

**И.П.Лапинская, Е.А.Мацнева (Воронеж)**  
**ГРАФИКА КАК ОТКРЫТЫЙ УРОВЕНЬ ЯЗЫКА**

Процессы, обозначившиеся в развитии российского общества в конце 80-х гг. XX века, активизировали ход языковой эволюции как в системе речи, так и в структуре русского языка. Во-первых, значительно обогатилась жанровая палитра за счет увеличения количества жанров рекламы, деловой, коммерческой и юридической документации. Во-вторых, пополнились неологизмами лексические и семантические лакуны языка. Кроме того, открытым уровнем языка оказалась графика, в которой система элементов из века в век закрепляется законодательно.

В энциклопедии «Русский язык» графика определяется следующим образом. Это «совокупность всех средств данной письменности, система отношений между буквами письма и звуками (фонемами) речи, а также сами начертания букв, знаков. Основными средствами современной русской графики являются буквы и знаки препинания. Кроме того, к средствам графики относятся различные приемы сокращения слов, использование пробелов между словами, прописных букв, отступов, всевозможных подчеркиваний, а в печатном воспроизведении текста к тому же – и шрифтовых выделений» [Русский язык 1979: 61]. Как следует из определения, другие графические средства системой не предусмотрены.

Однако достаточно новые жанры русской речевой системы – рекламные ролики, вывески, названия телепередач и другие, – где используются условные названия товаров, магазинов и фирм, значительно расширили систему графических средств языка. Речь не идет о написанных на языке производителя торговых марках товаров и фирм: они закреплены юридически и носят интернациональный характер; в языке они функционируют в статусе вкраплений. В поле нашего зрения попадают следующие случаи.

Сочетание двух график в пределах словосочетания или отдельного слова. В программе телепередач читаем:

телесериал «NEXT»; передачи «V.I.P. – ГОСТИНАЯ»; «МОДА NON-СТОР»; «PRO – НОВОСТИ»; «PRO – НОВОСТИ – ПИТЕР»; музыкальные клипы «МУЗХТРЕМЕ». Среди названий воронежских магазинов встречаем следующие: «ЛОРДЪ», «ФОТОГРАФЪ», а также «КЛАССНЫЕ JEANS» (на фоне названий «ДЖИНС-МОДА» и «ДЖИНСЫ»); «ДЕТ.МОРОЗ» (что прописными буквами напоминает «ДЕТСКИЙ МИР»).

Судя по опросу, такие 'полиграфические' обозначения обладают достаточной степенью новизны и привлекают внимание принципиальных покупателей товара явным, но неожиданным приемом 'языковой игры'.

Употребление прописной буквы, что призвано обозначать границы имени собственного в языке. В вывесках магазинов отмечены: «ПЛАТИ МЕНЬШЕ», «МИР ВКУСА»; новая компания «СЛАДКО», а телефонная сеть именует себя РЕКОМ.

Общеизвестно, что употребление прописной буквы регламентировано. Правда, автор словаря-справочника «ПРОПИСНАЯ ИЛИ СТРОЧНАЯ?» Д.Э.Розенталь в предисловии уточняет, что включенные в издание «сведения... содержат рекомендации по написанию, не претендуя на их кодификацию» [Розенталь 1985: 10].

В соответствии с действующими рекомендациями ни второе слово в упомянутых названиях, ни вторая часть сложного слова с прописной буквы писаться не должны. Как правило, в составном названии с прописной буквы пишется только первое слово, а если название размещается на вывеске, то возможно использование особого шрифта при равенстве букв.

Сочетание прописных и строчных букв в написании аббревиатур встречалось при именовании, например, марок самолетов; существовали даже двойные написания: *ЯК* и *Як*, *МИГ* и *МиГ*, однако со временем такие написания упорядочились, или сохраняя все буквы строчными (*вуз*, *втуз*), или превращая их все в прописные (*Великая Отечественная война – ВОВ*, *Воронежский государственный технический университет – ВГТУ*).

---

Некоторая свобода в употреблении прописной буквы свидетельствует о том, что иными стали границы индивидуализирующего имени собственного.

Подвергаются изменению и границы отдельного слова. Традиционно дефис выполнял две функции в языке: обозначал этап слияния независимых слов в единое целое: *эле-эле, где-то, иссиня-черный*; или незавершенность первой (морфемно целостной!) части слова при сочетании с помощью союза двух или нескольких слов с одинаковой второй частью: *авто-, мото-, велогонки, радио- и телепередачи*.

На воронежских вывесках можно встретить такие написания:

*аудио видео теле бытовая техника.*

Каждая часть представлена как самостоятельное слово, нет ни дефисов, ни союзов, ни запятых. Кроме того, гипотетическое сложное слово образовано неверно: первые три части в этом значении употребляются в языке со словом *аппаратура*.

*Евро-строй-дизайн.*

Части слова находятся в отношениях подчинения, а не сочинения, поэтому дефис между ними излишен.

*БАМ-БУК.*

Безусловно, деление слова на равные части, подчеркивающее ассонанс слева, привлекает внимание. Однако правилами графики разделение дефисом морфемно не завершенных частей слова не мотивированно.

Соответствующим нормам графики следует признать использование разных цветов для обозначения значимых частей, сложного лексического новообразования: *КРИСТАЛЛ (Кристина + Алла), РОСАЛ (Российский алюминий)*.

Изменились случаи употребления кавычек, которые призваны обозначать иносистемные элементы речи – цитаты, вкрапления, условные наименования. Если в печатных текстах они сохраняются, то телереклама условность именованья передает иносистемной графикой и к помощи кавычек не прибегает.

Итак, распространенность графических инноваций, хотя и не придает им статуса системных явлений, но свидетельствует о поиске новых стилеобразующих средств рекламных текстов.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Розенталь Д.Э. Прописная или строчная? Опыт словаря-справочника. М.: Русский язык, 1985.
2. Русский язык. Энциклопедия. М.: Советская энциклопедия, 1979.

Получено 7.05.2002      Воронежский государственный технический университет