

## Названия лиц в оригинальных наименованиях предприятий

ФАМ ВАН ФОНГ

(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ РУССКОГО ЯЗЫКА ИМ. А. С. ПУШКИНА)\*

*Статья посвящена анализу функционирования названий лиц в оригинальных названиях промышленных и торговых предприятий Москвы и Ханоя. Их изучение позволяет сказать о большом номинативном потенциале обозначений лиц, а также их функционировании в условиях интенсивной международной интеграции.*

*Ключевые слова: названия лиц, эргоним, ономастика, наименование предприятия.*

## Titles of Persons in Original Commercial Names of Enterprises

PHAM VAN PHONG

(THE PUSHKIN STATE INSTITUTE OF THE RUSSIAN LANGUAGE)

*This article deals with the functioning of persons' titles in original names of industrial and commercial enterprises of Moscow and Hanoi. The studies on them have allowed us to say about a great nominative potential of designations of persons, as well as their functioning in the context of an intensive international integration.*

*Keywords: titles of persons, ergonim, onomastics, name of enterprise.*

Наименование предприятия должно содержать указание на его организационно-правовую форму и его отличительное имя, которое, как правило, состоит из трех компонентов, обозначающих последовательно: вид деятельности, тип предприятия и, наконец, оригинальное название (напр.: ОАО «Торгово-производственная компания «Яшма»»). Имя предприятия является главным и наиболее эффективным средством идентификации данного предприятия в отличие от другого, выступает в роли «посредника», передающего информацию о деятельности предприятия, его товарах и услугах и пр. Будучи адресованной клиенту, партнеру, эта информация может содержать и более обширные, весьма значимые сведения о стране, где предприятие создано и функционирует. Такая информация чаще всего специально не фиксируется обыденным сознанием носителей языка, но оказывается актуализированной в ситуациях межкультурного контакта. Это, в свою очередь, объясняет интерес лингвистов, лингвокультурологов, переводчиков, преподавате-

лей иностранных (в том числе и русского) языков к структуре и содержанию эргонимов, значительную часть которых составляют наименования промышленных и торговых предприятий (ПТП). В рамках настоящей статьи рассматриваются особенности функционирования названий лиц в составе оригинальных названий ПТП. В качестве материала для наблюдений мы использовали наименования ПТП Москвы, которые в полной мере отражают тенденции образования и места эргонимов в современной лексической системе русского языка. Для выявления универсального и национально-специфического в анализируемых лексических единицах мы использовали сравнение этих единиц с аналогичной лексикой вьетнамского языка (а в качестве конкретного фонового материала обратились к эргонимам Ханоя).

Употребляя сочетание «названия лиц», мы опираемся на традицию выделения лексико-семантической группы с таким обозначением. А. Г. Тригуб, характеризуя закономерности возникновения слов, составляющих эту лексико-семантическую группу,

\* Фам Ван Фонг (Вьетнам) — аспирант Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина. Тел.: (495) 330-89-83. Эл. адрес: phongpv2003@yahoo.com

отмечает: «Названия лиц создаются по самым различным признакам: по роду занятий, по принадлежности к партии, общественной организации, по взглядам и убеждениям, по социальной, национальной и территориальной принадлежности, по качеству или свойству и т. д.» (Тригуб, 1988: 125). Опираясь на данную позицию, включенные в оригинальные названия ПТП двух городов обозначения лиц можно распределить по следующим группам:

Первую группу составляют названия профессий, специальностей (или рода занятий). Приведем примеры: ООО «Мастер-электрик», аптека «Доктор Столетов», аптека «Старый лекарь», ООО «Окант & Ко (Русский купец)», ООО «Штурман КФ», ООО «Торговый дом “Негоциант”» и др.

В последнее время с появлением большого количества новых профессий, для наименований которых используется иноязычная лексика (как правило, английская), эти наименования охотно вводятся в названия предприятий: ООО «Мепс секьюрети», НПФ «Синдик», ПК «Дизайнер», ООО «Меркурий Тренд Логистик», ЗАО «Байер», фирма «Байер кропсайенс», ООО «Байерсдорф» и т. д. Судя по материалу, частотность появления новых, заимствованных названий профессий, специальностей, включаемых в наименования ПТП Москвы, довольно высока. Интерпретируя данный факт, Н. В. Кожанова пишет: «В последние годы появилось много новых профессий и специальностей, некоторые из них были признаны устаревшими, в других же изменились выполняемые задачи. Все это находит свое отражение в номинативной сфере» (Кожанова, 2007: 87). Активность названий профессий, специальностей также обнаруживается в сопоставляемом материале, однако функционирование новых названий во Вьетнаме наблюдается не так явно: C?ng ty TNHH Th??ng m?i ??u t? QT D.I.P.L.O.M.A.T / ООО «Международная торгово-инвестиционная компания “D.I.P.L.O.M.A.T”», C?a h?ng Th??ng gia / Магазин «Коммерсант», C?ng ty TNHH Ng??i th? khoan H? N?i / ООО «Ханойский буриль-

щик» и пр.

Во вторую группу входят названия лиц, обозначающие должность, титул, социальный, конфессиональный, профессиональный или служебный статус. В качестве примеров этой многочисленной и разнообразной группы эргонимов можно привести такие наименования: ООО «Император-99», ООО «Тандем премьер», ЗАО «Консул», НПК «Помощник», ООО «Эксперт», ЗАО «Диакон», ООО «Сюзерен», ООО «Негус и К» и пр. Меньшую группу составляют обозначения должностей во вьетнамском материале: C?ng ty CP ??u t? C.E.O / АО «Инвестиционная компания “С.Е.О”», C?ng ty TNHH Ph?m v? c?ng s? / ООО «Фам и сотрудник», и пр.

Названия должностей, как мы видим, могут быть закреплены в эргонимах в сокращенной форме. Так, обозначение “СЕО” имеет устойчивое семантическое значение — распространенная аббревиатура английского словосочетания “Chief Executive Officer” — генеральный директор. Прибегая к данному способу номинации, следует обращать внимание на то, что аббревиатура обозначения должностей, привлекаемая в состав эргонима, во-первых, должна быть известной широкому кругу людей, во-вторых, не должна совпадать с такой же сокращенной формой какой-либо существующей организации или термина. Особенно это важно в ситуациях межъязыкового, межкультурного контакта. Так, упоминавшаяся “СЕО” в России может «дешифроваться» как обозначение начальных букв словосочетания «Система Естественного Оздоровления».

Характеризуя функционирование обозначений лиц в наименованиях ПТП Ханоя, следует отметить, что местные номинаторы, несмотря на разрешение называть предприятия лишь на вьетнамском языке, допускаемое утвержденными регламентами (Ngh? ??nh s? 88, 2006: 4), в некоторых случаях стремились любым способом включить английские слова в название своего предприятия. При этом для предупреждения конфликта с существующими нормативами используется

уловка: после каждой буквы ставится отдельная точка: C?ng ty CP ??u t? C.E.O // АО «Инвестиционная компания “С.Е.О”», и пр. Такая практика, казалось бы, вполне логично оправдывает толкование, предлагаемое заявителями-номинаторами, объясняющими, что название образовано не с помощью иностранного слова, а представляет собой отдельные буквы, зафиксированные во вьетнамском же алфавите.

Остается также сказать, что в наименованиях ПТП Москвы и Ханоя в последнее время популярно использование слов с номенклатурными названиями. С. Аксененко пишет: «Одной из отличительных особенностей нашей эпохи стало обилие людей, называющих себя президентами, генеральными директорами, председателями правлений, председателями советов директоров различных ООО, ОАО, ЗАО, ЧП, СП, ПО, КО и т. д.» (Аксененко, 2007: 1). В советские же времена, как утверждает С. Аксененко, даже руководители многотысячных коллективов (заводов, фабрик, крупных совхозов) назывались просто директорами (там же).

Отмечена группа названий, характеризующих возраст, рост, размер: торговый дом «Гулливер и Ко», ООО «Дядя больших и маленьких детей», оптовый дом «Карапуз» и пр. Среди ханойских названий обнаруживаются C?ng ty TNHH Qu?c t? — V?ch Th?y — Younger / ООО «Интернационал — Бикх Тхую — Younger», C?a h?ng Th? gi?i m? v? b? Cartoon / Магазин «Мир матери и малыша Cartoon» и пр. Судя по материалу, русские ориентируют клиентов, покупателей, апеллируя к их полу, возрасту, росту, параметрам фигуры. Таким образом, уже при первом знакомстве появляется возможность уточнить целевую аудиторию, т. е. обратить на себя внимание именно тех людей, которые с наибольшей вероятностью приобретут производимый товар или воспользуются предлагаемой услугой. Для вьетнамцев же традиционно использование в наименованиях, как правило, слов, обозначающих возраст или пол. Упоминание же роста, параме-

тров фигуры оказывается некорректным и нерелевантными, так как этнической особенностью большинства покупателей, клиентов во Вьетнаме являются небольшие размеры, небольшой рост.

Среди наименований ППС обнаружены названия лиц, обозначающие их социальную принадлежность, однако они составляют незначительный перечень. Среди них такие как: ООО «Мечта крестьянина», ОАО «Хлебокомбинат “Пролетарец”», C?ng ty TNHH Th??ng m?i v? d?ch v? ??i gia / ООО «Торгово-сервисная компания “Крупный богач”».

В весьма небольшую группу выделяются слова по национальной, территориальной принадлежности: ООО «Автокей северянин», ПКФ «Славянин», мелкооптовый рынок «Афганец» и пр. Примеров таких названий ханойского материала наблюдается чрезвычайно мало, например: C?ng ty TNHH Thi?t k? c?a ng??i Vi?t / ООО «Проектирование вьетнамцев».

Как в русском, так и во вьетнамском материале встречаются названия лиц, обозначающие способности, личные качества, индивидуальные (в том числе вкусовые) предпочтения и другие особенности. В данную группу входят такие названия: ООО «ПП Вкус гурмана С», магазин «Стрелок», ООО «Кудесник» и пр.; C?ng ty CP Ng??i s?nh ?n / АО «Гурман», C?ng ty TNHH Th? gi?i ngh? nh?n / ООО «Мир народных умельцев» и пр.

Только в наименованиях ПТП Москвы нами обнаружены названия лиц, характеризующих их взгляды, убеждения, привычки: фирма «Стоик», ООО «Прагматик экспресс», ООО «Оптимист», ЗАО «Новатор», торговый дом «Консерватор», магазин «Эгоист», супермаркет «Сластена» и пр.; принадлежность к партии, общественной организации: ОАО «Большевик», кондитерская фабрика «Меньшевик» и пр. В Ханое таких названий нет.

Итак, при сопоставлении ономастических единиц русского и вьетнамского языков на материале оригинальных названий ПТП Москвы и Ханоя, в которых функционируют названия лиц, отмечается универсальность в

наличии определенных групп, таких как названия по профессиям, специальностям, по должностям, по возрасту, обозначения по социальной, национальной и территориальной принадлежности, а также по отношению к способностям. Специфичность обнаруживается в том, что лишь в наименованиях ПТП Москвы обнаруживаются группы названий лиц по взглядам и убеждениям, привычкам, и принадлежности к партии, общественной организации.

В условиях интенсивной международной интеграции нельзя не заметить большое влияние английского языка на номинацию предприятий. Номенклатура наименований русских ПТП представляет богатый материал, иллюстрирующий эту тенденцию. Особенно это касается использования названий лиц по профессии, где встречается большое количество заимствованных слов с обозначением новых профессий.

Говоря о функционировании названий лиц в оригинальных наименованиях предприятий, нельзя не сказать об их сравнительных достоинствах, о выполняемой ими информационной функции, которую другие способы номинации порой не в силах выполнить. Названия лиц сообщают прежде всего информацию о виде деятельности предприятия, товарах или услугах. Так, аптека «Доктор Столетов», аптека «Старый лекарь» сообщают о том, что предприятия работают на рынке фармацевтических товаров; ООО «Кондитер оптторг» — кондитерских изделий, ООО «Арсенал Оптик» — изделий очковой оптики, ООО «Косметик авто» — автокосметики, ООО «Мастер-электрик» — электроустановочных и электротехнических изделий, «Оптовый Дом Карапуз» — товаров для новорожденных, магазин «Стрелок» — охотничьего оружия, оружия самообороны, C?a h?ng Th?i trang Smarttailor / Магазин «Мода Smarttailor» — одежды, C?ng ty CP Vua ?nh-Photoking / АО «Король фото — Photoking» — фотоаппаратов и фотопринадлежностей и пр. В этом плане эргонимы с названиями лиц в своем составе, несомненно, превосходят наименования, образован-

ные, например, от фамилий, имен владельцев предприятий, или названий географических объектов. Способные указывать на вид деятельности предприятия, названия лиц, входящие в его оригинальное наименование, в некоторых ситуациях их употребления дают возможность опускать из полного, официального наименования предприятия одно из трех компонентов эргонима.

Кроме отмеченных выше достоинств использования названий лиц, закрепленных в оригинальных названиях предприятий, следует отметить, что благодаря некоторым из таких наименований можно получить некоторый ориентир в ценах предлагаемых товаров или услуг, идентифицировать их качество. Так, название «Гурман» говорит о дорогом, престижном магазине, и товары, предлагаемые в нем, не каждому могут оказаться по карману. Название «Пролетарец» дает представление о продукте, выпускаемом хлебокомбинатом, как о продукте первой необходимости в России, и отсюда — ориентированном на большую массу потребителей и доступном по цене для всего населения. Выбор для наименования предприятия слова «премьер» вполне удачно, ведь «премьер» означает «первый», имплицитно выражает оценку «лучший». Слово «мастер» подразумевает очень высокий уровень, товар (или услуга) данного предприятия выгодно выделяется по качеству среди других.

Названия лиц также эффективно дифференцируют и ориентируют клиентов, партнеров. Так, например: товары «Оптового Дома Карапуз» ориентированы на будущих и молодых мам; одежда ООО «Для больших и маленьких детей» специально для двух континентов клиентов, противоположных и дифференцированных по росту, физическому размеру; ООО «Московский школьник» обслуживает образовательные учреждения на рынке общественного питания города Москвы и пр.

Во вьетнамских наименованиях в большей степени обнаруживается стремление максимально использовать языковую образность, опирающуюся на широкий спектр нацио-

нально-культурных ассоциаций. Проанализируем одно из таких названий — *S?ng ty TNHH Vua s? t? v?ng / ООО «Царь золотых львов»*. Так, «царь» — титул правителя государства, обладающего самым широким кругом полномочий. Слово «золотых» от «золото» — драгоценный металл, ценный предмет, а во вьетнамском языке не случайно популярен фразеологизм “*Qu? nh? v?ng*” / «Ценный как золото». А золото в отличие от других металлов со временем не портится и не теряет своей ценности, сохраняется вечно, не изменяясь. Последнее слово «лев» — крупное хищное животное, отличающееся огромной силой и храбростью, нередко считается самым сильным среди животных. Сочетание трех таких «самых» явно демонстрирует, что владелец предприятия хотел бы, чтобы его бизнес всегда был устойчивым, многоприбыльным, выделяющимся среди других, способным одержать победу в конкуренции за клиентов.

Итак, названия лиц обладают большим номинативным потенциалом. Изучение их в разных языках позволяет обнаружить не только универсальность и специфичность в их образовании, но содержит ценные сведения о культуре данных народов.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Аксененко, С. (2007) Про звания и титулы. Ч. 1. [Электронный ресурс] // ХайВей. Рубрика: Общество. URL: <http://h.ua/story/29295/> (дата обращения: 28.04.2010).

Вся деловая Москва (2007) Т. 1 : Промышленность. Торговля. М. : Агентство деловой информации «Бизнес-карта».

Вся деловая Москва (2008) Т. 1 : Промышленность; Т. 2 : Торговля. М. : Агентство деловой информации «Бизнес-карта».

Кожанова, Н. В. (2007) Наименования лиц по профессии в немецко-языковой картине мира : дис. ... канд. филол. наук. Барнаул.

Телефонный справочник Москва 2008. МГТС. М.

Тригуб, А. Г. (1988) Характерные черты образования названий лиц по роду деятельности в научно-фантастическом романе И. Ефремова

«Туманность Андромеды» // Тезисы докладов и сообщений на Всесоюз. науч. конференции-семинаре, посвящ. творчеству И. А. Ефремова и проблемам науч. фантастики. Николаев. С. 124–126.

*Ngh? ??nh s? 88/2006/N? — CP ng?y 29/8/2006 c?a Th? t??ng Ch?nh ph? v? ??ng k? kinh doanh.*

*Niên gi?m ?i?n tho?i v? Nh?ng trang v?ng 2008 (Telephone Directory and Yellow Pages 2008). H? N?i : NXB B?u ?i?n, 2008.*

#### ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

[www.timkiemdoanhnghiep.com](http://www.timkiemdoanhnghiep.com)

[www.hanoitrade.com.vn](http://www.hanoitrade.com.vn)

[www.hapi.gov.vn](http://www.hapi.gov.vn)

[www.business.gov.vn](http://www.business.gov.vn)

[www.vcci.com.vn](http://www.vcci.com.vn)

[www.danhba.vdc.com.vn](http://www.danhba.vdc.com.vn)