

*Ильина Татьяна Ивановна,
Самарова Мира Анатольевна
Россия, г. Ижевск,
Удмуртский государственный университет*

ИНОЯЗЫЧНЫЕ ЭМПОРОНИМЫ г. ИЖЕВСК

Аннотация. В статье рассматриваются названия торговых объектов г. Ижевск Удмуртской Республики. Из огромного количества эмпоронимов выделяются иноязычные названия.

Ключевые слова: эмпороним, фирмоним, рекламное имя, эргоним, ономастика, иноязычные названия, транслитерация названий.

Определенную группу ономастического пространства города составляют наименования различного рода предприятий – эргонимы. Изучение данной группы имен, несомненно, является одним из актуальных направлений современных ономастических исследований. Практическое значение исследовательской активности изучения этого слоя ономастики заключается в том, что результаты могут «учитываться при разработке брендов» [Тортунова 2012: 125].

Для обозначения различного рода коммерческо-производственного объединения людей используют различные термины: *фирмонимы, эргоурбонимы, эргокомонимы, точечные урбанонимы, ойкодонимы, эмпоронимы, бизнесонимы* [Захарова-Саровская 2018: 188; Гусейнова 2014; Прокуровская 1996: 11]. В работе мы используем более обобщенный термин, предложенный Н. В. Подольской, т. е. *эргоним* (< греч. *εργον* 'дело, труд, деятельность') – это «собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка [Подольская 1988: 151].

В данном исследовании анализируются эргонимы маркетингового ряда, т. е. эмпоронимы (< греч. 'торговля') – названия го-

родских торговых объектов г. Ижевск. Справочник организаций и компаний г. Ижевск объединяет 15 630 организаций. Но из данного списка в работе уделяется внимание только названиям торговых объектов (230 категорий) [Справочник организаций и компаний г. Ижевск].

Значительным элементом взаимодействия в маркетинговой цепочке между производителем и потребителем являются название товара (маркетинговые хрематонимы) и эмпоронимы. Имя любого торгового объекта включает в себя информативную и воздействующую функцию. В названии может заключаться информация об объекте продажи, а также эмоциональная оценка, отвечающая ожиданиям потребителя. Удачно подобранные эмпоронимы достигают главной цели – привлечения внимания потребителя товаров.

В настоящее время в номинации различного рода предприятий, особенно коммерческих, заметно увеличилась роль иноязычных лексем. Заимствования, экзотизмы, варваризмы, иноязычные вкрапления стали одной из примет современного «языкового вкуса эпохи» [Гусейнова 2014]. Сегодняшний городской ономастикон пестрит иноязычными названиями. Для привлечения клиентов, покупателей, владельцы торговых объектов используют различные способы образования наименований.

Рассмотрим более подробно иноязычные эмпоронимы г. Ижевск. Иноязычные названия Ижевска можно подразделить на три группы: а) эргонимы, содержащие иноязычную графику, б) транслитерированные названия; в) гибридные названия.

В последнее время все большую популярность приобретают названия с иноязычной графикой. При графическом оформлении названий магазинов используются лингвистические средства языка-источника. Для их обозначения используются оригинальные названия торговых марок, брендовых имен. В современном мире «бренды, как слова, являющиеся собственностью корпораций, стали – случайно или умышленно – частью звукового сопровождения нашей жизни, ключевыми компонентами повседневного современного языка, если не прототипом нового языка»

[Цит. по Тортунова 2012: 125]. Среди иноязычных эргонимов Ижевска можно выделить однословные эргонимы-вкрапления: магазин компьютеров и их комплектующих «Access», «Samsung», «Aksland», «Nexus», «EDERA», кафе «Chicken», салон красоты «Estel», магазин женской одежды «Glamour», парихмахерская «Color», салон белья, колготок и текстиля «Claretta», салон мехов «Marsel», салоны красоты «Estel», «Diva», магазин детской одежды «Orby», «Choupette», «De Salitto», магазин одежды «Itmio», магазин одежды и обуви «Chester» и т. д. Интересными с графической точки зрения являются использование в названиях апострофа (название магазина мужской и детской одежды «O'stin», название бутика «Colin's»), дефиса (названия магазинов детских игрушек «V-Baby», «Ki-Kids»).

Среди наименований торговых объектов встречаются двухсловные эмпоронимы: магазин молодежной одежды «CITYJeans», магазин одежды «ToBe», магазин молодежной одежды «Brend-Beri», магазин детской одежды «Mini Boss», «Fun baby», магазин игрушек «Atomic comics», магазины компьютерной техники «GoodMark», «Ambient Lounge», «Home Space». При оформлении двухсловных наименований могут быть использованы амперсанд, т. е. знак, который является логограммой латинского союза *et* в значении 'и': «Man&Boy» магазин мужской одежды, Design&-Boutique CASA, Metro Cash & Carry.

В последние годы популярность приобретают виртуальные торговые объекты. Наименования интернет-магазинов отличаются от реальных торговых объектов тем, что они оформляются кодом *.ru*, что указывает на национальный домен верхнего уровня для России: «Amtik.ru», «LexComp.ru» (интернет-магазин компьютерной техники), «Det-os.ru» (интернет-магазин детской обуви). Иногда название оформляется номенклатурным термином, который зачастую помогает определить мотив именования: «Интернет-магазин Filin-book», «Интернет-магазин Thenotebook» (магазин книги), «Интернет-магазин Vertu Mobila» (магазин электроники) и т. д.

Для создания впечатления номинаторы могут прибегать к графической стилизации. Примером такой стилизации может служить название магазина одежды «BrendBeri». Данное название создано путем сложения двух слов: *Бренд* + глагол повелительного наклонения *Бери*, написанные латиницей.

К транслитерированным названиям относятся названия-экзотизмы и названия, созданные реверсивной транслитерацией. Иноязычные названия, оформленные средствами русской графики, называются варваризмами или экзотизмами. В эгронимическом поле г. Ижевск к экзотизмам относятся названия таких торговых центров, как «Лион», «Сити», «Сайгас», «Сигма», «Трим», «Штос», «Вуаля», «ХитДог», «Япона мама», «Авеню», названия магазина детских товаров «Киндер-авто» и «БэБиБай», названия магазинов компьютерной техники «СкайЛайн» и «Винлайн», названия интернет-магазинов «Мьюзик сити», «ОнлайнТрейд» (магазин электроники), «Оптовая компания Пресс Тайм» и т. д.

При наименовании торговых объектов владельцы нередко используют обратную транслитерацию, т. е. русское название передается латинскими буквами, например: «Гипермаркет Baikal», «Интернет-магазин Krovatki18.ru», детские товары «Bibika18», магазин электроники «RadioLabaz», магазин мебели «Comod», «Mebelvdome», «Korpus mebel» и т. д.

Гибридные названия – это такие эргонимы, в которых используются как русские буквы, так и иностранные. К гибридным названиям относятся эмпоронимы «Ляльки-shop» (магазин детских товаров), «Putto в Ижевске» (бутик), «DavionМебель» (магазин мебели), «Интернет-магазин Podgotoffka.ru» (магазин автозапчастей), «Мебельная студия Bonarty», «Вееглога» (магазин пива), «Кама Бэби», «Беби мебель», «BestиЯ» (магазин женской одежды), «Тоу игрушки» (магазин детских товаров) и т. д.

Любопытным с графической точки зрения является эмпороним «BestиЯ». В словаре слово *бестия* толкуется в значении 'плут, пройдоха'. Но, в данном случае, первая часть данного названия написана латиницей, вторая часть кириллицей. Первую часть можно сопоставить с английским словом *Best*, что перево-

дится как ‘лучший, лучшее’; вторая часть сопоставима с русским личным местоимением Я, которое отправляет посыл для покупателя: ‘лучшее и я’. Но слово написано слитно, поэтому первые ассоциации все-таки возникают со словом *бестия*, что тоже привлекает внимание. Данное название демонстрирует принцип языковой игры, совмещая в рамках одной лексемы латинский и кириллический алфавиты.

В эргонимии г. Ижевск используются наименования с иноязычной аббревиатурой, например: «ABC» универмаг, «Магазин нестандартных подарков O. M. G.», «Цифровой супермаркет DNS», «Компания SMG спектр мультимедиа групп». Названия подобного рода чаще всего снабжены номенклатурной терминологией. Иногда встречаются эмпоронимы без соответствующего термина «CD-DVD» (магазин дисков).

Популярность иноязычных названий можно объяснить следующими причинами: такие эргонимы звучат престижно, солидно, особенно если это брендовые товарные марки; информируют покупателя о сотрудничестве с иностранными партнерами; намекают на высокое качество товаров и услуг, уникальность товара. Например, названия магазинов «Exclusive», «Glamour» как раз несут именно такой посыл покупателям. Создается впечатление, что покупателей там ожидает все самое редкое, эксклюзивное, модное. Графическая стилизация под заимствования обладает теми же свойствами влияния на покупателей, что иноязычные названия, разница лишь в том, что в ней использованы знакомые нам слова, их смысл будет понятен, но намек на элитарность остается. Как отмечает Н. А. Гусейнова, «целью создания подобных эргонимов в большинстве случаев является стремление номинаторов «повысить статус» компании, иностранным именем привлечь внимание потенциальных потребителей, в сознании которых западная компания ассоциируется с высоким качеством и широким ассортиментом товаров и услуг, надежностью, стабильностью» [Гусейнова 2014].

Анализ иноязычных эмпоронимов г. Ижевск показал, что названия торговых объектов образуются при помощи иноязыч-

ных лексем языка-источника. Иноязычные, смешанные и стилизованные под заимствования эргонимы несут в себе ассоциации престижности, высокого качества.

Список использованной литературы и источников

Захарова-Саровская М. В. К вопросу об эргономии / М. В. Захарова-Саровская [Электронный ресурс] // Вестник КемГУ. – 2018. № 3 (75). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-ergonomii> (дата обращения: 18.10.2020).

Кадоло Т. А. Текстуальные характеристики наименований городских торговых объектов [Электронный ресурс] / Т. А. Кадоло // Вестник КемГУ. – 2012. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tekstualnye-harakteristiki-naimenovaniy-gorodskih-torgovyh-obektov> (дата обращения: 18.10.2020).

Гусейнова Н. А. Современная российская эргонимия в аспекте иноязычных заимствований [Электронный ресурс] / Н. А. Гусейнова. Дисс. ... канд. филол.н. – М., 2014. – URL: <http://diss.seluk.ru/di-jazykoznanie/684665-1-sovremennaya-rossiyskaya-ergonimiya-aspekte-inojazichnih-zaimstvovaniy.php> (дата обращения: 02.10.2020).

Карта Ижевска // Официальный сайт справочника ДубльГИС [Электронный ресурс]. – URL: <https://2gis.ru/izhevsk> (дата обращения: 15.05.2012).

Справочник организаций и компаний г. Ижевск. [Электронный ресурс]. – URL: <https://izhevsk.jsprav.ru/> (дата обращения: 18.10.2020).

Подольская Н. В. Словарь ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Наука, 1988. – 192 с.

Самсонова Е. С. Функционирование иноязычных средств в эргонимии / Е. С. Самсонова [Электронный ресурс] // Вестник ТГПУ. – 2010. – № 6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionirovanie-inojazychnyh-sredstv-v-ergonimii> (дата обращения: 18.10.2020).

Тортунова И. А. Эргоним как результат речетворчества / И. А. Тортунова [Электронный ресурс] // Научный диалог. – 2012. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ergonim-kak-rezultat-rechetvorchestva> (дата обращения: 18.10.2020).