётр Львович. 2002. Предисловие // *Пир Бабетты*, xi. Москва: Независимая Газета.
- Задворный, Виталий. 2023. *Французская кухня в России и русской литературе*. Москва: Новое литературное обозрение.
- Похлёбкин, Вильям Васильевич. 1999. *Моя кухня и мое меню*. Москва: Центрполиграф.
- Рылов, Юрий Алексеевич. 2006. *Имена собственные в европейских языках: Романская и русская антропонимика*. Москва: АСТ.
- Шеромова, Александра. 2025. Главный редактор издательства Ивана Лимбаха порассуждает о будущем книги. *Fontanka.ru*. <https://www.fontanka.ru/2025/12/12/76168474/>
- Glad i Mat* 1. 2007.
- Pollen, Geir. 2021. *Volga. En russisk reise*. Oslo : Gyldendal.
- Pihl, Roger. 2014. *Mannen som ikke ville hjem*. Oslo : Juritzen Forlag.