Эссе

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

Slovo 66:1 (2026), 106–117. DOI https://doi.org/10.33063/slovo.v66i1.1232
CC BY 4.0

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 Собашниковых, 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 strogonoff), 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 /f/ 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 stroganovinpihvi.

В «Пире Бабетты» Карен Бликсен «Заскорузлые провинциалы едят черепаховый суп под херес amontillado, блины Demidoff с черной икрой под Veuve Cliqcuot 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): Sinebrycho**ff**. Эта пивоварня до сих пор является крупнейшей в Финляндии.

Другой популярный бренд – водка Smirno**ff**, 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 Rebro**ff**. 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 Petro**f** (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 Тинько**фф**), в двух вариантах (Ресторан Uso**ff** / Усо**фф**) и даже в гибридном написании (Ресторан ”Ушако**ff** ”).

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 «BlinO**ff**»; 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 «Бочкаре**в**», сыры «Бутеобродо**в**», хлопья «Быстро**в**», ресторан «Грибоедо**в**», колбасы «Дымо**в**», мясные изделия «Мясоедов», производитель сыров «Сыробогато**в**». 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 «Мясоедо**в**» говорит само за себя, как и «Бутербродо**в**», и «Сыробогато**в**». Последнее название явно образовано по образцу реально существующей фамилии Скоробогатов. Однако наиболее показательная, на наш взгляд, история связана с брендом колбасных изделий «Дымо**в**». 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 попахивать 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 «Переработк**ин**» и «Переработкин**ск**ая».

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**ff**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 непроизносимой.

Ресторан «Абрикосо**въ**» 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 – «Палкин**ъ**». 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 неком 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 «Стилтон**ъ**». Говорить о сохранении традиций не приходится и здесь.

Однако одним из первых использовал этот способ придания респектабельности своему предприятию издательский дом Коммерсант**ъ**, история которого начинается с 1988 года.[6] Им была основана еженедельная газета «Коммерсант**ъ**» — 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 овеянного 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 Lund**i**n, Fälld**i**n, которого русские дикторы, поскольку ударение на именах собственных, в том числе иностранных, к сожалению, не ставится, часто называли Ф**е**льдин, как Ф**е**дин). 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 Йо**лл**упукки... в самый раз...»;[10] «в свое время Манде**лл**а стал альтернативой Де Клерку и режиму апартеида» (пишет известный политолог[11] 14.01.21); поме**лл**о (фрукт).

В книге скандинависта и культуролога В.В. Похлёбкина «Моя кухня и мое меню», видимо, «знающий» корректор или редактор поменял на Хи**лл**ка (с. 339-340) имя автора книги «Финская национальная кухня», которую на самом деле зовут Хи**лкк**а Уусивирта (Hi**lkk**a Uusivirta). Перевод этой книги выполнен как раз самим В.В. Похлёбкиным. Похожее преобразование претерпело название страны Фи**лл**и**п**ины.

Примеры с «н»: в комментарии к заметке находим «Зачем Бра**нн**а снимает бездарные копии шедевров? Да, красивые, яркие, но абсолютно бессмысленные»,[12] при том, что в тексте заметки пишут «Бра**н**а»; режиссёр Бю**нн**юэль;[13] ликёр ва**нн**а Таллинн;[14] марихуа**нн**а; пи**нн**о (сорт винограда); «кольцо К335 "Шпи**нн**ель"» (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 Palo**mm**a (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 ха**кк**и и запретить смеяться месяц;[15] Гуа**кк**амоле в меню;[16] «Герман, сын Германа... Послеблокадный Ленинград. Поселок Келомя**кк**и (Комарово), где после войны летом жили многие ленинградские писатели»,[17] хотя на самом деле финское название поселка Ke**ll**omäki; марка полуфабрикатов Куромя**кк**и; «Винтажные бусы «Са**кк**ура в цвету» от компании Japan. 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/liker-vanna-tallin/
[15] https://www.fontanka.ru/2025/11/26/76139687/
[16] https://www.gethistories.com/p/a-history-of-guacamole
[17] tuday.ru/tv/culture/9662174

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

Существует бренд кофе «El Pa**ss**a». 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 буквай «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 Pa**s**o 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 Ви**тт**о К**а**рлеоне». 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 Ви**т**о К**о**рлеоне (Don Vi**t**o C**o**rleone).

Другая подруга, лингвист, профессор, известный переводчик, пишет, что ее папа всегда засыпал над «Жизнеописанием» Бенвену**тт**о Челлини. И хотя на обложке изданного в России перевода книги значится «Бенвену**т**о» (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: Га**л**ина бланка; Альберт А**сс**адул**л**ин[20] (имеется в виду популярный в конце прошлого века татарский певец А**с**адул**лл**ин). 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 ки**л**ере (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 'А**пп**о**л**он'». 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 Fideli**t**y 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 Бра**тт**ели (Trygve Br**átt**eli) дикторы радио и телевидения обычно произносили как Брат**е́лл**и, а фамилию не раз выступавшего в Санкт-Петербурге современного норвежского композитора Хеннинга Со́ммерру (Henning S**ó**mme**rr**o) – как Со**ммéр**о.

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: Центрополиграф.

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.