

Черкунова Марина Владимировна

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ АНГЛИЦИЗМОВ В НАЗВАНИЯХ САМАРСКИХ ФИРМ И ОРГАНИЗАЦИЙ

В данной статье рассматриваются вопросы функционирования названий российских фирм и предприятий, имеющих в своем составе англоязычные включения. Исследование проводится на материале коммерческих названий фирм Самарского региона. Рассматриваются морфологические, семантические и стилистические аспекты англоязычных включений. Особое внимание уделяется изучению возможностей англицизмов в плане повышения/снижения воздействующего потенциала коммерческих названий.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/5-2/46.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 5(59): в 3-х ч. Ч. 2. С. 153-156. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/5-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Само наличие большого количества общих денежных обозначений в русском и немецком языках свидетельствует о давнем экономическом и культурном сотрудничестве России и Германии. В современном немецком языке приведённые здесь русизмы, обозначающие денежные единицы, являются большей частью историзмами и экзотизмами. В активном употреблении находятся лишь три слова: *der Rubel* (рубль), *die Kopeke* (копейка) и *die Griwna* (гривна).

Научная новизна данной статьи состоит в том, что исследование русскоязычных заимствований в немецком языке, обозначающих денежные единицы, проводится впервые. Результаты данной работы могут быть использованы в вузовских лекционных курсах по лексикологии, истории языка и страноведению. Отметим, что рассмотренная тема является лишь частью всестороннего лексического исследования русизмов в немецком языке.

Список литературы

1. Русинов Н. И. Древнерусский язык: учебное пособие. Изд-е 4-е. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 208 с.
2. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4-х т. / пер. с нем. и доп. О. Н. Трубачева. Изд-е 2-е. М.: Прогресс, 1987. Т. 2. 672 с.
3. Achenwall G. Abriß der neusten Staatswissenschaft der vornehmsten Europäischen Reiche und Republiken. Göttingen: Schmidt, 1749. 324 S.
4. Duden: das große Fremdwörterbuch. Mannheim: Dudenverlag, 2007. 1548 S.
5. Euler L. Einleitung zur Rechen-Kunst. St. Petersburg: Academische Buchdruckerey, 1740. Bd. 2. 228 S.
6. <http://www.dw.com/de/der-rubel-rollt-in-den-keller/a-18993797> (дата обращения: 13.03.2016).
7. <http://www.focus.de/schlagwoerter/themen/h/hrywnja/> (дата обращения: 13.03.2016).
8. http://www.t-online.de/wirtschaft/id_73037026/wirtschaft-ukraine-krise-laesst-mindestlohn-unter-niveau-von-ghana-fallen.html (дата обращения: 13.03.2016).
9. Huber M. Ende der Rubelzeit [Электронный ресурс] // Die Zeit. 1992. № 6. URL: <http://www.zeit.de/1992/06/ende-der-rubelzeit/komplettansicht> (дата обращения: 13.03.2016).
10. Kokot M. Die Angst vor einer Zukunft ohne Putin [Электронный ресурс] // Die Zeit. 2015. № 6. URL: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2015-06/russland-alexander-lebedew-zukunft-ohne-putin-angst-stalinisierung/komplettansicht> (дата обращения: 13.03.2016).
11. Olearius A. Offt beehrte Beschreibung der Newen Orientalischen Rejse. Schleswig: Glocken, 1647. 646 S.
12. Stock U. Im Wartburg unterwegs [Электронный ресурс] // Die Zeit. 1990. № 13. URL: <http://www.zeit.de/1990/13/im-wartburg-untwerwegs/seite-3> (дата обращения: 11.03.2016).

RUSSICISMS DENOTING MONEY IN THE GERMAN LANGUAGE

Tsentner Mariya Sergeevna

Kaluga State University named after K. E. Tsiolkovsky
 maria.zentner@hotmail.com

The article analyzes Russicisms denoting money in the German language. Firstly the author examines the similar idioms on this subject in the Russian and German languages, then she provides Russicisms denoting money and examples of their usage. The very existence of such Russicisms testifies for the long-standing economical and cultural cooperation of Russia and Germany. Such a research was not conducted earlier. Studying Russicisms denoting money is a way to explore the Russian influence on the German language.

Key words and phrases: Russicism; borrowings; borrowed words from the Russian language; monetary unit designations; adoption; German language; Russian language.

УДК 81.373.45

В данной статье рассматриваются вопросы функционирования названий российских фирм и предприятий, имеющих в своем составе англоязычные включения. Исследование проводится на материале коммерческих названий фирм Самарского региона. Рассматриваются морфологические, семантические и стилистические аспекты англоязычных включений. Особое внимание уделяется изучению возможностей англицизмов в плане повышения/снижения воздействующего потенциала коммерческих названий.

Ключевые слова и фразы: коммерческое название; англицизм; иноязычная лексика; эффективность названия; прагматический эффект.

Черкунова Марина Владимировна, к. филол. н.

Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика С. П. Королева
 (Национальный исследовательский университет)
 m.cherkunova@mail.ru

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ АНГЛИЦИЗМОВ В НАЗВАНИЯХ САМАРСКИХ ФИРМ И ОРГАНИЗАЦИЙ

В недалеком будущем – в 2018 году – Самарская область готовится принять серию футбольных матчей в рамках Чемпионата мира по футболу. В этот период планируется встретить большое количество зарубежных гостей. В данной связи крайне актуальной становится проблема обеспечения в регионе комфортной

языковой среды для иностранцев. Выполнение этой задачи предполагает крайне многоаспектную и масштабную деятельность, одной из составляющих которой является подготовка витрин, вывесок и прочих элементов визуального оформления городского пространства к восприятию иностранцами.

Владельцы частного бизнеса по-своему приняли за решение этой проблемы задолго до того, как возникла необходимость готовить город к приезду иностранцев. В последние десятилетия в Российских городах, и в Самаре в частности, существует тенденция называть фирмы иностранными словами, либо вводить в названия иноязычные элементы. В данной статье будет сделана попытка анализа языковых параметров названий самарских фирм, содержащих англоязычные включения.

В целом, коммерческие названия играют колоссальную маркетинговую роль, так как название фирмы – это первое, с чем сталкивается потенциальный клиент; именно название первоначально служит гарантией качества предоставляемой услуги. Имя наделяет товары характером, индивидуальностью и различиями, и делает их привлекательными и желанными для покупателей.

Исследователи отмечают, что создание удачного названия – это не спонтанный процесс и не дело случая; это – целый трудоемкий процесс. Эффективное название призвано выполнять несколько функций. Первоочередная функция названий фирм, торговых и сервисных марок – выделить фирму из ряда других или выделить продукцию или услуги фирмы из ряда аналогичных товаров и услуг, производимых конкурентами. В соответствии с этим коммерческое название должно отличаться от других, оно должно быть оригинально и неповторимо, независимо от того, состоит ли оно из одного слова, сочетания двух или более слов или даже целого предложения. Индивидуальность, таким образом, является самым важным атрибутом названия [9, с. 21].

Механизм действия коммерческого названия заключается в том, что любое название включает два самостоятельных аспекта: впечатление (*impression*) и смысл (*meaning*). Впечатление, производимое словом, зависит от сочетания звуков и от начертания составляющих его букв. Смысловый аспект названия зависит от языковых параметров. Для того, чтобы эффективно работать, легко запоминаться и побуждать к действию, название, во-первых, должно соответствовать объекту, то есть быть мотивированным. Во-вторых, оно должно быть легко запоминающимся и удобопроизносимым, а значит, достаточно коротким. В-третьих, название должно привлекать внимание и интерес людей, то есть выполнять рекламную роль [3; 6; 9].

Для анализа нами были отобраны названия самарских фирм, содержащие англицизмы. Эти названия представлены на вывесках на улицах нашего города, а также в теле- и радиорекламе. Кроме того, в качестве источника материала был использован информационный портал *Самара City* [5], на котором размещена справочная информация о предприятиях города.

Прежде всего, был проведен анализ частотности названий с англицизмами в зависимости от сферы деятельности фирмы. В результате было установлено, что диапазон употребления подобных названий крайне велик – от сферы предоставления юридических услуг (*LegalConsult*) [36] до продажи товаров повседневного спроса (*Bags City*) [15]. Однако лидирующее место в этом списке занимает сфера деятельности, так или иначе связанная с автомобилями: *FORSUNKA.com (автомагазин)* [29], *Pole Position (шинный центр)* [42], *Sky Plaz (автосалон)* [43], *Smile (автомойка)* [44], *Tyre plus (шинный центр)* [47], *АвтоОкей (автосервис)* [1], *Fusion Technologies (декор салона автомобиля)* [30], *Кар-он-лайн (автосалон)* [4] и т.д.

Второе по частотности место занимают предприятия сферы питания – кафе, рестораны, пивные бары и проч.: *Alibi (бар)* [11], *Beerhouse (ресторан)* [16], *Fat Cat (кафе)* [28], *BIG Boss (пиццерия)* [19], *SushiFusion* [45], *Paffos light (ресторан)* [41], *City Pizza (пиццерия)* [23], *Biscuit (ресторан)* [20], *KILLFISH (бар)* [34], *Kinza (ресторан национальной кухни)* [35] и т.д.

Третья сфера, в которой наиболее часто встречаются названия с англицизмами – это сфера красоты и моды: *Fashion (салон красоты)* [27], *Cherry (спа-салон)* [22], *Gold Rain (салон красоты)* [31], *Jewel (шмидж-студия)* [33] и т.д.

Преобладание англицизмов в названиях фирм, связанных с автомобилями, общественным питанием и красотой, объясняется, по-видимому, наличием бытующих в российском обществе культурных стереотипов. Так, существует устоявшееся представление о том, что качественный сервис возможен только за границей. Второй стереотип связан с понятием о том, что российский автопром не может предложить потребителю ничего стоящего, соответственно иностранные слова в названиях фирм, связанных с автомобилями, наводят на мысль о надежном и качественном сервисе заграничного уровня. Наличие англицизмов в названиях предприятий индустрии красоты вызывает ассоциации с Голливудом и таким образом повышает статус заведения.

С точки зрения семантики, к числу наиболее часто употребляемых английских слов относятся, главным образом, общеупотребительные единицы элементарного уровня, такие как *city, gold, car, art, house, tour*. С точки зрения морфологии безусловно преобладают существительные, такие как *angel, hotel, boss, pizza, travel, vista, print, rain, shoes, form, sky, smile, love, flowers, colour*, и прилагательные *big, real, black, red, white, new* и *rich*. Как видно из приведенных примеров, большинство слов представляют собой односложные краткие единицы, понятные любому россиянину, даже не владеющему английским языком на разговорном уровне.

Англоязычные единицы выигрывают по сравнению с аналогичными русскими словами по параметру краткости. Например, название *Dr Holod* [25] короче русского *Доктор Холод*. Внутренняя форма данного названия вполне понятна, а написание русского слова латиницей привлекает внимание потенциального клиента.

Более того, многие авторы названий творчески подходят к использованию иноязычной формы слова. Так, встречаются удачные примеры названий, построенных на языковой игре, например, цветочный магазин *Цвет'ОК* [8], магазин, торгующий кофе-машинами *Coffeemol* [24], студия красоты *LoWELLAs* [38], бутик напитков *AlcoHall* [10], магазин автозапчастей *Goog'OK* [32], служба доставки готовых блюд *FARFOR* [26] и др. В перечисленных примерах языковая игра основана на совпадении английской и русской форм слова. Во всех

примерах прослеживается мотивация названия, то есть оно дает представление о роде деятельности фирмы. И, безусловно, такие названия являются запоминающимися. Также удачными можно считать названия, построенные на аллитерации, например пиццерия *Big Boss* [19], флористический салон *The First Florist* [46] и др.

В целом, можно сказать, что англицизмы в названиях предприятий способствуют реализации всех ключевых функций названий – они, с одной стороны, делают названия информационно емкими, но при том краткими и легко запоминающимися, с другой стороны, англицизмы повышают привлекательность фирмы для клиента, придавая ей статус и социальный престиж.

Однако в самарских реалиях наличие англицизмов не всегда способствует созданию удачного названия. Во-первых, авторы названий зачастую используют английские слова, которые трудны для произношения и/или не понятны по смыслу. Например, это такие слова, как *insurance* (*А-иншуранс* [2]), *jewel* (*Jewel* [33]), *research* (*Avrora Market Research* [14]), *luxury* (*Luxury Event* [39]), *umbrella* (*Амбrella* [12]) и т.д. На наш взгляд, мотивация названия в подобных случаях крайне непрозрачна – такое название само по себе мало что скажет потенциальному клиенту о роде деятельности фирмы. Более того, слова *лакшери*, *ресёч*, *джуэл* и *иншуранс* по своей звуковой форме нетипичны для русского языка, и как следствие, неблагозвучны. Соответственно, вместо выполнения аттрактивной функции такое название может стать своего рода антирекламой.

Для написания названий с англицизмами используется как латинская азбука, так и кириллица: *Art Line* [13], *Alibi* [11], *А-иншуранс* [2], *Кар-он-лайн* [4] и т.д. Однако встречаются также случаи сочетания в одном названии обоих алфавитов: *Beerëza* [17], *BEERлога* [18], *New Кухонька* [40], *ТУР market* [7] и др. В сознании потребителя возникает несоответствие между орфоэпическими нормами родного и иностранного языков. Так, например, в названии *ТУР market* слово «*ТУР*» можно рассматривать как англицизм и читать его в соответствии с правилами английского языка, то есть [tɪp]. Еще один интересный пример – это название автомойки *Lider* [37]. В данном случае не совсем понятно, каким образом необходимо читать это название – в соответствии с нормами английского языка, то есть ['laɪdə], либо с сохранением русской орфоэпической нормы. Таким образом, название перестает быть легко читаемым, сбивает потенциального клиента с толку и вызывает отрицательные эмоции, что в целом снижает маркетинговую ценность названия.

Также нельзя не упомянуть стилистический аспект названий с англицизмами. Например, в названии салона *New Кухонька* [40] наблюдается явное несоответствие между англицизмом, который намекает на повышенный статус заведения, его ориентацию на более обеспеченный клиентский сегмент, и уменьшительно-ласкательной формой *кухонька*, наводящей на мысли о небольшом и несерьезном заведении. Также вызывает сомнения целесообразность использования образа русской березы, связанной в национальном сознании с патриотизмом, чувством любви к Родине, с добрыми традициями, в названии пивбара *Beerëza* [17].

Еще один важный момент, связанный с использованием иноязычной лексики в названиях фирм, касается мотивации названия. Нередко владельцы фирм используют иностранные слова, не учитывая их смысл. Например, было бы очень странно, если бы автомойку назвали «Улыбка» – на наш взгляд это название подходит для детского творческого коллектива или для стоматологического кабинета. Однако в Самаре действительно существует автомойка *Smile* [44]. Также непонятной остается мотивация названия салона тонировки *Black-ash* [21], магазина медицинской одежды *Art Line* [13] и др.

В целом, подводя итог проведенной работе, можно сказать, что англицизмы в названиях самарских фирм могут служить действенным инструментом повышения эффективности названия. За счет использования кратких иноязычных включений, относящихся к слою общеизвестной лексики, можно повысить привлекательность и запоминаемость названия, сохранив прозрачность мотивации. Однако необдуманное использование английских слов в названиях русских предприятий вызывает противоположный эффект и снижает прагматический потенциал названия.

Список литературы

1. **АвтоОкей** [Электронный ресурс]: автосервис. Самара. URL: <http://avtookey.com> (дата обращения: 05.03.2016).
2. **А-иншуранс** [Электронный ресурс]: группа компаний. Самара. URL: <http://a-inshurans.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
3. **Исянов К. Р.** Лингвистический анализ, типология и локализация отечественных и иностранных коммерческих названий: автореф. дисс. ... к. филол. н. Уфа, 2012. 17 с.
4. **Кар-он-лайн** [Электронный ресурс]: сеть автосалонов. Самара. URL: <http://www.car-on-line.ru> (дата обращения: 05.03.2016).
5. **Самара City** [Электронный ресурс]: справочник компаний Самары. URL: <http://samaracity.net/companies> (дата обращения: 05.03.2016).
6. **Трищенко Д. А.** Коммерческие названия: понятия и принципы разработки // Журналистика и медиаобразование-2008: сб. трудов III Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25-27 сентября 2008 г.): в 2-х т. Белгород: БелГУ, 2008. Т. 2. С. 17-19.
7. **ТУР market** [Электронный ресурс]: сеть туристических агентств. Самара. URL: <http://turmarket.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
8. **Цвет'ОК** [Электронный ресурс]: сеть магазинов. Самара. URL: <http://cvetok.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
9. **Чармэссон Г.** Торговая марка: как создать имя, которое принесет миллионы. СПб.: Изд-во «Питер», 1999. 224 с.
10. **AlcoHall** [Электронный ресурс]: бутик напитков. Самара. URL: <http://alcohol.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
11. **Alibi** [Электронный ресурс]: кафе-бар. Самара. URL: <http://alibi.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
12. **Ambrella** [Электронный ресурс]: кредитный брокер. Самара. URL: <http://ambrella.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).

13. **Art Line** [Электронный ресурс]: салон медицинской одежды. Самара. URL: <https://www.medpodium.ru> (дата обращения: 05.03.2016).
14. **Aurora Market Research** [Электронный ресурс]. Самара. URL: <http://aurora-market-research.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
15. **Bags City** [Электронный ресурс]: магазин сумок и ремней. Самара. URL: <http://bagscity.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
16. **Beerhouse** [Электронный ресурс]: сеть ресторанов. Самара. URL: <http://beerhouse.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
17. **Beerēza** [Электронный ресурс]: магазин разливного пива. Самара. URL: <http://beereza.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
18. **BEERлога** [Электронный ресурс]: служба доставки. Самара. URL: <http://beerloga-sluzhba-dostavki.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
19. **BIG Boss** [Электронный ресурс]: пиццерия. Самара. URL: <http://pizza63.narod.ru> (дата обращения: 05.03.2016).
20. **Biscuit** [Электронный ресурс]: ресторан. Самара. URL: <http://biscuit.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
21. **Black-ash** [Электронный ресурс]: салон тонировки. Самара. URL: <http://samara.blizko.ru/firms/10897892> (дата обращения: 05.03.2016).
22. **Cherry** [Электронный ресурс]: спа-салон. Самара. URL: <http://cherry.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
23. **City Pizza** [Электронный ресурс]: пиццерия. Самара. URL: <http://www.citypizza63.ru> (дата обращения: 05.03.2016).
24. **Coffeemol** [Электронный ресурс]. Самара. URL: <http://coffeemol.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
25. **Dr. Holod** [Электронный ресурс]: мастерская по ремонту холодильников. Самара. URL: <http://drholod.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
26. **FARFOR** [Электронный ресурс]: служба доставки готовых блюд. Самара. URL: <http://farfor.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
27. **Fashion** [Электронный ресурс]: салон красоты. Самара. URL: <http://fashion.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
28. **Fat Cat** [Электронный ресурс]: бар. Самара. URL: <http://fat-cat.samaracity.net> (дата обращения: 20.02.2016).
29. **Forsunka.com** [Электронный ресурс]: интернет-магазин автозапчастей. URL: <http://www.forsunka.com> (дата обращения: 05.03.2016).
30. **Fusion Technologies** [Электронный ресурс]: декор салона автомобиля. Самара. URL: <http://fusion-technologies.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
31. **Gold Rain** [Электронный ресурс]: салон красоты. Самара. URL: <http://gold-rain.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
32. **Good'OK** [Электронный ресурс]: магазин автотоваров. Самара. URL: <http://goodok.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
33. **Jewel** [Электронный ресурс]: имидж-студия. Самара. URL: <http://jewel.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
34. **KILLFISH** [Электронный ресурс]: дискаунт бар. Самара. URL: <http://killfish.ru> (дата обращения: 05.03.2016).
35. **Kinza** [Электронный ресурс]: ресторан. Самара. URL: <http://kinza.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
36. **LegalConsult** [Электронный ресурс]: юридическая компания. Самара. URL: <http://legalconsult.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
37. **Lider** [Электронный ресурс]: автомойка. Самара. URL: <http://2gis.ru/samara/firm/70000001019381984?queryState=center%2F50.208238%2C53.197701%2Fzoom%2F17> (дата обращения: 05.03.2016).
38. **Lowellas** [Электронный ресурс]: салон-студия. Самара. URL: <http://lowellas.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
39. **Luxury Event** [Электронный ресурс]: агентство по организации мероприятий. Самара. URL: <http://luxury-event.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
40. **New Кухонька** [Электронный ресурс]: сеть салонов мебели. Самара. URL: <http://new-kuhonka.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
41. **Paffos light** [Электронный ресурс]: ресторан. Самара. URL: <http://paffoslight.ru> (дата обращения: 05.03.2016).
42. **Pole Position** [Электронный ресурс]: шинный центр. Самара. URL: <http://poleposition.ru/stories/samara> (дата обращения: 05.03.2016).
43. **Sky Platz** [Электронный ресурс]: автосалон. Самара. <http://www.skyplaz.ru> (дата обращения: 05.03.2016).
44. **Smile** [Электронный ресурс]: автомойка. Самара. URL: <https://ru.foursquare.com/v/smile/4ed8f82261af8a14b489b15e> (дата обращения: 05.03.2016).
45. **SushiFusion** [Электронный ресурс]: сеть магазинов. Самара. URL: <http://sushifusion.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
46. **The First Florist** [Электронный ресурс]: флористическая мастерская. Самара. URL: <http://the-first-florist.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).
47. **Tyre plus** [Электронный ресурс]: сеть шинных центров. Самара. URL: <http://tyre-plus.samaracity.net> (дата обращения: 05.03.2016).

THE LINGUISTIC ANALYSIS OF ANGLICISMS IN THE NAMES OF SAMARA COMPANIES AND ORGANIZATIONS

Cherkunova Marina Vladimirovna, Ph. D. in Philology

Samara State Aerospace University named after Academician S. P. Korolev (National Research University)
m.cherkunova@mail.ru

This article deals with the issues of functioning of the names of Russian firms and companies containing the English-language elements. The research is carried out by the material of the commercial names of the firms of the Samara region. The morphological, semantic and stylistic aspects of the English-language inclusions are considered. Particular attention is paid to the study of anglicisms in terms of the increase / decrease of the affecting potential of commercial names.

Key words and phrases: commercial name; anglicism; foreign-language vocabulary; effectiveness of the name; pragmatic effect.